

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра «Менеджмента»

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ:
СОЦИАЛЬНЫЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И
ИНЖЕНЕРНЫЙ АСПЕКТЫ**

**Сборник научных статей
I Международной научно-практической конференции**

22-23 ноября 2018 г.

Брест, 2018

УДК 330/338
ББК 674.480.46
Э 40

Редакционная коллегия:

В.В. Зазерская, председатель редакционной коллегии,
канд. экон. наук, доцент
Ю.И. Павлючук, д-р техн. наук, профессор
М.Т. Козинец, канд. экон. наук, доцент
С.Ф. Куган, канд. экон. наук, доцент
А.П. Радчук, канд. техн. наук, доцент
А.С. Лойко, специалист по СУП

Рецензенты:

М.В. Петрович, д-р экон. наук, профессор
С.Ю. Солодовников, д-р экон. наук, профессор

Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты: сборник научных статей I Международной научно-практической конференции, УО Брестский государственный технический университет, г. Брест, 22-23 ноября 2018 г.; редкол.: В.В. Зазерская [и др.]. – Брест: Издательство БрГТУ, 2018. – 372 с.

ISBN 978-985-493-438-9

В сборник научных статей включены материалы Международной научно-практической конференции «Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты», организованной УО «Брестский государственный технический университет». В сборнике отражены материалы по теории и практике менеджмента в современных условиях, цифровизации бизнес-процессов в условиях активизации механизма социально-экономического подъема, исследованию проблем и перспектив развития инновационной деятельности экономических систем и хозяйствующих субъектов, применению инструментов и методов стимулирования прогрессивного развития предприятий и территорий, а также исследованию проблем логистики. В сборнике представлены статьи ученых и специалистов ряда вузов, учреждений и предприятий Республики Беларусь и зарубежных стран. Материалы сборника будут полезны преподавателям, научным работникам, специалистам промышленных предприятий, а также аспирантам, магистрантам и студентам. Материалы изложены в авторской редакции.

УДК 330/338
ББК 674.480.46

ISBN 978-985-493-438-9

© Издательство БрГТУ, 2018

1 СЕКЦИЯ. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В АКТИВИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОДЪЕМА

УДК 338.2:004.9

Дашкевич Т. В., старший преподаватель,
Носко Н. В., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

КРИПТОВАЛЮТА И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе во всем мире большое внимание уделяется развитию IT-технологий, которые нашли применение практически во всех сферах, и экономике в том числе. Технология блокчейн изменила многие процессы в экономике, но особенно большое влияние она оказала на финансовую деятельность. Созданные с ее помощью криптовалюты практически стерли границы между виртуальной и реальной экономикой, делая финансовые операции более прозрачными и быстрыми.

Во всем мире все чаще говорят о криптовалюте. Курс ее постоянно растет, и работать на «электронных деньгах» хотят все больше и больше людей. Особенно сильно появление криптовалют повлияло на финансовую и инвестиционную деятельность.

В Республике Беларусь данное направление деятельности также набирает большие обороты, и перспективы развития криптовалют обсуждаются на государственном уровне. На сегодняшний момент страна активно развивается в сфере IT-технологий.

Криптовалюта – это вид цифровой валюты, эмиссия которой основана на асимметричном шифровании и применении криптографических методов защиты.

К особенностям данной денежной единицы относятся:

- децентрализация;
- невозможность отозвать платеж;
- средства всегда являются доступными;
- имеется возможность в любой момент проверить валидность операции;
- псевдонимность использования (личность пользователя не определена при проведении операций, однако ее можно установить при помощи дополнительных сведений);
- сложность вычислений с прогнозируемой скоростью;
- комиссия обычно носит добровольный характер;
- есть предел эмиссии (за исключением некоторых криптовалют).

Процесс добычи криптовалюты называется майнингом. Все они имеют схожие принципы создания [1].

Первой криптовалютой, введенной в 2009 году, был биткоин (BTC), который является родоначальником всех остальных. Он является самой известной электронной денежной единицей на сегодняшний день.

Уже в 2013 году насчитывалось более 80 криптовалют. На сегодняшний день известно более 1150 различных криптовалют, которые достигли определенной популярности.

С помощью биткоина можно производить расчет за товары или услуги, если продавцы принимают такую валюту. Установлено и максимально допустимое число единиц биткоина – 21 млн.

Система биткоина применяется в Германии, Нидерландах, Австралии, Сингапуре, Новой Зеландии, нескольких штатах США. В странах Евросоюза биткоины являются законным средством платежа. С апреля 2017 года он признан в Японии. В Республике Беларусь биткоин не получил распространения.

Курс биткоина за последний год представлен на рисунке 1. Курс данной криптовалюты очень непостоянен, изменения можно наблюдать даже в течение одного дня.

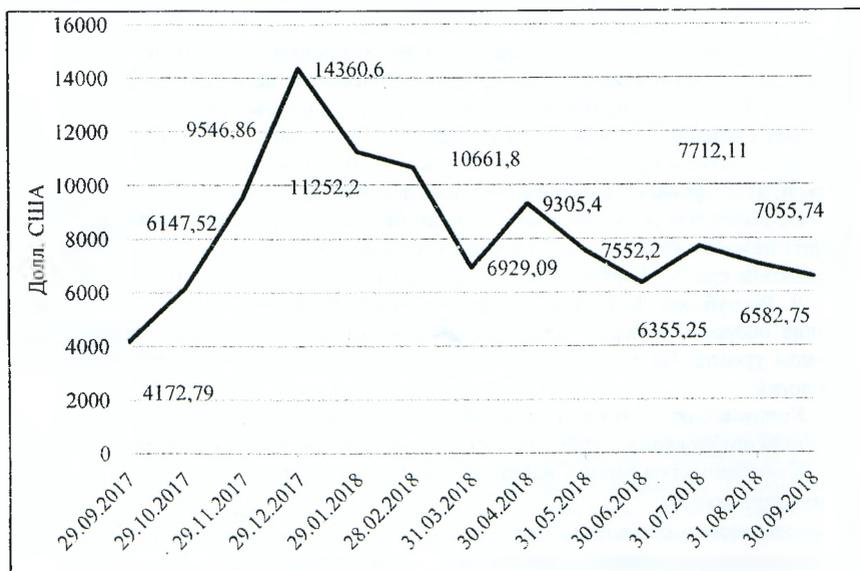


Рисунок 1 – Курс биткоина с сентября 2017 года по сентябрь 2018 года [1]

Начиная с момента своего зарождения и до 2017 года курс биткоина постоянно рос. В конце 2017 года произошел сначала рост, а потом резкое снижение курса данной криптовалюты.

Осенью 2017 года в Республике Беларусь начала работать первая национальная криптовалюта «талер». Она основана на блокчейн-технологии, а также алгоритме биткоина SOW [2]. На рисунке 2 представлен логотип первой белорусской криптовалюты. До декабря 2017 года криптовалюта была вне правового поля. 21 декабря 2017 года в Республике Беларусь был подписан декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» [4]. В течение 3 месяцев должно было быть выработано детальное законодательство, направленное на регулирование обращения талера в экономике Республики Беларусь, и с 28 марта 2018 года декрет вступил в силу.

Талер (TLR) – децентрализованная электронная криптовалюта, которая не имеет единого центра управления и эмиссии. Функционирует валюта в онлайн-сети. Обмен талерами между пользователями – это передача зашифрованных данных.



Рисунок 2 – Логотип первой криптовалюты Республики Беларусь (Талер) [3]

В Республике Беларусь криптовалюта направлена на поддержку малого и среднего бизнеса, небольших производств и частных предпринимателей. Талер является криптовалютой, но с правовой точки зрения его относят к «иным ценностям».

Новые монеты получают в результате «майнинга», который является проверкой транзакции на валидность.

Существует несколько способов приобретения криптовалюты:

1. Через криптобиржу.
2. Покупка «с рук».
3. Через электронные деньги.
4. Покупка фьючерсов на криптовалюты.

Все данные способы можно использовать и для продажи криптовалюты.

Самым безопасным способом на данный момент является покупка криптовалюты через электронные деньги. В данном случае за денежной единицей закрепляется юридический статус – они хранятся как имущественные права в привязке к электронным деньгам WMX. Однако он не очень удобен из-за большого количества посреднических операций.

Самым рискованным методом является покупка «с рук», так как покупатель криптовалюты может стать жертвой мошенников [1].

Девиз криптовалюты: «Новая страница в истории белорусских денег». Целостность и жизнеспособность этой денежной единицы полностью обеспечивается ее пользователями с помощью компьютерной сети. Чем более популярна криптовалюта, тем больше пользователей будет участвовать в операции, тем сложнее становится задача по получению криптовалюты. Ранее была попытка создавать подобные криптовалюты в других странах, но управление ими носило централизованный характер [2, 3].

На данный момент в Республике Беларусь работает инфраструктура криптовалюты: кошельки и программное обеспечение устанавливаются, пользователи проводят майнинг и транзакции. Созданы сайты, посвященные работе талера, на которых можно скачать электронные кошельки и осуществлять операции с криптовалютой.

Однако в алгоритме данной криптовалюты заложено определенное ограничение: может быть выпущено не более 23 миллионов 333 тысяч и 333 талера. Стартовый курс – 10 белорусских рублей за 1 монету.

Настоящая ценность у талеров появится только тогда, когда и организации, и физические лица начнут использовать данную криптовалюту в расчетах между собой. Для этого в стране создана группа людей, которая занимается продвижением виртуальной денежной единицы.

Так как криптодеятельность пока до конца не урегулирована на законодательном уровне, существуют определенные риски, связанные с ее использованием:

- юридические, связанные с мошенничеством;
- экономические, связанные с тем, что криптовалюта сильно подвержена колебанию цен [2].

В декрете «О развитии цифровой экономики» дается определение криптовалютам и другим терминам.

Декрет направлен на развитие IT – отрасли в стране. Основным центром функционирования криптовалюты в Республике Беларусь является парк высоких технологий.

В документе упоминается такой термин как «токен» - это «цифровой знак», который в тексте декрета включает в себя и криптовалюты. Но у этих терминов есть и отличия: криптовалюта находится в массовом обращении в качестве средства платежа. Токены являются денежными средствами, ценными бумагами, электронными деньгами и т. д. Токены не подлежат включению в налоговую декларацию.

Для целей налогообложения операции с токенами рассматриваются как деятельность по реализации имущественных прав.

Для целей бухгалтерского учета добытые в процессе майнинга или приобретенные иным способом токены признаются активами.

В данном документе описаны условия внедрения в экономику страны технологии блокчейн и использования токенов и криптовалют:

- юридические лица смогут осуществлять различные операции с криптовалютами и токенами на бирже или через операторов;
- физические лица смогут хранить, владеть токенами, майнить, обменивать на белорусские рубли или иностранную валюту, завещать криптовалюты и токены;
- лица, осуществляющие деятельность с использованием токенов, будут пользоваться налоговыми и другими льготами.

Так, до 1 января 2023 года предоставляются следующие налоговые льготы:

- не облагаются налогом на добавленную стоимость и налогом на прибыль: обороты; прибыль, полученная от деятельности по майнингу, приобретению, созданию, отчуждению токенов;
- не облагаются подоходным налогом: доходы физических лиц, полученные от деятельности по майнингу, приобретению, отчуждению, обмену токенов;
- не облагаются налогом на добавленную стоимость обороты по отчуждению токенов (в том числе и иностранными организациями, которые не осуществляют свою деятельность через представительство и не состоят на учете в налоговых органах Республики Беларусь);
- выручка от обмена токенов на другие токены не облагается налогом по упрощенной система налогообложения;
- прибыль, полученная при обмене токенов на другие токены, не облагается налогом на прибыль.

Не являются выручкой для целей налогообложения токены, денежные средства, электронные деньги, полученные в качестве инвестиций юридическими лицами в результате создания и размещения собственных токенов или обмена полученных токенов на денежные средства, электронные деньги [3, 4].

Важным моментом является то, что операции физических лиц с токенами или криптовалютами не являются предпринимательской деятельностью.

После принятия декрета «О развитии цифровой экономики» Республика Беларусь стала первым в мире государством, осуществляющим правовое регулирование бизнеса на основе технологии блокчейн и легализовавшим смарт-контракты.

На данный момент талер быстро набирает популярность не только среди резидентов страны, но и зарубежных инвесторов. Использование криптовалюты поможет стране улучшить инвестиционный климат, создать благоприятные условия для кредитования, снизить инфляцию, что в итоге приведет к экономическому росту.

Литература

1. Криптовалюта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.myfin.by/](http://www.myfin.by/).
2. Первая белорусская криптовалюта – кто создал Талер и как его майнить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cryptomagic.ru/>.
3. Талер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// Беларусь первой в мире легализовала криптовалюты и токены. \[Электронный ресурс\]. – Режим доступа: <http://www.bitnovosti.com/>.](http:// Беларусь первой в мире легализовала криптовалюты и токены. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bitnovosti.com/)
4. Биткоин в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.coin.life /](http://www.coin.life/).

УДК 004.7-005

Кухар Р. Б., канд. физ.-мат. наук, профессор, **Елейко О. И.**, канд. физ.-мат. наук, доцент, **Мотыко Н. Р.**, канд. с.-хозяйственных наук, доцент,

Степанюк О. И., канд. физ.-мат. наук, доцент,

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий имени С. З. Гжицкого,
г. Львов, Украина

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ МЕНЕДЖМЕНТА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Управление как исторический процесс берет начало с момента осознания человеком необходимости регулировать совместную деятельность коллектива. Археологические данные свидетельствуют о том, что в 5–6 тысячелетиях до н. э. начала применяться практика письменных вопросов и консультаций специалистов по различным проблемам, а в древнем шумерском государстве в III тысячелетии до нашей эры существовал определенный регламент управленческой деятельности, связанный с коммерческими операциями и управлением государством. Завадский И. С. [3, с. 32] отмечает, что управление как результат общественного разделения труда насчитывает многие тысячелетия, а как отрасль управленческих знаний "менеджмент" начал формироваться во второй половине XVIII века.

Основы науки менеджмента закладывались классической школой и научной школой менеджмента конца XIX начала XX веков, которые сформировались в усло-

виях развития производства, господства экстенсивных методов хозяйствования; создание масштабных организаций обостряло проблему роста производительности труда и стимулирования работников к высокопроизводительному труду. Работа рассматривалась как средство жизнедеятельности работников и была для них самой большой ценностью, поэтому основные акценты в управлении обращались на рационализацию труда и развитие культуры труда и производства. Поэтому неудивительно, что основатель школы научного управления Ф. Тейлор, разрабатывая принципы научного управления и методы рационализации труда, обращал внимание и на организационную культуру, выделяя роль организационных правил, стандартов в организации труда и системе стимулирования.

Теория менеджмента прошла в своем развитии достаточно сложный путь, возникали различные школы управления со своими принципами и тактикой управления. Процесс формирования и развития систем менеджмента происходил последовательно и непрерывно, учитывая предыдущий опыт и обогащаясь современными инновационными находками. Всемирная глобализация с ее положительными и отрицательными последствиями активно влияет на создание качественно новой системы менеджмента и механизма ее функционирования. Эволюционные изменения в системах менеджмента охватывали изменения и развитие типов организационного поведения, природы организации, принятия управленческих решений, стилей лидера, теорий мотивации и других категорий менеджмента. В общем, научные школы имели техническое или социальное направление, следовательно, вектор научных исследований направлялся на технический или человеческий фактор. Странники технического направления брали за основу показатели производительности труда, качества, технологии, вокруг которых выстраивали свои концепции организации производства и управления. Для сторонников социального подхода важными были способности человека и их влияние на результаты работы, что стало основой их теоретических разработок и практических рекомендаций. Каждое направление внесло свой вклад в историю учений менеджмента, накопился определенный опыт, который можно обобщить.

Исследованию современной практики менеджмента в экономически развитых странах посвятили ряд авторов, как отечественных, так и зарубежных. В частности О. Е. Кузьмин [4, с. 18] отмечает, что изучение литературных источников позволило выделить шесть основных этапов развития менеджмента:

- 1 этап. Истоки науки об управлении людьми в процессе производства.
- 2 этап. Формирование управленческих механизмов на основе развития человеческих отношений.
- 3 этап. Построение систем управления, ориентированных на рынок.
- 4 этап. Активное применение количественных (экономико-математических) методов как важных направлений формализации методов менеджмента и трансформации их в управленческие решения.
- 5 этап. Формирования системных и ситуационных подходов.
- 6 этап. Компьютеризация управленческих процессов.

Вместе с этим со второй половины XX века меняется структура производительных сил, формируется так называемое "информационное общество", в основе которого лежит принцип "движение и преобразование информации". Учитывая общую методологию кибернетики, под управлением стали понимать процесс сбора, хранения, обработки и передачи информации, который осуществляется специальными средствами.

Формирование информационного общества способствовало, в свою очередь, выделению в общей теории управления следующих новых направлений [4, с. 155].

«Информационная экономика» – это экономика информационного производства, то есть это производственная система в сочетании со сферой потребления, где информация является ведущей производительной силой, средством и предметом труда, а также основным продуктом производства и предметом потребления.

Выделение новой сферы деятельности – производство информации – рассматривают как четвертый этап общественного разделения труда после скотоводства, ремесел, торговли.

«Информационный менеджмент» – это информационное обеспечение управления, работа с информацией, ее компьютерная обработка, роль информационных технологий в повышении качества управленческих решений; это осуществление на основе комплексного использования всех видов информации, имеющихся как на предприятии, так и за его пределами, эффективного управления; это инновационная деятельность, ориентированная на постоянный поиск новых, более эффективных способов организации информационной деятельности, обеспечение информационно-коммуникационных процессов.

«Информационно-коммуникационный менеджмент» – это система управления информационно-коммуникационной сферой общества на основе использования форм, методов и технологий правового, экономического, социального, гуманитарного и политического менеджмента, маркетинга; это осуществление информационного обеспечения всех видов и форм менеджмента, поскольку основным ресурсом менеджмента является информация, а основной технологией – коммуникации.

Как показывает практика, на сегодняшний день все больше ученых и практиков считают, что нынешняя парадигма управления глубоко устарела, многие чувствуют, что нынешний метод управления компаниями уже достиг своего предела. Мы все больше разочаровываемся в организационной жизни, для людей, которые работают в нижней части пирамиды, работа все чаще становится рутинной, а не пристрастием или целью. Поэтому с этим этот факт необходимо учитывать в процессе создания современных компаний.

Переход от старой к новой парадигме предполагает переориентацию традиционного рационального менеджмента в сторону лидерства. Вместе с тем лидерство часто отождествляют с менеджментом, хотя между ними имеются существенные различия. Если менеджмент базируется на рациональности, то есть эффективного выполнения функций планирования, организации, руководства на базе формальной власти и контроля, то в основу лидерства положен принцип взаимного влияния лидера и членов группы, установление конструктивных взаимоотношений, передача властных полномочий членам группы и, самое главное, желание к переменам.

Дж. Коттер подчеркнул, что отличие между менеджментом и лидерством проявляется в пяти сферах деятельности: определение направления деятельности предприятия, ориентация группы, установления взаимоотношений, развитие личностных качеств лидера и достижение результата и, в частности, отмечает, что в многих организациях имеется излишество менеджмента и недостаток лидерства.

Современные организации привели к сенсационному прогрессу человечества менее чем за два века, что является мгновением в общей шкале времени нашего вида. А. Эйнштейн как-то замечательно сказал, что проблемы не могут быть решены на том же уровне сознания, на котором были созданы. Возможно, нам надо получить доступ к новому этапу развития сознания, нового мировоззрения, заново открыть челове-

ские организации. Некоторым мнение о том, что общество может перейти к другому мировоззрению и что из этого мировоззрения мы могли бы создать принципиально новый тип компании, покажется самообманом. Впрочем, это именно то, что уже происходило несколько раз в истории человечества, и есть элементы, которые указывают на то, что другая смена мышления и, таким образом, еще одна организационная модель, может быть просто за углом.

Большое количество ученых – среди них психологи, философы, антропологи - проанализировав путь развития человеческого сознания, обнаружили, что в течение примерно 100 000-летней истории человечества мы пережили ряд последовательных этапов. На каждом этапе мы сделали скачок в наших способностях, которые помогали взаимодействовать с миром - познавательно, морально, психологически. Каждый раз, когда человечество передвигалось на новый этап, оно создавало новую организационную модель. Ф. Лалу в работе [6,с.78] выделяет следующие стадии развития и трансформации сознания человечества: 1. Реактивная или инфракрасная парадигма. 2. Магическая или малиновая парадигма. 3. Импульсивный или красная парадигма. 4. Конформистская или желтая парадигма. 5. Успешная или оранжевая парадигма. 6. *Плюралистическая или зеленая парадигма.*

Каждая смена парадигмы открывает беспрецедентные новые ресурсы и возможности. Успешная Оранжевая парадигма заменяет Желтую - истину добра и зла на другой стандарт: что работает и что не работает. Плюралистическое Зеленое мировоззрение считает эту идею слишком упрощенной. Жизнь есть нечто большее, чем успех или неудача. Плюралистическая Зеленая стадия очень чувствительна к человеческим чувствам. Она настаивает на том, что все взгляды заслуживают одинакового уважения. Она стремится к справедливости, равенству, гармонии, содружеству, сотрудничеству и консенсусу.

На смену информационному обществу приходит креативное (инновационное) общество – это общество руководствуется принципами креативности в различных сферах жизни; это новый тип социальной структуры, он составляет единую информационную среду, которая является порождением интеллекта расходов на них, а также повышается компетенция работников, их интеллектуальный и творческий потенциал. Очевидно, что все эти процессы, изменение парадигм и типов организаций нашли свое отражение и в дальнейшем развитии теории менеджмента.

Содержание надежных конкурентоспособных позиций предприятий различных форм хозяйствования зависит от многих факторов, в частности от современной тенденции к творческой активности их персонала. В Украине формирование конкурентных взаимоотношений выявило неготовность многих предприятий к разработкам и внедрению стратегического управления инновационными процессами и внедрением инноваций. На большинстве отечественных предприятий их руководители придерживаются тех традиций управления, которые были сформированы еще в условиях командной экономики. В своей деятельности вместо ориентации на производство высококачественной продукции, способной конкурировать на внутреннем и мировом рынках, менеджеры концентрируют внимание на изготовлении продукции без применения креативного подхода, что требует минимальных затрат и не обеспечивает нужного качества изделий. Только усвоение инновационной модели современного формирования стратегического развития, которой придерживаются экономически развитые страны, может дать укрепление конкурентных позиций предприятия на внутреннем и внешнем рынках. В целом мировой опыт все больше убеждает в том, что экономический и социальный прогресс, в конечном итоге, зависит не столько от системы управления качеством, организации производства, его материально-технического оснащения, сколько от твор-

ческой активности самого человека, его желания эффективно работать с высокой отдачей, его энтузиазма, стремления к постоянному обновлению существующих знаний и их реализации в производственном процессе. Для успешного руководства формированием инновационной деятельности предприятий важно создать такую креативную команду специалистов, которая позволит предприятию успешно конкурировать на рынке инноваций в современных рыночных условиях [2, с. 143].

Чтобы создать креативные команды на предприятии, необходимо, чтобы руководители умело вводили «**креативный менеджмент**» на предприятии. Учитывая это, менеджерам сейчас нужно глубоко овладеть знаниями особенностей формирования креативной личности, пути развития, рационального использования творческого потенциала, настойчиво работать над созданием действенной мотивации к труду, атмосферы высокой ответственности за выполнение креативных решений, эффективной системы креативного менеджмента и ее диагностики и прогнозирования.

Одним из важных признаков инновационного управленческого мышления есть устойчивая ориентация на формирование команд. На современном этапе развития менеджмента происходит перенос акцента по поведению менеджеров и подчиненных им работников на деятельность многофункциональных команд и рабочих групп, сосредоточенных на реализацию комплексных проектов. Следовательно, закономерным является становление новой формы управления «**командного менеджмента**» (Management Teams), основанной прежде всего на процессе делегирования полномочий, и предполагает соблюдение ряда принципов, на которых базируется создание и функционирование команды.

Внедрение командной организации труда позволяет, по крайней мере теоретически, сократить количество уровней управления, а также повысить уровень удовлетворенности трудом тех работников, которые имеют надлежащий уровень креативности и склонны к работе в составе команды. Создание условий для личностного и профессионального развития членов команды, партнерство и взаимоподдержка, взаимная ответственность, активность и личная ответственность каждого за результат деятельности команды - все это делает ее членов конкурентоспособными на рынке труда. С другой стороны, внедрение командного менеджмента в практической деятельности предприятия связано с рядом объективных и субъективных трудностей, без преодоления которых достижение высокой эффективности может стать невозможным [7, с. 112].

В этом аспекте по формированию успешной команды представляет особый интерес теория И. Адизеса [1, с. 57], который выделяет определяющие четыре роли для того, чтобы организация была хорошо управляемой, результативной и эффективной в коротко- и долгосрочном периодах:

- производство (P)roducing – результат, ради которого существует организация и который делает организацию результативной;
- администрирование (A)dministering – для эффективности;
- предприимчивость (E)ntrepreneuring – для управления переменами;
- интегрирование (I)ntegrating частей организации для долгосрочной жизнедеятельности.

Если одна, две или три роли выполняются хорошо, а другие – на минимальном необходимом уровне, можно определить управленческий стиль. Если интегрирование (I) принадлежит к ролям, которые менеджер выполняет на высоком уровне, можем говорить об определенном стиле лидерства. Компонент (I) решающий для успешного менеджмента всех уровней, поскольку менеджер обязан работать с другими для достижения организационных целей. В случае успешного интегрирования (I) работни-

ков организации в группу, можно ожидать высокого уровня лояльности, удовлетворения работой и производительности. "Если одна из ролей реализуется хорошо, однако три другие - на уровне, недостаточном для выполнения задач, или вообще отсутствуют, возникает определенный предполагаемый стиль неэффективного менеджмента, в зависимости от того, какой именно роли не хватает" [1, с. 135].

Литература

1. Адизес, И. Идеальный керівник : чому ним неможливо стати. – Пер. з англ. – Харків, 2017.
2. Божидарник, Т. В. Креативный менеджмент / Т. В. Божидарник, Н. М. Василик – Херсон, 2014. – 496 с.
3. Завадський, Й. С. Менджмент. – Київ, 1999. – Том 1. – 541 с.
4. Комарова, К. В. Лідерство / К. В. Комарова, С. П. Коляда – Дніпро, 2017. – 430 с.
5. Кузьмін, О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту / О. Э. Кузьмін, О. Г. Мельник – Львів, 2003. – 352 с.
6. Лалу, Ф. Компнїй майбутнього. – Харків, 2017.
7. Хитра, О. В. Управління командами. – Хмельницький, 2017. – 495 с.

УДК 338.24

Павлючук Ю. Н., д. т. н., профессор,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь,
Черновалов П. А., магистр экономических наук, аспирант,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МОШЕННИЧЕСТВА В ТРАНСАКЦИЯХ С БИТКОИНОМ

Происходящие в настоящее время процессы, связанные с майнингом и обращением на онлайн-биржах (или на так называемых интернет – криптоплатформах) цифровых виртуальных знаков, имеющих некоторые характеристики денег, широко обсуждаются как в средствах массовой информации, так и в научных кругах. Для экономической и управленческой науки в рамках данной проблемы существует большое «белое пятно», так как описываемое явление родилось за пределами предметной области гуманитарных наук. Однако последнее активно внедряется в сферу финансово-банковской деятельности и в область транзакций, связанных с рыночными обменными операциями не только информационных, но и физически существующих товаров и услуг, а также мировых валют.

В основе идеи *Биткойн (BTC)* лежало желание создать не разновидность денег, обеспеченных золотом, а аналог самого золота. В *BTC* процесс добычи монеток (*майнинг*) тоже требует ресурсов и времени, однако в данном случае это не человеческие ресурсы, а компьютерные. Поэтому некоторые специалисты в области информационных технологий (ИТ), которые занимаются майнингом в больших объемах, работают в тех местах и районах, где имеется дешевое электричество, либо вовсе не оплачивают электроэнергию, ломают счетчики и осуществляют прочие оппортунистические действия. Кроме того, как показывает практика, такие злоумышленники через браузеры

ры подключаются к чужим компьютерам для добычи криптовалюты. Таким образом, налицо, мошеннические действия, которые могут иметь серьезные социальные последствия. Преступность в этой сфере, будучи массовым социальным действием, помимо неблагоприятных экономических изменений в жизни общества (причинение имущественного ущерба, нарушение принципа справедливости при распределении и потреблении материальных благ), вызовет комплекс негативных организационных (дезорганизация, нестабильность денежного рынка, «затормаживание» его развития), нравственных (утрата значительной частью населения признанных человеческих идеалов в сфере социального общения, усиление и обострение психологической напряженности и тревожности в обществе) и других явлений. Мошенничество в сфере функционирования криптовалют связано обычно с тем, что пользователи, ставшие жертвами криптохакеров, являются законопослушными гражданами. Адекватной защиты от поведения злоумышленников пока нет, как нет и законодательных мер и институциональных инструментов регулирования данной сферы деятельности, что требует срочных мер. Появляется естественный вопрос: какие новые формальные правила следует использовать в сфере обращения криптовалют для предотвращения возможных негативных социальных последствий? Поэтому целью данной работы является оценка потенциальных возможностей распространения *BTC* в обменных транзакциях и анализа возможных социальных аспектов в транзакциях с *ним*.

BTC – деньги или цифровая пирамида? Ответ на этот вопрос постараемся дать на основании анализа классических функций денег. Старейшей такой функцией является *функция средства обращения*. Основным аргументом в пользу *BTC* как денег и является возможность использования его в качестве удобной и практичной формы обращения, так как в кругу пользователей интернета (и покупателей и продавцов) *растет доверие* к нему. *BTC* невозможно подделать, он не может быть сфальсифицирован или скопирован, а стоящий за *BTC* – код считается безопасным [5]. Правда, электронные кошельки и транзакционные сервисы могут стать объектом атаки хакеров, что мы и наблюдаем в последнее время. Традиционно деньги это товар. Однако деньги отличаются от других товаров тем, что спрос на них связан, прежде всего, с функцией средства обращения [5]. *BTC* тоже товар, но цифровой товар. Как и все прочие рыночные товары, он предоставляется на рынок в определенных количествах, покупается и хранится людьми для реализации своих потребностей. *BTC* имеет свою собственную выраженную в других товарах «цену», которая является результатом действия механизма рыночного приравнивания объема предложения и спроса на его приобретение и хранение. В этой связи *BTC* так же, как и традиционные деньги отлично подходит для реализации функции обращения в рыночных транзакциях. *BTC* также может быть использован как *средство платежа* для осуществления платежей или транзакций, в которых поток благ не совпадает во времени с оплатой. Наибольшую функциональность *BTC* обеспечивает именно эта возможность дешевых интернет-перечислений в глобальном масштабе, проверка которых производится незамедлительно. Сделки с применением *BTC* заключаются анонимно (что привлекает многих пользователей) и не требует разветвленной и сложной системы *биллинга*, не используется организация-посредник (банк или финансовая организация), для осуществления перечисления средств в *BTC* достаточно отправителя и получателя, которые используют компьютеры, подключенные к сети Интернет [3]. Другая сторона этого вопроса – абсолютная анонимность транзакций в технологии блокчейна развязывает руки тем, кто хочет совершать нелегальные покупки с *BTC*. Ограниченное предложение *BTC* создает условия для спекулятивных атак, что приводит к значительным колебаниям цен, даже при небольшом объеме торгов. С точки зрения совершения торговых операций и стабильности платежной системы, этот факт ограни-

чивает функциональность *BTC* в качестве надежного средства платежа [3]. Главной функцией денег является *функция меры стоимости* товаров и услуг. Стоимость *BTC* вытекает из тех технических и энергетических трудностей, которые связаны с его добычей (майнингом), базируется на экономических законах рынка (спроса и предложения), основана на доверии между пользователями, но не имеет гаранта в виде государства. Стоимость криптовалют определяется не столько их покупательной способностью, сколько курсом относительно традиционных валют, в чем выявляется аналогия с различными активами, являющимися более предметом биржевой торговли, нежели выполняющими функцию денег [4]. Ввиду того, что *BTC* не имеет стоимости «сам в себе», а его оценка может зависеть от многих факторов, не связанных с самим *BTC*, *функция меры стоимости реализуется условно* и значительно отличается от способа ее реализации традиционными деньгами. Деньги выполняют *функцию средства накопления*, обеспечивая их владельцам покупательную способность в будущем. *BTC* не обладает способностью хранения и перемещения стоимости, так как никогда ни одна стоимость в виде какого-то обязательства не была на него перенесена, так и потому, что не имеет сам в себе какой-либо стоимости (как, например, золото). Стоимость *BTC* фактически равна нулю, он содержит только текущую спекулятивную цену самого себя, что делает невозможным использование его посредством функции накопления.

Так что же такое *BTC* – деньги, цифровой актив или финансовая пирамида? Среди некоторых специалистов существует мнение, что криптовалюты – это «финансовый пузырь», или печально известная «пирамида». *BTC* и не деньги, и не активы и не пирамиды – это новые *цифровые знаки* для новой цифровой экономики с минимальным уровнем мошенничества. *BTC* – это знаки, которые приблизительно на 30-40% деньги, с точки зрения реализации классических функций денег в реальной экономике, а оставшаяся его сущность – это цифровой виртуальный актив, имеющий нулевую стоимость. Каковы же последствия мошенничества с данным активом? В отечественной литературе проблема социальных последствий мошеннической деятельности изучена недостаточно. Одним из первых на эту проблему обратил внимание *М. М. Бабаев*, который отмечал, что такого рода исследования необходимы не только для полного представления о потерях, которые несут от подобных действий граждане и общество, но и для определения конкретных действий, позволяющих минимизировать такое поведение в рамках цифровой экономики [1]. Социальные последствия можно рассматривать в широком смысле, включая материальные, нравственные и психологические [1]. Материальные последствия выражаются в причинении имущественного ущерба. Именно этот вид вреда ставится во главу угла многими учеными при анализе социальных последствий мошенничества. Однако социальные последствия мошенничества могут носить и нематериальный характер (нематериальный вред). Последний проявляется в усилении психологической напряженности и тревожности в обществе, уменьшении доверия населения к финансовым институтам и государству, к существующим правовым нормам (правовой нигилизм), в появлении безразличного, а порой негативного отношения общества к хозяйственным и политическим институтам. Широкое распространение указанных действий влечет дезорганизацию общественной жизни, повышение напряженности и недоверия, устранить которые впоследствии достаточно непросто. Активное развитие майнинга и онлайн-бирж по продажам криптовалют с неизбежностью влечет рост числа мошенничеств в этой сфере деятельности. В связи с этим комплексное изучение данной проблемы в транзакциях с *ВТК* является необходимым шагом для разработки эффективных мер предупреждения преступных действий, научно обоснованных методов общей и специальной профилактики. Учитывая, что действия мошенников в сфере функциониру-

вания криптовалют могут приобрести массовый характер, государственные органы вынуждены будут разработать специальные программы по противодействию мошенничеству. Здесь хотелось бы подчеркнуть, что анализ социальных последствий мошенничества в сфере ВТК того вреда, который может причиняться обществу преступными посягательствами, лишний раз доказывает актуальность указанной проблемы.

Институционализация процессов функционирования ВТС. Республика Беларусь стала первым государством на территории ЕАЭС, где в законодательном виде оформлены основные правила обращения криптовалют. Так, Декрет Президента Республики Беларусь №8 «О развитии цифровой экономики» [7] в рамках эксперимента, продолжающегося до 01.01.2023 г., определил либеральную форму регулирования данной деятельности: документ создал правовые условия для проведения ICO, использования криптовалюты и внедрения смарт-контрактов. Таким образом, Беларусь становится первой в мире юрисдикцией с комплексным правовым регулированием бизнесов на основе технологии блокчейн. Декрет не предполагает никаких ограничений и специальных требований к операциям по созданию, размещению, хранению, отчуждению, обмену токенов, а также деятельности операторов криптоплатформ и операторов обмена криптовалют. Деятельность по майнингу, приобретению, отчуждению токенов, осуществляемая физическими лицами, не является предпринимательской деятельностью, а токены не подлежат декларированию. При этом, до 2023 года деятельность по майнингу, созданию, приобретению и отчуждению токенов не облагается налогами. Введя в правовое поле белорусского законодательства смарт-контракт и предоставив право осуществлять посредством его совершение и (или) исполнение сделок, Беларусь становится первым государством в мире, легализовавшим смарт-контракты на государственном уровне. Декретом предусматривается упрощение порядка заключения внешнеэкономических сделок с использованием интернета – возможность заключения их в электронном виде. Резиденты вправе совершать операции с электронными деньгами без ряда ограничений, открывать счета в иностранных банках и иных кредитно-финансовых организациях без разрешения Национального банка, получать на них денежные средства, проводить в уведомительном порядке валютные операции, связанные с движением капитала, осуществляемые на основании разрешения Нацбанка. Декрет "О развитии цифровой экономики" также вводит отдельные институты английского права. В частности появляются конвертируемый заем, опцион и опционный договор, соглашение о неконкуренции и запрете переманивания, возмещение имущественных потерь. Введение этих инструментов в Беларуси позволит создать благоприятную среду для развития венчурной экосистемы, предоставить потенциальным инвесторам инструменты, понятные им и широко используемые в международной практике. Таким образом, деятельность в сфере криптовалют направляется в цивилизованное правовое русло, что поможет предотвратить распространение мошенничества и ограничит возможные социальные риски.

Литература

1. Бабаев, М. М. Социальные последствия преступности. – М., 1982. – С. 17.
2. Черновалов, А. В. Институциональное измерение цифровой экономики / А. В. Черновалов, П. В. Солодуха // Социальная политика и социология. – 2017. – Т. 16. – № 2.
3. Bitner, M. Bitcoin – nowe zagrożenie dla systemu finansowego? // Puls Biznesu. – 01.02.2013.
4. Faszyński, J. Jeśli bitcoin jest pieniądzem, to transferowym // Obserwator Finansowy. – Pl. 02.12.2013.

5. Grzejszczak, M. Bitcoin walutą przyszłości czy ciekawostką chwili? // Trend. – 20.11.2013.
6. Michalik, Ł. Bitcoin – waluta wolnych ludzi czy pomysłowa piramida finansowa? // Gadzetonomania. – 18.12.2012.
7. О развитии цифровой экономики : декрет Президента Республики Беларусь № 8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/.

УДК 332.1

Симонюк А. Д., магистрант,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Перспективы развития региональной экономической системы во многом определяются её экономическим потенциалом, эффективностью его использования и существующими условиями хозяйствования как в стране, так и регионе. В современной хозяйственной деятельности страны задачи регионального развития приобретают первостепенное значение, необходимым условием которых является разработка, рассмотрение и практическое применение существующих методов и подходов оценки экономического потенциала рассматриваемых территорий. Для этого необходимо сформировать такую систему критериев и показателей, которая позволяла бы адекватно охарактеризовать экономический потенциал региона, оценить результаты его использования и, в то же время, выявить устойчивые тенденции в его динамике для разработки соответствующей региональной политики.

Величина и структура экономического потенциала различаются по регионам страны и меняются во времени под влиянием развития производительных сил и научно-технического прогресса. Для разработки эффективных стратегий социально-экономического развития региональной системы необходим анализ структуры и технико-экономического уровня потенциала с целью выявления сложившихся несоответствий и диспропорций, снижающих эффективность функционирования хозяйства. При этом важно знать особенности развития отдельных элементов экономического потенциала региона [5].

Важным элементом регионального анализа и оценки потенциалов является построение типологий регионов. На сегодняшний день нет официально утвержденной типологизации регионов.

Г. Гранберг определяет два основных подхода к проблемному районированию. Первый подход – это оценка регионов по степени остроты важнейших проблем на основе системы индикаторов, сведенных в девять блоков: 1) общий уровень развития региона; 2) состояние важнейших отраслей производства; 3) финансовое положение региона; 4) инвестиционная активность; 5) доходы населения; 6) занятость и рынок труда; 7) состояние социальной сферы; 8) экологическая ситуация; 9) международная экономическая активность.

Второй подход к проблемному районированию, выделению депрессивных регионов, ориентирован на политику целенаправленного оздоровления регионов. В основе этого подхода лежит типологизация по основополагающим проблемам, таким как: экономические, геополитические, этнические, экологические и другим [1].

Анализ финансово-экономической оценки регионов показывает, что они классифицируются по экономической активности, финансовому потенциалу, бюджетной самостоятельности и другим признакам. Важнейшей составляющей финансово-экономической классификации является выделение регионов-доноров и регионов-реципиентов. В общем смысле под регионом-донором понимается регион, обеспечивающий полностью свои бюджетные расходы собственными доходами и перечисляющий в региональный бюджет установленные налоги. Регион-реципиент – это такой регион, который не покрывает расходы своего бюджета собственными доходами и получает необходимую финансовую помощь. В настоящее время в научной литературе представлены различные методические подходы к определению критериев и уровня экономического потенциала территорий, к измерению динамики развития региона.

При статистическом подходе необходимо задать единые формализованные критерии, на основе которых должен производиться отбор показателей, характеризующих потенциал региона. В качестве основных показателей оценки социально-экономической ситуации в регионах используют: «накопленный» (по сравнению с 1990–1991 гг.) и «текущий» (за последние 1–2 года) спад промышленного производства; уровень официальной (или рассчитанной по методике МОТ) безработицы и темпы ее роста; реальные доходы населения (отношение среднедушевого дохода к стоимости потребительской корзины) и темпы их изменения. Обоснование этих показателей, выбор их критериальных значений и разработка формализованной методики их интегрирования возможна в простейшем случае – на основе определения суммарного или среднего ранга по всем используемым параметрам.

При структурном подходе выделение основных социально-экономических показателей развития рекомендуют проводить не на базе сопоставления формально-статистических параметров, а путем анализа и оценки структуры занятости и состояния предприятий промышленных узлов и районов, характеризующих специализацию и основные направления хозяйственной деятельности региона.

С позиции системного подхода оценка экономического потенциала территории представляется как сложная система показателей, состоящая из взаимосвязанных и взаимодействующих показателей хозяйствующих субъектов региона. Применение принципов системного анализа позволяет рассматривать каждую крупную региональную экономическую проблему как особую систему, которая взаимодействует с различными отраслями и внешнеэкономическими связями региона.

Согласно воспроизводственному подходу, регионы функционируют и как единая система воспроизводства и как внутренний элемент макроэкономической воспроизводственной системы всей страны. В данном случае регион рассматривается как относительно замкнутая система, исходя из сложившихся показателей продуктивности факторов производства.

В качестве примера такого подхода можно привести исследование социально-экономического потенциала в монографии «Социально-экономический потенциал: проблемы оценки, использования, управления» [4]. Здесь в структуре потенциала выделяются производительные силы (ПС), к которым относят население, предметы труда, потребление топлива и энергии; действующие основные фонды и запасы – материалы и топлива; бездействующие основные фонды; безработные; свободные денежные средства. Производительные силы определяются как:

$$ПС = C1 + C2 + У, \quad (1)$$

где $C1$ – годовое потребление предметов труда в стоимостной форме;

$C2$ – среднегодовая стоимость основных фондов;

$У$ – расход рабочей силы в форме годового фонда оплаты труда.

Экономический потенциал (ЭП) определяется как сумма следующих составляющих:

$$\text{ЭП} = \text{ПС} + \text{З}, \quad (2)$$

где ПС – производительные силы;

З – запасы.

Показатель степени использования потенциала (Иэп) будет определяться следующим образом:

$$\text{Иэп} = \text{ПС}/\text{ЭП}. \quad (3)$$

В качестве примера другого подхода к оценке экономического потенциала региона можно привести интегральный подход, включающий оценку природного, финансового, трудового и других форм потенциалов. Интегральная оценка уровня социально-экономического развития дает возможность объединить полученную информацию в форме нескольких интегральных показателей, что позволяет формировать различные рейтинговые системы, осуществлять сравнительные сопоставления и выделять ключевые проблемы регионального развития. Этот подход осуществляется на основе расчета обобщающих индикаторов экономического и финансового состояния и уровня жизни населения, характеризующих основные территориальные подсистемы.

Получил распространение метод оценки и анализа экономического потенциала регионов через сравнение конкурентных преимуществ и оценки конкурентоспособности региона. Так, Р. И. Шнипер выделяет несколько конкурентных позиций региона: транспортно-географическое положение, научно-технический потенциал, трудовые и природные ресурсы, основные и оборотные фонды [5].

С. В. Казанцев для расчета и оценки экономического потенциала региона как основы их конкурентоспособности выбрал 8 показателей: размер территории региона, объем основных фондов, инвестиций в основной капитал, размер кредитов в экономике, банкам и населению, величина денежных доходов населения, численность занятых в исследованиях и разработках, плотность железных дорог общего пользования, плотность автомобильных дорог с твердым покрытием [3]. Выделяя показатель валового регионального продукта на душу населения, как основу результативности функционирования региональной экономики, автор предлагает следующую методику оценки конкурентоспособности региона: если показатель относительной конкурентоспособности региона больше единицы, т. е. если валовый региональный продукт на душу населения в регионе больше, чем валовый внутренний продукт на душу населения в стране, то экономика региона конкурентоспособна, в обратном случае экономика региона неконкурентоспособна [2].

Следует отметить, что рассмотренные подходы и методики оценки экономического потенциала региона имеют свои достоинства и недостатки. Так, статистический метод менее трудоемок и субъективен, основан на достаточно большой базе рассматриваемых показателей, однако методология его применения совершенствуется, так как в настоящее время необходимо распространить принципы системы национальных счетов на региональный уровень и устранить имеющиеся недостатки. Так, например, в системе региональных счетов определенного региона должна отражаться деятельность только резидентов. Пока же доходы и потребление учитываются по территории в целом без разделения резидентов и нерезидентов. Считают, что структурный подход требует значительно больших усилий и трудоёмкости, более подвержен субъективизму и лоббированию, однако обеспечивает, при должной организации и контроле, более точное выделение структурно уязвимых регионов. При применении системного подхода выявляется историческая преемственность внешних функций региона, сте-

пень асимметричности регионального развития, особенности экономико-географического положения и роль региона в развитии национальной экономики.

Воспроизводственный подход к анализу экономического потенциала позволяет выделить его структурные элементы по фазам воспроизводства: потенциал производства, потенциал распределения, потенциал обмена и потенциал потребления. Взаимосвязь воспроизводственных циклов общественного продукта и экономического потенциала определяется наличием между ними причинно-следственных связей.

Интегральный подход, интегральные рейтинги и балльные оценки показывают лишь то, что один регион лучше или хуже другого по определенному признаку (или по своду признаков). Большинство таких исследований имеет серьезный недостаток – для используемых в них показателей нет достаточной статистической базы, так что в этом случае очень часто прибегают к экспертным оценкам. Не отрицая целесообразности такого подхода, следует признать, что он вносит в исследования существенные недостатки и затрудняет сопоставление интегральных показателей различных регионов.

Метод оценки и анализа экономического потенциала регионов через сравнение конкурентных преимуществ и оценку конкурентоспособности региона имеет право на существование и является широко распространенным, так как результаты региональной экономической системы зависят от накопленного экономического потенциала региона и эффективности его использования. Вместе с тем, механическое использование этого подхода не представляется целесообразным, так как ориентация только на традиционные критерии и показатели (уровень безработицы, объем промышленного производства, производительность труда и т. д.) без учета специфики их интерпретации, не позволяет в полной мере отразить объективные особенности трансформирующейся региональной экономики. Следует учитывать, что набор факторов конкурентоспособности меняется во времени и конкурентоспособность экономики региона зависит не только от экономического потенциала этого региона, но и от состояния экономической системы в целом.

Таким образом, обобщая рассмотренные методики, можно сделать вывод, что в практике анализа экономического потенциала региона используются в основном две формы учета и оценки экономического потенциала – ресурсная и результативная. Ресурсная форма оценки экономического потенциала представляет собой величину рыночной стоимости всей совокупности ресурсов, включаемых в его состав и определяющих его размер и динамику. Результативная форма предполагает определение возможного экономического результата от использования всей совокупности ресурсов, вовлекаемых в хозяйственный оборот, т. е. она характеризует максимально возможную производительность всей региональной экономики. Наиболее важной является результативная форма оценки экономического потенциала, т. е. величина максимально возможного выпуска продукции в регионе при сложившемся уровне использования и структуре имеющихся ресурсов. Следует отметить, что результативная форма оценки применима только для оценки всего экономического потенциала, а не отдельных его составляющих (трудового, производственного, инвестиционного и других форм потенциалов).

С целью обеспечения единого методического подхода предлагается рассматривать экономический потенциал конкретных территорий в разрезе следующих показателей и оценок: 1) природно-географическое положение региона; 2) площади земельных, сельскохозяйственных и лесных угодий; 3) наличие и добыча полезных ископаемых; 4) производство ВРП; 5) объем промышленной и сельскохозяйственной продукции; 6) основные производственные фонды; 7) инвестиции в основной капитал по отраслям экономики; 8) объем розничного товарооборота; 9) численность населения.

трудовых ресурсов, уровень их образования; 10) уровень жизни населения; 11) внешнеторговый оборот региона.

Указанные направления исследования могут быть представлены различными показателями в виде индексов, удельных, относительных и сравнительных характеристик. Эти показатели в основном должны быть основаны на данных службы государственной статистики в силу их большей объективности и достоверности, хотя и не исключается применение других методов и оценок. При этом важную роль играет цель исследования экономического потенциала региона, определяющая методику и выбор конкретных показателей.

Литература

1. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики. – Москва : Изд-во ГУ – ВШЭ, 2004.
2. Казанцев, С. В. Потенциал экономики регионов России как основа их внутренней конкурентоспособности // Регион: экономика и социология. – 2004.
3. Казанцев, С. В. Сравнительный анализ потенциала и эффективности экономики российских регионов // ЭКО. – 2002. – № 7.
4. Социально-экономическая потенциал региона: проблемы оценки использования и управления / Под ред. А. И. Татаркина. – Екатеринбург, 1997.
5. Шнипер, Р. И. Регион: экономические методы управления. – Новосибирск: Наука, Сиб. отделение, 1991.

УДК 338.24

Черновалов А. В., д. э. н., профессор,
Российский государственный социальный университет,
г. Москва, Россия,

Баранов Д. Н., старший преподаватель,
Московский университет имени С. Ю. Витте, г. Москва, Россия,

Черновалова Ж. В., старший преподаватель,
Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина,
г. Брест, Республика Беларусь.

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА» В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ НАУКЕ

Понятие «цифровая экономика», характеризующее процесс использования цифровых технологий в хозяйственной и бытовой деятельности, не является единственным. В литературе встречаются также следующие понятия: «Новая экономика» (англ. *new economy*), «Е-экономика» (англ. *e-economy*), «Экономика сети» (англ. *network economy*). Согласно *Oxford English Dictionary* понятие *цифровизации* включает в себя следующий процесс: рост использования цифровых или компьютерных технологий в деятельности предприятия, домохозяйства, отраслей экономики и национальной экономики в целом. Считается, что термин *цифровая экономика* описал американский ученый *Николас Негропonte* в книге «*Быть цифровым*».

Сегодня идет широкая дискуссия по поводу сущности и содержания данного понятия. Для управленческой науки появляются новые вызовы, так как предполагается изменение парадигмы развития организации, внутриорганизационных принципов ее функционирования, моральных и административных норм и правил, системы цен-

ностей и убеждений. В этой связи Юдина Т. Н. отмечает, что цифровые технологии в современном мире преобразует господствующую технико-экономическую и хозяйственную парадигму развития экономики: «Это понятие связано с интенсивным развитием *информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)*, началом процесса информатизации второго поколения, что является основой формирующегося VI технологического уклада... Все больше отраслей и секторов национальной экономики: финансы, торговля, а также машиностроение, сельское хозяйство, строительство, транспорт, связь, медицина, образование и др. – включаются в электронную и цифровую экономики» [10]. Евтянова Д. В. и Тиранова М. В. показывают, что важнейшей составляющей современной информационной экономики является *высокий уровень применяемой технологии*, которая преобразует отношения между субъектами хозяйственной жизни: «автоматизированное управление хозяйством на основе передовых информационных технологий; уклад, основанный на эффективном информационном управлении системой производства» [3]. Данный факт требует осмысления его сущности, разработки соответствующего понятийного аппарата, обновления методологии науки управления.

Василенко Н. В., в статье «Цифровая экономика, концепция и реальность» выделяет три базовые составляющие цифровой экономики: *инфраструктура*, включающая аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации и т. д.; *электронные деловые операции*, охватывающие бизнес-процесс, в рамках виртуальных взаимодействий между субъектами виртуального рынка; *электронная коммерция*, подразумевающая поставку организациями товаров с помощью интернета [1]. В этой связи следует отметить, что для управления цифровой экономикой необходимо также наличие *инфоструктуры*, то есть обеспечение организаций соответствующими программными продуктами и интернет-структурами, и *инфокультуры* – внедрение цифровых технологий не только в производственный процесс организации, но и в традиционную повседневную жизнь человека на уровне привычек и обычаев. Эти характеристики отмечены в книге «Цифровое будущее или экономика счастья?» [9, с. 105]. McKinsey определяет цифровизацию как действия, связанные с использованием цифровых технологий, целью которых является повышение производительности и ускорение экономического роста (таблица 1).

Таблица 1 – Направления повышения производительности труда в результате использования цифровых технологий [13]

Направление повышения производительности	Характеристика
Оптимизация процессов	Цифровые технологии увеличивают эффективности управления цепочкой создания стоимости на предприятии
Доступ к новым рынкам	Увеличение возможности доступа и занятия отдельных ниш. Возможность глобального охвата рынков. Автоматизация исследования данных о потребностях клиентов организаций
Инновационные продукты	Увеличение эффективности исследовательских процессов в области маркетинга, рекламы и продвижения продукции. Новые модели управления процессами. Новые методы взаимодействия с клиентами
Увеличение профессиональной активности	Развитие удаленной работы и телезанятости. Специализация как часть технологического процесса

Рассматривая основные направления влияния цифровой экономики на методы управления различными отраслями народнохозяйственного комплекса, можно отметить появление следующих результатов: повышение мобильности в удовлетворении потребностей потребителей, что позволяет преодолевать территориальные ограничения и зависимость от расположения поставщиков; получение возможности сбора, хранения и обработки значительных объемов информации, что приводит к снижению издержек принятия решений и заключения сделок; распространение сетевых эффектов, меняющих цепочки создания стоимости и развивающие новые модели ведения бизнеса, бережливого производства; изменение системы отношений между потребителем и производителем в сторону вовлечения потребителя в процессы создания новых стоимостей, например, в рамках концепции «открытых инноваций» [1].

Основной целью управления в цифровой экономике становится клиент – это главный элемент процесса деятельности организации. Клиент выбирает товар, полагаясь на советы, личный опыт и рекламу, продавец не имеет возможности лично контактировать с покупателем, организация воздействует посредством интернет-рекламы, интернет-моды, интернет-друзей, интернет-увлечений и т. д. [5]. В этой связи можно предполагать, что значение социально-психологических методов управления организацией существенно возрастет, а сами методы трансформируются. В этой сфере актуализируется значение социально-экономических последствий новых цифровых технологий, требующих достоверной информации. Эту проблему поднимают Норсц Н. К. и Станкевич А. А. в статье «Цифровая экономика и перспективы развития», где отмечается, что главным ресурсом в условиях генезиса цифровой экономики является информация, основной характеристикой которой является правдивость и своевременность. В противном случае, склонность постсоветской хозяйственной среды к оппортунистическому поведению может расширить мошеннические действия и обычный обман клиента.

Многие работы подчеркивают техническую и технологическую составляющую цифровой экономики, что характеризует собой преобладание *технократического подхода* к анализу исследуемой категории. Так, Скорятин Е. А., Соболев Р. К. под цифровой экономикой понимают трансформационные эффекты и их результаты, полученные в процессе внедрения новой технологии в области информации и коммуникации [6]. Авторы акцентируют внимание на факторах технологического развития и роста роли информации в процессах коммуникации. При этом следует отметить, что они упускают ряд прочих значимых факторов, характеризующих цифровую экономику: так, например, свободу географического положения субъектов экономики, осуществляющих коммуникации, выполнение хозяйственных операций посредством интернета и др. Устинова Л.Н. отмечает, что цифровая трансформация способствует созданию инновационных продуктов на основе комплекса передовых технологий, а цифровые технологии играют решающую роль в обеспечении долговременного устойчивого развития. Выявление же новых технологических решений осуществляется на основе исследований, проводимых на базе информационных технологий [8]. Одним из новых направлений является *интернет вещей*. Рассматривая процессы, осуществляемые в рамках развития *интернета вещей*, многие авторы [9, 14] отмечают, что для обеспечения полноценного взаимодействия субъект и объект данного процесса должны иметь существенную долю цифровой составляющей. Важной составляющей является также придание новых, полезных функций традиционным товарам. При этом цифровое содержание воздействует на систему управления этой сферой, методы управления, стоимость товара, а в перспективе и определяют их.

Ряд ученых отмечают, что «цифровая» (электронная) экономика — это экономика, характерной особенностью которой является максимальное удовлетворение потребностей всех ее участников за счет использования информации, в том числе персо-

нальной [2]. В данном случае, авторы указывают на фактор, который обеспечит последующие преобразования хозяйственной среды – *персонализация* всех экономических процессов и их фиксирование в соответствующих реестрах. Это существенная, по нашему мнению, характеристика, которая окажет влияние и на методологические основы управленческой теории с точки зрения большей регулируемости процессов и явлений. Так, Мальцев А. Ю. отмечает, что цифровая экономика, ввиду наличия определенных свойств нематериального функционирования, позволяет преодолеть некоторые методологические ограничения, как-то: материальная продукция не может быть использована несколькими людьми, что для цифровых продуктов не характерно: они могут быть скопированы и распространены среди неограниченного круга лиц; материальная продукция подвергается износу в процессе использования, а цифровая нет. Цифровые продукты не теряют своих первоначальных свойств, более того, эти свойства могут быть усовершенствованы в процессе совместной эксплуатации или обмена, информационно-коммуникационные площадки позволяют избежать ограничений по размеру площадей, свойственных обычным торговым помещениям, а значит, и по объёму ассортимента и количеству одновременно обслуживаемых клиентов [4].

Исходя из проведенного сущностного и содержательного анализа исследуемого понятия, по нашему мнению, можно выделить следующие его основные составляющие: широкое использование цифровых и компьютерных технологий в хозяйственной и иной деятельности домохозяйств, фирм и государства; ядром цифровой экономики является интернет; обмен информацией приводит к персонализации хозяйственных отношений; развитие цифровой инфраструктуры, инфокультуры и инфокультуры; использование технологий обработки больших объемов информации, таким образом происходит синхронизация и изменение величины данных в реальном времени; расширение сферы использования интернета вещей и перевод бытовых процессов на цифровую основу (умные (смарт) вещи, дома, деревни, поселки, города); преодоление географических барьеров в процессе осуществления коммуникаций, координации и других видов взаимодействия между субъектами хозяйственных отношений; автоматизация хозяйственных процессов и снижение роли человека в экономике без посредников и самозанятости, преобразование рынка труда; перенос связи: клиент – фирма – государство в виртуальное пространство, развитие логистических цепочек с использованием цифровых денежных знаков; генезис рынков в виртуальном пространстве и соответствующее снижение их роли в материальной сфере.

Именно эти условия и будут способствовать полноценной диффузии цифровых технологий в национальную экономику (таблица 2).

Таблица 2 – Факторы диффузии цифровых технологий в экономической деятельности общества

Фактор диффузии цифровых технологий	Характеристика
Экономическая эффективность и обоснованность	Внедрение цифровых технологий несет соответствующие издержки и должно быть обосновано экономически
Готовность инфраструктуры, инфокультуры и инфокультуры	Предполагается возможность направления средств государства на создание соответствующей инфраструктуры, инфокультуры и инфокультуры
Институциональная готовность	При появлении новых рынков, товаров и услуг, обусловленных внедрением цифровых технологий, возникает необходимость регламентации и регулирования отношений, с целью минимизации транзакционных издержек

Источник: собственная разработка

Таким образом, можно утверждать, что цифровая экономика, кроме технологического наполнения, требует и соответствующей институционализации, основанной на регламентации отношений со стороны государства в целях эффективного действия организаций в рамках рыночных механизмов. Дадим авторское определение цифровой экономике:

Цифровая экономика – это институционализируемая сфера социума, включающая совокупность организаций и их клиентов, использующих цифровые технологии в хозяйственной и социальной жизни, на основе широкого использования интернета, информационно-коммуникативных средств, коммуницирования, координирования, обмена информацией в реальном времени, создания и обмена цифровыми товарами и услугами – это сфера, игнорирующая расстояния и географическое местоположение субъектов хозяйственных отношений. *Цифровизация*, как хозяйственное явление, появилась за предметными пределами управленческой науки, но в настоящее время начинает широким фронтом вторгаться в хозяйственную среду. Последняя, пока не сформулировала соответствующих институтов регулирования, основанных на принятом законодательстве, или правил игры, которые могли бы обеспечить значительное сокращение издержек на осуществление управления и коммуникации организаций. Однако, по нашему мнению, генезис цифровой экономики и развитие методов управлений ей должно обеспечить опережающее развитие народного хозяйства и ускоренный экономический рост.

Литература

1. Василенко, Н. В. Цифровая экономика: концепции и реальность // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с.
2. Введение в «Цифровую» экономику / А. В. Кешелава В. Г. Буданов, В. Ю. Румянцев [и др.]; под общ. ред. А. В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И. А. Зимненко. – ВНИИГ еосистем, 2017. – 28 с. (На пороге «цифрового будущего»). Книга первая).
3. Евтянова, Д. В. Цифровая экономика как механизм эффективной экологической и экономической политики / Д. В. Евтянова, М. В. Тиранова // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» 2017. – Том 9. – № 6.
4. Мальцев, А. Ю. Цифровая экономика // Экономика и социум. – 2018. – № 1(44).
5. Норец, Н. К. Цифровая экономика: состояние и перспективы развития / Н. К. Норец, А. А. Станкевич // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с.
6. Скорятин, Е. А. Особенности формирования и становления цифровой экономики / Е. А. Скорятин, Р. К. Соболев // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с.
7. Сударушкина, И. В. Цифровая экономика АНИ: экономика и управление / И. В. Сударушкина, Н. А. Стефанова. – 2017. – Т. 6. – № 1(18).
8. Устинова, Л. Н. Роль цифровых технологий в эффективной работе инновационного кластера // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и

практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с.

9. Черновалов, А. В. Цифровое будущее или экономика счастья? / А. В. Черновалов, З. Цекановский, З. Шиманский, П. А. Черновалов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2018. – 218 с.
10. Юдина, Т. Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. – № 3. – 2016.
11. Cyfrowa Polska // McKinsey & Company, Forbes Polska. – RAPORT, 2016.
12. Путин, В.В. Послание ФС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1prime.ru/articles/20180301/828510456.html>.

УДК 330.47

Шаркова О. Э., ст. преподаватель кафедры экономической теории,
Терещенко Е. А., студентка 2 курса специальности «Управление информационными ресурсами»,
УО «Академия управления при Президенте Республики Беларусь»,
г. Минск, Республика Беларусь

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Процесс цифровизации экономики – это необратимая тенденция, затрагивающая практически все сферы экономической деятельности. Он достаточно многогранен и неоднозначен. Одним из аспектов цифровизации является гендерный. Рассмотрим его в разрезе финансовой инклюзии и тенденций развития информационной отрасли.

«Инклюзивность» произошел от английского слова include — «включать», «вовлекать». Можно сказать, что это свойство, связанное с включением, вовлечением какого-либо объекта в определенное явление (множество).

В разных источниках инклюзивный рост трактуется по-разному. Так Всемирный банк определяет его как высокий и устойчивый (с акцентом на сокращение уровня бедности), затрагивающий все сектора экономики, вовлекающий значительную часть трудовой силы, характеризующийся равными возможностями с точки зрения доступа к ресурсам и рынкам. Основополагающим в этом определении является создание условий для продуктивной занятости всех групп населения, включая гендерный аспект.

Гендер является мощным определяющим фактором экономических и финансовых возможностей. Женщины пользуются финансовыми услугами в меньшей степени, чем мужчины, особенно если речь идет о развивающихся странах. Во всем мире 47 % женщин владели или владеют счетом, по сравнению с 55 % мужчин [1, с. 35].

Существуют и другие отличительные черты с точки зрения гендера. Например, самый большой разрыв наблюдается в тех странах, где прожиточный минимум меньше 2 долл. США в день, и среди людей, проживающих в Южной Азии и на Ближнем Востоке. По мнению многих экономистов данная тенденция (разрыв между мужчинами и женщинами, владеющими или имеющими доступ к банковским счетам) характерна практически для всех регионов мира, в группах людей, сформированных по принципу получаемого среднего дохода. Гендерный разрыв в развитых странах (примерно 6-9%) существует в тех же самых группах (сформированных по доходному принципу), что и в развивающихся странах. Это доказывает тот факт, что разрыв яв-

ляется не только функцией дохода. Женщины значительно отстают от мужчин по темпам осуществления сбережений, заимствований посредством банковских учреждений даже с учетом таких индивидуальных характеристик, как возраст, образование, доход, проживание в городе или сельской местности.

Например, в Латинской Америке только 8 % женщин сообщили, что они сохраняли деньги в банковских учреждениях в 2016 г., по сравнению с 12% мужчин. Отсутствие доступа к возможности иметь банковские счета зачастую ставит женщин в невыгодное положение, так как это влечет за собой трудности по получению правительственных пособий, денежных переводов от членов семьи, проживающих или работающих за границей. Отсутствие банковского счета, кредитной истории, препятствует, очень часто, развитию предпринимательства как среди женщин (в особенности), так и среди мужского населения, а также возможности получения образования. [1, с. 191]. Как правило, причиной гендерного разрыва выступают следующие факторы:

1) правовая дискриминация в отношении женщин, например в трудовом законодательстве, правах наследования: данный факт объясняет значительную часть гендерного разрыва в развивающихся странах;

2) использование метода сбережений вне банковской системы. Например, в странах Африки к югу от Сахары 53 % женщин сберегают часть денежных средств используя общинный метод, а не путем вложения в финансово-кредитные учреждения, по сравнению с 43% мужчин;

3) использование расчетного счета другого человека. 26 % женщин и 20% мужчин используют счета другого человека, как правило, члена семьи.

В нескольких проведенных исследованиях используются рандомизированные контролируемые фактические данные, которые показывают, что доступ к личным сберегательным инструментам повышает потребление и производительные инвестиции, особенно среди женщин, тем самым способствуя расширению прав и возможностей женщин [2, с. 92]. Таким образом, женщинам, недостаточно иметь только доступ к расчетному счету в банке, они должны являться их владельцами (самого банковского счета и сбережений на нем).

В развивающихся странах существует разрыв не только с точки зрения использования расчетного счета и сбережений, но и выданных кредитов. Так, согласно исследованиям Всемирного банка, в Пакистане 50-70 % выданных кредитов женщинам-клиентам могут фактически использоваться их родственниками-мужчинами [3, с. 8]. Данный факт доказывает существование проблемы измерения степени финансового включения, а также разработки государственной политики по расширению финансового доступа, образования. Например, расширение субсидированного кредитования для женщин может повлечь за собой использование их мужчинами, другими членами семьи для получения более льготных финансовых ресурсов.

Сфера, которая непосредственно связана с развитием цифровизации и углубления финансовой инклюзии – это информационные технологии. Остановимся на особенностях развития ее в Республике Беларусь в разрезе темы исследования. В 2017 г. доля женщин, работающих в ИТ-компаниях, составила 19,2%. Этот показатель составлял менее 10% в 2010 г. [4]. Как видно, ситуация на рынке информационных технологий изменилась, но это не привело к достижению гендерного равенства в данной сфере. Согласно исследованию по выявлению «типичного портрета программиста» были обнаружены следующие характеристики: обычному ИТ-специалисту от 26 до 35 лет, его опыт работы составляет 6 лет и это мужчина. Мнение, что программист – это

представитель мужского пола, настолько крепко закрепилось в умах людей, что стало одним из самых ярких стереотипов, касающихся сферы информационных технологий.

По данным на начало 2010 г., преимущественно «женскими» являлись гуманитарно-социальные профили образования в высших учебных заведениях Республики Беларусь (девушки составляют 81,7% всех обучающихся в сфере гуманитарных наук) [5]. Однако на данный момент представительницы прекрасного пола активно занимают свою нишу на технических специальностях в высших учебных заведениях и затем работают в сфере информационных технологий. Доля девушек, которые окончили высшие учебные заведения и связали свою профессиональную деятельность с ИТ, среди выпускников одних из наиболее авторитетных факультетов по подготовке кадров для сферы информационных технологий в 2017 году составила:

- механико-математический факультет Белорусского государственного университета (17,2%);
- факультет информационных технологий и робототехники Белорусского национального технического университета (16,5%);
- факультет информационных технологий и управления (14,4%) [4].

Согласно статистике, наибольшая удельная доля женщин наблюдается в таких видах деятельности ИТ-сферы, как бизнес-анализ (45,2%) и тестирование (43,3%). Это самые гендерно сбалансированные специальности, где степень вовлечённости женщин уже фактически сравнима с мужской, и значение её процентах от общего числа занятых только растёт с каждым годом. К сожалению, лишь каждый десятый среди разработчиков – это представительница прекрасного пола. Несмотря на положительное изменение гендерной ситуации на рынке информационных технологий, говорить о достижении гендерного равенства в этой сфере пока рано.

Увеличение финансовой инклюзивности влечет за собой расширение доступа к финансовым ресурсам, который в свою очередь приводит к положительной динамике ВВП, расширению занятости населения, а следовательно, и росту благосостояния страны в целом. Однако государственная политика должна учитывать многие факторы, оказывающие как положительное, так и отрицательное влияние на данный процесс, в том числе с учетом сложившихся гендерных аспектов цифровизации экономики.

Литература

1. Bankers without Borders: Global Financial Development Report / The World Bank. – Washington, 2017.
2. Dupas, P. Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya”/ P. Dupas, J. Robinson/ American Economic Journal. – 2017.– № 5 (1).
3. Safavian, M. A. Haq. Are Pakistan’s Women Entrepreneurs Being Served by the Micro-finance Sector? / M. Safarian, A. Hag // Directions in Development: Finance series, World Bank, – Washington, 2013.
4. Новостной интернет-портал о сфере информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dev.by/>. – Дата доступа: 20.10.2018
5. Радюль, Ю. Г. Гендерное равенство и проблемы женщин в Республике Беларусь //Фундаментальная библиотека БГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bs.by/bitstream/123456789/28713/1/19-21.pdf>. – Дата доступа: 13.04.2018.

2 СЕКЦИЯ. ФОРМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОГРЕССИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ТЕРРИТОРИЙ

УДК 330.322

Адамчук А. М., к. э. н., профессор,

Баркин Д. Е., к. э. н., доцент,

Губкинский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования

«Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова»,
г. Губкин, Россия

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Проблемы инвестирования предпринимательской деятельности всегда находились в центре внимания ученых-экономистов. Это вызвано тем, что инвестирование обеспечивает не только сохранение экономического положения предприятий, но и их развитие. Особое место занимает инвестирование малых предприятий, так как они обеспечивают решение комплекса сложных социально-экономических проблем: снижение безработицы, насыщение рынка товарами первой необходимости, использование местных сырьевых ресурсов и отходов производства крупных предприятий, снижение сроков внедрения инноваций, ускоренное освоение инвестиций.

В практической деятельности у большинства предпринимателей постоянно возникают два вопроса:

- какую сумму кредита следует брать, чтобы можно было эффективно его использовать;
- какие объемы каждого вида продукции следует производить, чтобы не обанкротиться и рассчитаться за кредит.

Данную проблему, которая для предпринимателя является неразрешимой ввиду отсутствия необходимого методического инструментария, можно сформулировать так: необходимо рассчитать объемы производства продукции малого предприятия, не превышающие платежеспособный спрос, для выполнения которых предприниматель использует собственный капитал и такую сумму кредита, который он в состоянии погасить за счет средств, полученных в результате деятельности с использованием этого кредита, и при этом достичь максимально возможного размера прибыли. Решение задачи в такой постановке позволит определить объемы производства и реализации продукции, обеспечивающие баланс с суммой финансовых средств и исключить убыточность и задолженность по кредитам.

Анализ источников по управлению и деятельности малых предприятий показал отсутствие работ по моделированию инвестиционной деятельности малого бизнеса. В работе Б. М. Широкова [2] разработан ряд рыночных моделей, по которым при заданных объемах ресурсов (предметы труда, средства труда, труд) и удельных затратах ресурсов на единицу выпускаемой продукции определяется оптимальный объем выпуска готовой продукции каждого вида. Эти модели не учитывают необходимость кредитования предпринимателя и определение суммы кредита. В его работе широкое применение находят методы линейного программирования. Данные методы характеризуются получением линейной целевой функции и ряда линейных ограничений (неравенств). Суть нахождения экстремального значения целевой функции состоит в последовательном переборе

вершин ограниченной области допустимых решений, где максимум (минимум) целевой функции будет находиться на границе области допустимых решений. Однако попытки использовать изложенную Б. М. Широковым методику для решения вышепоставленной задачи результатов не дали, объемы производства видов продукции мы получили равными объемам платежеспособного спроса и никак не связанными с необходимостью определения размера кредита. В нашем случае область допустимых решений открыта и ограничена полуплоскостью (гиперполуплоскостью) и методы линейного программирования для решения нашей задачи неприменимы.

Поставленную нами задачу можно решить с использованием «метода крутого восхождения» (метода Бокса-Уилсона), который применяется в технических системах при планировании эксперимента для поиска оптимальных условий [1], приспособив его для решения экономических задач.

Прежде чем приступить к разработке математических моделей, определим максимальную величину кредита, который предприниматель в состоянии погасить за счет собственных средств, полученных в результате деятельности с использованием данного кредита.

Наиболее вероятными источниками инвестиционных ресурсов могут быть: кредит банка (засмный капитал) и собственные средства (собственный капитал).

В этом случае для реализации инвестиционного проекта потребуется капитал, состоящий из денежных средств, получаемых из двух указанных источников:

$$K = Z_k + C_k, \quad (1)$$

где K – капитал, предусмотренный в инвестиционном проекте для его реализации;

Z_k – засмный капитал (кредит банка);

C_k – собственный (уставный) капитал.

Можно записать модель, характеризующую связь размера кредита банка (инвестора) и прибыли, получаемой от реализации инвестиционного проекта, т. е. с учетом возможности возврата кредита за счет собственных средств. А это будет возможно тогда, когда плата за кредит и проценты по кредиту не будет превышать сумму полученной от использования кредита прибыли и амортизации.

$$Z_k + P_k \leq \sum_{t=1}^T (\Pi_t + A_{mt}), \quad (2)$$

где P_k – плата (процент) за кредит банка;

Π_t – прибыль, получаемая от реализации инвестиционного проекта в t -м году;

A_{mt} – сумма амортизационных отчислений в t -м году;

T – срок погашения кредита и процентов по кредиту, лет.

Правую часть выражения (2) можно записать так:

$$\sum_{t=1}^T (\Pi_t + A_{mt}) = \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} C_{jt} \cdot Q_{jt} - \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} C_{jt} \cdot Q_{jt} + \sum_{t=1}^T A_{mt}, \quad (3)$$

где Q_{jt} – объем производства j -й продукции согласно инвестиционному проекту в натуральном выражении в t -м году;

C_{jt} – цена единицы j -й продукции в t -ом году;

C_{jt} – себестоимость единицы j -й продукции в t -м году;

j – вид выпускаемой продукции, работ, услуг;

n – число видов продукции, работ, услуг.

Подставив значение $\sum_{t=1}^T (\Pi_t + A_{mt})$ в модель (2), получим:

$$3_k + P_k \leq \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_{jt} \cdot Q_{jt} - \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} C_{jt} \cdot Q_{jt} + \sum_{t=1}^T A_{mt} \quad (4)$$

Поставив знак равенства между правой и левой частью модели (4), найдем величину заемных средств:

$$3_k = \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_{jt} \cdot Q_{jt} - \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} C_{jt} \cdot Q_{jt} + \sum_{t=1}^T A_{mt} - P_k; \quad (5)$$

$$P_k = p_k \cdot 3_k, \quad (6)$$

где p_k – кредитная ставка в долях единицы.

Подставив значение P_k в формулу (5) и сделав несложные преобразования, получим:

$$3_k = \frac{\sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_{jt} \cdot Q_{jt} - \sum_{t=1}^T \sum_{j=1}^{j=n} C_{jt} \cdot Q_{jt} + \sum_{t=1}^T A_{mt}}{1 + p_k} \quad (7)$$

В связи с тем, что в большинстве случаев малым предприятиям предоставляется кредит на срок не более 1 года, формулу (7) можно записать:

$$3_k = \frac{\sum_{j=1}^{j=n} (\Pi_j - C_j) Q_j + A_m}{1 - p_k} \quad (8)$$

Формула (8) позволяет нам определить максимальную величину кредита, которую предприниматель в состоянии погасить за счет собственных средств, полученных в результате деятельности с использованием кредита.

Далее можно определить долю собственного и заемного капитала, необходимого для реализации инвестиционного проекта при заданных в нем Q_j , Π_j , C_j , A_m :

$$d_c = \frac{C_k}{K} \cdot 100\% \quad (9), (10)$$

где d_c – доля собственного капитала, необходимого для реализации инвестиционного проекта, %;

d_3 – доля заемного капитала, необходимого для реализации инвестиционного проекта, %.

Таким образом, используя приведенную методику, можно на основе данных инвестиционного проекта определить соотношение источников инвестиционных ресурсов, обеспечивающих реализацию проекта.

В литературе указывается, что в значительной мере выбор источника инвестиций связан с целью и задачами проекта, однако соответствующие рекомендации на этот счет отсутствуют. Кроме того, в случае привлечения заемных средств заемщик должен четко ответить на следующие вопросы:

- Какой объем и сроки поступления денежных средств необходимы для реализации инвестиционного проекта?
- Как будут использоваться привлеченные средства?
- Какой график и условия выплаты долга будут возможны и удобны?
- Что может предоставить предприятие в обеспечение долговых обязательств?
- Насколько привлекателен для инвестора данный проект?

Введем следующие основные обозначения:

X_j – искомый оптимальный объем выпуска готовой продукции каждого вида;
 $j = 1, \dots, n$ – номера видов выпускаемой продукции, работ, услуг;

Π_j – цена единицы вида выпускаемой продукции, руб.;
 C_j – себестоимость единицы вида выпускаемой продукции, руб.;
 A_m – сумма амортизационных отчислений за год, руб.;
 C_k – собственные средства малого предприятия, руб.;
 Z_k – сумма кредита банка, руб.;
 r_k – ставка кредита банка, доли единицы;
 $K = C_k + Z_k$ – сумма капитала малого предприятия, руб.;
 Π – прибыль малого предприятия, руб.;
 $\Pi_j = \Pi_j - C_j$ – прибыль от реализации единицы j -й продукции, руб.;
 A_j – платежеспособный спрос на j -й вид продукции, работ, услуг.

Математическая модель оптимизации в этом случае примет вид:
 целевая функция (прибыль)

$$F(x_j) = \Pi_1 X_1 + \Pi_2 X_2 + \dots + \Pi_j X_j = f(x_1, x_2, \dots, x_j) \rightarrow \max \quad (11)$$

ограничения

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j \leq K, \text{ где } K = C_k + Z_k \text{ или}$$

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j \leq C_k + Z_k; \quad (12)$$

$$X_j \leq A_j. \quad (13)$$

Ограничение (12) связано с финансовым обеспечением, которое учитывает собственный капитал и предполагаемую прибыль с возможностью возврата кредита. В такой постановке вопросы оптимизации в научной литературе до настоящего времени не рассматривались. Ограничение (13) учитывает величину рыночного спроса.

Преобразуем формулу (8):

$$Z_k = \frac{\Pi + A_m}{1 + r_k}. \quad (14)$$

Подставим выражение Z_k в правую часть ограничения (12) и получим

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j \leq C_k + \frac{\Pi + A_m}{1 + r_k}.$$

Проводя преобразования, получим

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j (1 + r_k) \leq C_k (1 + r_k) + \Pi + A_m;$$

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j (1 + r_k) \leq C_k (1 + r_k) + \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_j X_j + A_m;$$

$$\sum_{j=1}^{j=n} C_j X_j (1 + r_k) - \sum_{j=1}^{j=n} \Pi_j X_j \leq C_k (1 + r_k) + A_m. \quad (15)$$

Формула (7) будет показывать нам ограничение по капиталу при последующих расчетах.

Целевую функцию Π можно рассматривать как функцию скалярного поля. Тогда градиент функции Π есть вектор, который указывает направление наибольшего изменения поля (положительное – увеличение, отрицательное – уменьшение).

Градиент функции определяется

$$\text{grad } \Pi = \frac{\partial \Pi}{\partial x_1} \cdot \vec{i} + \frac{\partial \Pi}{\partial x_2} \cdot \vec{m} + \dots + \frac{\partial \Pi}{\partial x_j} \cdot \vec{j}; \quad (16)$$

где $\frac{\partial \Pi}{\partial x_1}; \frac{\partial \Pi}{\partial x_2}, \dots, \frac{\partial \Pi}{\partial x_j}$ – соответственно частные производные функции $\Pi = f(x_1, x_2 \dots x_j)$

по переменным x_1, x_2, \dots, x_j ;

$\bar{i}, \bar{m}, \dots, \bar{j}$ – единичные векторы (орты).

Таким образом, изменяя переменные x_1, x_2, x_j пропорционально составляющим градиента функции $\text{grad } \Pi$ будет двигаться в направлении максимума функции Π . Принимаем коэффициент пропорциональности K и даем ему значение, по которым вычисляем значения переменных x_1, x_2, \dots, x_j . На первом шаге вычислений принимаем значение $k = k_1$, где численное значение k_1 принимается меньше 1.

Значения переменных вычисляем по формулам:

$$x_1 = k_1 \cdot \frac{\partial \Pi}{\partial x_1}, x_2 = k_1 \cdot \frac{\partial \Pi}{\partial x_2}, \dots, x_j = k_1 \cdot \frac{\partial \Pi}{\partial x_j}. \quad (17)$$

В случае, когда значение переменной будет превышать платежеспособный спрос, то оно принимается равным платежеспособному спросу, т. е. $x_j = A_j$. Таким образом, соблюдается ограничение по платежеспособному спросу.

Подставляем значения переменных в целевую функцию и ограничения. Находим максимальную прибыль и значения ограничения по капиталу. Если вычисленное ограничение по капиталу меньше допустимого $[C_k(1+p_k)+A_m]$, то делается следующий шаг, принимая $k_2 > k_1$, и все расчеты повторяются. Расчеты проводятся пошагово пока достигнем границы (значения) ограничения по капиталу. Полученные значения объемов производства x_1, x_2, \dots, x_j и будут оптимальными, при которых прибыль будет максимальна и сумма кредита обеспечит выполнение программы производства и возврат займа.

По формуле
$$K = C_k + \frac{\Pi + A_m}{1 + p_k} \quad (18)$$

определяем сумму инвестиций на полученный объем производства.

Литература

1. Адлер, Ю. П. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий [текст] / Ю. П. Адлер, Е. В. Маркова, Ю. В. Грановский. – Москва : Наука, 1976. – 280 с.
2. Широков, Б. М. Малый бизнес: финансовая среда предпринимательства [текст]: учеб.-метод. пособие / Б. М. Широков. – Москва : Финансы и статистика, 2006. – 496 с.

УДК 657.6

Беликова Е. Г., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ЦЕЛЕВОЙ АУДИТ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕНЧИВОСТИ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ РЫНКА

В настоящее время в условиях рыночных экономических отношений все больше возрастает потребность в разработке новых технологий в области аудита для получения достоверной и, что немаловажно, актуальной финансовой информации о деятельности предприятия.

Для повышения эффективности деятельности и исключения вероятности банкротства предприятия руководство обязано принимать грамотные управленческие решения, основываясь на достоверной бухгалтерской (финансовой) информации и разработанной финансовой стратегии.

Каждый руководитель знает, насколько важно и необходимо иметь полную и достоверную информацию о финансовом состоянии и делах предприятия. И дело тут вовсе не в готовности перед налоговой проверкой, а в объективной оценке собственных сил предприятия — необходимо знать, насколько продуктивно и эффективно работает бухгалтерия предприятия и как ошибки, допущенные в учете, способны повлиять на его дальнейшее развитие.

Нередко возникают ситуации, когда руководство предприятия нуждается в оценке соответствия совершаемых операций законодательству и в целом правильности ведения учета как по всему предприятию, так и по отдельным его участкам. В таких случаях незаменимым элементом развития предприятия становится проведение целевого аудита.

Целевым аудитом называют проверку по специальному заданию руководителя аудируемого предприятия, т. е. в ходе проведения целевого аудита проверяется только та документация, достоверность которой интересует руководителя. В качестве заказчика целевого аудита выступает непосредственно собственник предприятия.

В случаях трудноразрешимых вопросов и проблем, возникших на предприятии, своевременно и качественно проведенный целевой аудит может стать поистине спасительным кругом.

Чаше всего предприятия прибегают к необходимости проведения целевого аудита для выявления рисков, а также для разработки методов предотвращения неблагоприятных последствий, несущих угрозу предприятию. К определению цели аудита по специальному заданию можно отнести выражение мнения о достоверности информации на исследуемом участке и оценку качества финансовых стратегий, разработанных на предприятии.

Выявить ошибки в бухгалтерском учете, исправить их, избежав при этом штрафных санкций — это лишь малая часть того, что может обеспечить проведение грамотного целевого аудита на предприятии.

В ходе проведения целевого аудита предприятие получает возможность обнаружить существенные ошибки на данный момент времени, наличие которых может привести к серьезным и опасным последствиям в будущем. Благодаря их своевременному обнаружению появляется шанс провести корректирующие меры или профилактические действия по их устранению.

При определении понятия «целевой аудит» встречаются различные трактовки. Так, например, ученые Пискунов А. А., Маркова В. Д. считают целевой аудит направлением управленческого аудита, который даст оценку об эффективности вложенных средств и определяет перспективы развития предприятия. Другая группа ученых, куда входят Ансофф И., Журавлев П. В., Одегов Ю. Г., Емельянова И. Н., Шишов Л. В., Алексеева И. В., убеждены, что целевой аудит выступает в качестве самостоятельной отрасли аудиторской деятельности, где оцениваются как внутренние факторы, так и внешние.

Некоторые авторы, такие как, например Суздалева Н. Ю., дают определение целевого аудита как элемента внутреннего аудита, включающего анализ информации, условий внешней и внутренней среды, интересов пользователей (инвесторов, собственников, контрагентов и др.), благодаря которому дается оценка объективности информации и принятой на ее основе финансовой стратегии.

Безусловно, целевой аудит способен помочь собственникам имущества установить фактическое состояние предприятия и сравнить его с поставленными целями, а также дать оценку жизнеспособности самой стратегии в условиях переменчивости рыночных отношений.

Целевой аудит имеет следующую модель проведения: аудит собственности → аудит затрат → аудит денежных потоков → аудит прибыли и ее распределения → аудит цели и стратегии развития → аудит стратегических решений.

Определить, на какой стадии своей хозяйственной деятельности аудируемое предприятие использует понятие «цель» и что подразумевается под данным понятием, аудлирующая организация должна еще на стадии планирования проведения целевого аудита. При этом в качестве «цели» могут выступать как идеальные стремления предприятия, предоставляющие возможность увидеть его развитие в будущем, так и реальные возможности, благодаря которым можно своевременно завершить один из этапов деятельности и перейти к следующему для достижения желаемого идеала [1].

Таким образом, мною разработана модель аудита, которая опирается на цели, установленные коммерческой организацией (рисунок 1).

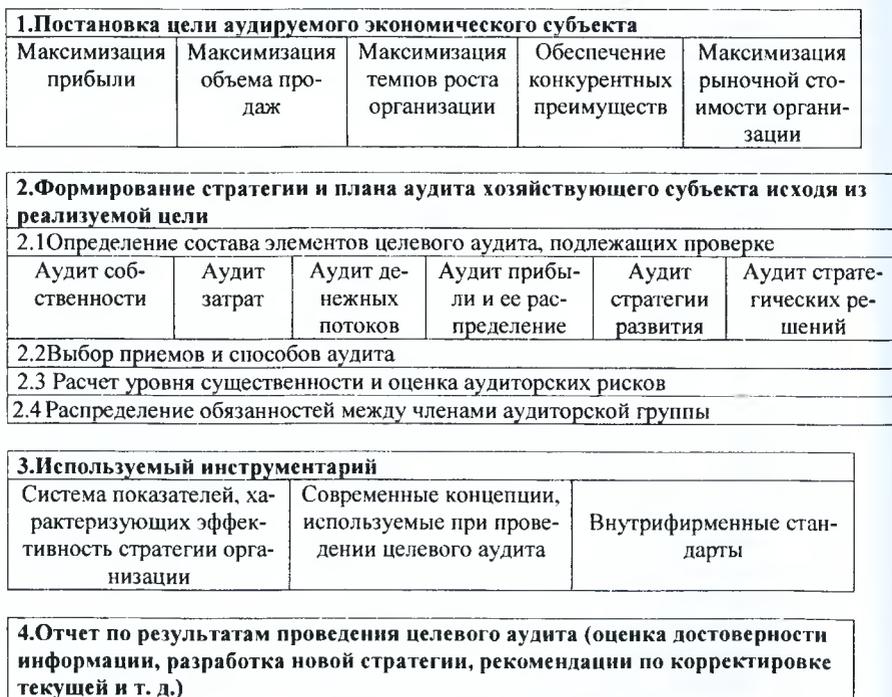


Рисунок 1 – Модель целевого аудита

В данную модель целевого аудита включены четыре этапа.

Первый этап является наиболее значимым — постановка цели деятельности и развития коммерческой организации. Абсолютно любой уровень управления имеет

цель, которая изначально возникает в общем виде без какой-либо детализации. Для придания конкретики цели рекомендовано выделить следующие подцели:

1. Максимизация прибыли. Данную цель ставит перед собой любая коммерческая организация, при этом данная цель может пересматриваться, уточняться и дополняться в соответствии с условиями конкуренции на рынке. В некоторых ситуациях она может быть заменена, например, на сохранение доли рынка или ее увеличение.

2. Максимизация объема продаж. Для обеспечения увеличения объемов продаж организация должна прибегнуть к маркетинговым приемам, различным технологиям реализации продукции и услуг.

3. Максимизация темпов роста организации. Для выполнения данной цели коммерческая организация анализирует показатели темпов роста прибыли, учитывая основные пропорции ее распределения.

4. Обеспечение конкурентных преимуществ. Для достижения высокого уровня конкурентоспособности организация должна применять современные технологии, разрабатывать новые виды продукции, а также повышать ее качество.

5. Максимизация рыночной стоимости организации. Данная цель подразумевает, что самой основной функцией организации является повышение благосостояния ее учредителей.

Вышеперечисленные подцели направлены на закрепление и упрочнение положения коммерческой организации в бизнес-среде.

Затем аудитору необходимо выявить состав подлежащих проверке элементов целевого аудита. К данным элементам относятся аудит собственности, аудит затрат, аудит денежных потоков, аудит прибыли и ее распределения, аудит цели и стратегии развития, аудит стратегических решений. Второй этап направлен на определение приемов и способов проведения целевого аудита, уровня существенности, оценки аудиторских рисков.

Третий этап целевого аудита определяет инструментарий, который включает в себя:

- систему экономических показателей, которые дают характеристику эффективности стратегии организации;
- современные методики, которые используются в ходе проведения аудита;
- внутрифирменные стандарты аудита.

При этом для определения эффективности стратегии организации выделяют следующие аспекты:

- рыночная эффективность – дает понять степень полноты удовлетворения запросов потребителя;
- целевая эффективность – определяет степень достижения целей организации;
- внутренняя эффективность – оценивает, насколько эффективно используются внутренние ресурсы организации;
- внешняя эффективность – оценивает, насколько эффективно используются внешние возможности организации.

Заключительный четвертый этап подразумевает составление итоговых документов по результатам проведения целевого аудита. Итоговый документ представляет собой отчет аудитора, в котором прописываются подробные выводы с описанием выявленных неточностей и погрешностей в работе, дается рекомендация по профилактическим действиям в отношении имеющейся стратегии или разработка новой.

Таким образом, целевой аудит является необходимой частью хозяйственной деятельности организации, который решает не только такие проблемы, как оценка достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности, но также выступает в качестве

незаменимого элемента управления организации в условиях переменчивости внешних и внутренних факторов рынка. Руководитель при помощи проведения целевого аудита получает ценную информацию о финансовом положении его предприятия, что позволяет ему принимать верные и эффективные управленческие решения. Возможность своевременно реагировать на изменения и принимать соответствующие меры является важнейшим условием успешного и устойчивого развития организации и достижения поставленных ею целей.

Литература

1. Ситнов, А. А. Метод операционного аудита // Аудиторские ведомости. – 2007. – № 3. – С. 27–33.
2. Краткий философский словарь / Под ред. А. П. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Велби; Проспект, 2004. – 496 с.
3. Андреев, Г. И. Основы управления предприятием: современные тенденции в управлении: учеб. пособие / Под ред. Г. И. Андреева, В. А. Тихомирова. – Москва : Финансы и статистика, 2005. – 400 с.
4. Алексеева, И. В. Стратегический аудит как перспективное направление развития аудита / И. В. Алексеева // Учет и статистика. – 2008. – № 2.
5. Емельянова, И. Н. Место стратегического аудита в системе стратегического планирования // Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа, налогообложения и статистики: материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Ростов н/Д : РИНХ, 2009 – С. 191–194.

УДК 339.72+339.5

Беликова Е. Г., старший преподаватель,
Глушаков А. В., студент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ИННОВАЦИОННЫЙ БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

В настоящее время традиционные расчётные инструменты, применяемые в международной практике, требуют усовершенствования и разнообразия. Необходимы новые инструменты в сфере оплаты за товары (работы, услуги), которые бы позволили минимизировать предпринимательские риски и сокращали расходы на администрирование торговой деятельности. IT-технологии в банковском секторе, развитие способов хранения, связи и передачи финансовой информации так же оказывают влияние на появление новых форм и инструментов безналичного расчёта.

За последние несколько лет процедуры расчётов стали более эффективными за счёт совершенствования правовой базы. Так, в 2013 году Банковской комиссией при Международной торговой палате были опубликованы разработанные совместно с рабочей группой SWIFT Унифицированные правила для банковских платёжных обязательств (Bank Payment Obligations). Банковское платёжное обязательство (БПО) - это новый продукт Международной торговой палаты (ICC) в области торгового финансирования, который представляет собой обязательство, взятое на себя одним банком перед другим, о том, что оплата будет произведена на определённую дату после совпадения электронных данных. Перспективность БПО как инструмента торгового фи-

нансирования уже оценили такие крупные международные банки, как Deutsche Bank, Standard Chartered Bank, Bank of Tokyo-Mitsubishi, Bank of China, Commerzbank, JP Morgan, BNY Mellon и др. В сентябре 2011 года была успешно осуществлена первая оперативная трансграничная сделка с использованием БПО для поддержки экспорта между Bank of China (Shanghai) и Hua Nan Bank (Taiwan) [2].

В Республике Беларусь применение в расчётах БПО стало возможным с 29 октября 2018 г. в связи с вступлением в силу Постановления Правления Национального банка от 9 октября 2018 г. № 455. Согласно ч. 2 п. 18 Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2018 год Национальный банк Республики Беларусь должен проводить организационные мероприятия, направленные на обеспечение субъектам предпринимательской деятельности возможности осуществления расчётов с использованием в том числе банковского платёжного обязательства. Такой шаг позволит субъектам хозяйствования Республики Беларусь повысить прозрачность сделок и увеличить скорость расчётных операций в торговле. Неоспоримо значение применения БПО в практике, так как оно нацелено на сочетание наилучших сторон как документарного аккредитива, так и открытого счета. Банковское платёжное обязательство представляет собой инновационный способ обеспечения и финансирования операций клиентов за счёт обслуживающих их банков.

Расчёты по БПО осуществляются в следующем порядке:

1. Заключение контракта между поставщиком и покупателем.
2. Заявление покупателя обязывающемуся банку на выпуск БПО. В заявлении указывается информация (данные), которую необходимо будет представить поставщику для получения платежа.
3. Обязывающийся банк направляет сообщение о выпуске БПО банку-получателю и представленную покупателем информацию (данные) в Межбанковскую систему для сопоставления.
4. Банк-получатель уведомляет поставщика о выпуске БПО.
5. Поставщик после отгрузки по контракту направляет покупателю транспортные документы и счёт и представляет банку-получателю установленную в БПО информацию (данные) для передачи их в Межбанковскую систему для сопоставления.
6. Межбанковская система сопоставляет представленную обязывающимся банком и банком-получателем информацию (данные).
7. Обязывающийся банк направляет покупателю сообщение о совпадении информации (данных) или о наличии расхождений.
8. Платёж банка-получателя поставщику в обусловленный контрактом срок.
9. Платёж обязывающегося банка банку-получателю.

Таким образом, основная задача БПО-дублировать торговлю с открытого счета, которая уже доступна по традиционному документарному аккредитиву.

К преимуществам БПО можно отнести следующее:

1. Привлекательные возможности для покупателя-импортёра при расчётах по БПО:
 - 1.1. Надёжность авансового платежа. При этом покупатель может не платить до получения товара.
 - 1.2. Обязывающийся банк производит платёж. Данное действие позволяет покупателю получить отсрочку платежа, при этом не нарушая своих обязательств по договору.
 - 1.3. Укрепление деловых отношений между сторонами договора поставки, что позволяет не прерывать цепь поставок.
 - 1.4. Покупатель подтверждает отправку товара до даты или в день доставки согласно условиям.

1.5. Покупатель, показав свою платёжеспособность при выборе ВРО в качестве способа расчётов, получает возможность получить меньший ценовой коэффициент.

1.6. БПО защищает покупателя от недисциплинированного поставщика.

1.7. БПО могут быть запрограммированы покупателем на получение дополнительной информации о качестве и комплектности товаров

2. Привлекательные возможности для поставщика-экспортёра при расчётах по БПО:

2.1. Уверенность в получении платежа при надлежащем исполнении со своей стороны обязательств.

2.2. Доступ к финансированию как до, так и после поставки товаров.

2.3. Поскольку БПО имеет безотзывный характер, то наблюдается снижение риска отмены или изменения заказа на покупку.

2.4. Отсутствие риска неоплаты покупателем товара по причине недовольства поставленной продукцией.

2.5. Система автоматического сопоставления данных приводит к увеличению достоверности оснований платежа и снижению общей сложности сделки.

2.6. Автоматический алгоритм проверки данных устраняет необходимость ручного труда и, как следствие, устраняет субъективные риски расхождений данных, вводимых вручную, споров и задержек.

2.7. Ускорение взаиморасчётов сторон по договору происходит посредством автоматического процесса.

Например, прямое дебетование счета получило широкое распространение в странах Европейского союза и активно используется в государствах - участниках Евразийского экономического союза (Российская Федерация, Казахстан). Этот инструмент направлен на обеспечение защиты прав потребителя услуг (плательщика) и возврата ему денежных средств в случае неудовлетворительного качества товара. Сущность этого подхода состоит в том, что на основании акцепта, выданного плательщиком бенефициару, при приобретении товаров, работ, услуг осуществляется списание денежных средств с корреспондентского счета банка. Денежные средства, списанные с корреспондентского счета банка-отправителя, зачисляются в банке-получателе на счёт по учёту средств на временной основе. На указанном счёте денежные средства находятся до истечения трёх банковских дней с момента зачисления. В течение указанного срока плательщик может отозвать совершенный платёж. По истечении трёх банковских дней денежные средства, поступившие посредством прямого дебетования счёта, зачисляются банком-получателем на счёт бенефициара.

Согласно традиционному документарному аккредитиву банк обязан произвести оплату при условии фактического предоставления соответствующих документов. Отличительной чертой БПО от документарного аккредитива является то, что банк обязан произвести плату при условии предоставления соответствующих данных в электронном виде. При совершении операций с БПО все участвующие в выполнении их банки ограничиваются работой с данными, а не с документами, товарами (работами, услугами), к которым имеют отношение эти данные. Банки обязаны удостовериться лишь в том, что данные, направляемые ими в межбанковскую систему для сопоставления, точно отражают полученные данные от клиентов.

Поскольку как сопоставление торговых данных с установленным базисом, так и установление самого базиса, происходит в системе TSU, то для осуществления расчётов посредством БПО банк покупателя и банк продавца должны быть зарегистрированными как пользователи SWIFT TSU. Каждая коммуникация между данными банками происходит не напрямую, а через систему TSU, которая в свою очередь генерирует соответствующие типы отчётов и уведомлений для участвующих в транзак-

ции банков. Например, система TSU направляет обязывающемуся банку и банку продавца отчёт о результатах сопоставления данных по результатам сопоставляемых данных. Расхождения, выявленные системой между представленными данными и установленным базисом, носят название «несоответствий». В случае, если обязывающийся по БПО банк акцептует выявленные TSU несоответствия, БПО подлежит исполнению в соответствии с его условиями.

В связи с этим, банковское платёжное обязательство имеет ряд преимуществ по сравнению с аккредитивом, а именно:

- 1) ускорение процесса расчёта;
- 2) расширение возможностей для финансирования;
- 3) доступность;
- 4) электронное представление информации вместо бумажных документов;
- 5) исключение человеческого фактора при проверке документов.

Ключевое отличие БПО от аккредитива состоит в том, что оферта может исходить как от банка плательщика, так и от банка-получателя в зависимости от потребностей клиентов. Таким образом, сторонами обязательства являются банки, что гарантирует контрагентам последующее осуществление платежей.

Можно выделить следующие преимущества использования БПО при расчётах для импортёров:

- 1) надёжность авансового платежа. При этом покупатель может не платить до получения товара;
- 2) обязывающийся банк производит платёж. Данное действие позволяет покупателю получить отсрочку платежа, при этом не нарушая своих обязательств по договору;
- 3) укрепление деловых отношений между сторонами договора поставки, что позволяет не прерывать цепь поставок;
- 4) покупатель подтверждает отправку товара до даты или в день доставки согласно условиям;
- 5) покупатель, показав свою платёжеспособность при выборе БПО в качестве способа расчётов, получает возможность получить меньший ценовой коэффициент;
- 6) БПО защищает покупателя от недисциплинированного поставщика;
- 7) БПО могут быть запрограммированы покупателем на получение дополнительной информации о качестве и комплектности товаров.

Привлекательные возможности для поставщика-экспортёра при расчётах по БПО:

- 1) уверенность в получении платежа при надлежащем исполнении со своей стороны обязательств;
- 2) доступ к финансированию как до, так и после поставки товаров;
- 3) поскольку БПО имеет безотзывный характер, то наблюдается снижение риска отмены или изменения заказа на покупку;
- 4) отсутствие риска неоплаты покупателем товара по причине недовольства поставленной продукцией;
- 5) система автоматического сопоставления данных приводит к увеличению достоверности оснований платежа и снижению общей сложности сделки;
- 6) автоматический алгоритм проверки данных устраняет необходимость ручного труда и, как следствие, устраняет субъективные риски расхождений данных, вводимых вручную, споров и задержек;
- 7) ускорение взаиморасчётов сторон по договору происходит посредством автоматического процесса.

Кроме того, расчёты с использованием БПО гораздо дешевле по сравнению с расчётами документарным аккредитивом за счёт более высокой степени автоматизации бизнес-процессов.

При наличии положительной истории торговых взаимоотношений и определённой степени доверия между субъектами хозяйствования применение БПО позволяет повысить эффективность и скорость расчётов.

Таким образом, банковское платёжное обязательство даёт возможность использовать как преимущества документарного аккредитива так и открытого счёта в автоматическом режиме.

Внедрение БПО в Республике Беларусь будет способствовать повышению эффективности и скорости проведения расчётов между контрагентами и развитию торговых отношений.

Литература

1. Об утверждении Инструкции о порядке осуществления расчётов посредством банковского платёжного обязательства: постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 09.10.2018 N 455.
2. Шакирова, Э. Банковское платёжное обязательство (ВПО): новый инструмент торгового финансирования / Э. Шакирова // Международное торговое финансирование ФАКТОРингПРО [Электрон. ресурс]. – 2012 – Режим доступа: <http://tfpro.ru/tfpro/index.php/columns/102-factoring-torgovlie-otnosheniya/2370-bpo>. – Дата доступа: 31.10.2018.

УДК 338.28

Галиновский П.В., магистр.

«Академия управления при Президенте Республики Беларусь»,
г. Минск, Республика Беларусь

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОМОЩЬЮ ВНЕДРЕНИЯ CALS-ТЕХНОЛОГИЙ

До 1980 года министерство обороны США представляло правительству информацию о закупках вооружения на бумажных носителях, в том числе и технические данные: чертежи, иллюстрации. Это усложняло процессы обработки информации.

В середине 1980-х годов министерство обороны США попыталось извлечь выгоду из достижений в области автоматизированного проектирования, спецификации, стандартов. Это позволило обрабатывать технические данные по закупке системы вооружения в цифровых форматах. Эта инициатива переросла в автоматизированную систему непрерывного приобретения и поддержки жизненного цикла изделий CALS.

Уже в октябре 1993 года система CALS в США была представлена двумя «флагманскими» основными инфраструктурами информационных технологий:

- CALS – Совместное автоматизированное приобретение и материально-техническое обеспечение;
- EDMICS – Объединенная информационная система управления данными.

Разработанная система CALS предложила правительству рекомендации по структурированию планов управления с помощью автоматизации процессов (информационных технологий) от разработки военной техники, ее производства, реализации,

дальнейшей утилизации. Позже эта система была названа, как непрерывное приобретение и поддержка жизненного цикла изделия.

Внедрение системы CALS привело так же к достижениям в области телекоммуникаций, так как пришлось создавать вначале корпоративные сетевые каналы, а затем понадобился обмен информацией между предприятиями, государственными органами. Появились международные протоколы по обмену цифровой информацией.

Появление понятия электронной торговли и электронный обмен данными возникли благодаря системе CALS.

Система CALS переименована в *Continuous Acquisition and Lifecycle Support* – непрерывная информационная поддержка поставок и жизненного цикла изделий.

В рамках международных отношений данная система была принята и реализована в Канаде, Европе, Азии и Австралии.

На 94-й Международной конференции и 7-й ежегодной выставке CALS-Expo 6 декабря 1994 участникам был предложен материал о возможности работать с использованием общей цифровой базы данных в режиме реального времени от проектирования, разработки, производства, распределения и обслуживания продукции, как для одного предприятия, так и для консорциумов, общественных групп и научных кругов. Участникам конференции были продемонстрированы прямые выгоды за счет существенного сокращения времени и затрат на продвижение товара на рынок со значительным улучшением качества товара и повышением производительности труда.

Достижения в области автоматизированного проектирования, автоматизации производства, компьютерной инженерии позволили перейти от бумажной документации к системе, в которой техническая информация создается, управляется и распространяется в цифровых форматах, делая их более точными, актуальными и своевременными.

При внедрении данной системы необходимо избегать желания, и стремления автоматизировать отдельные процессы с помощью компьютерных технологий.

Для внедрения системы CALS потребуются компьютеризация и реинжиниринг всех бизнес-процессов, что позволит перейти к новым способам управления информацией.

Национальный институт стандартов и технологий США (NIST) оказывает помощь в разработке стандартов CALS. Данный институт поддерживает партнерство через 36 производственных центров, которые помогают средним и малым производителям повысить конкурентоспособность продукции на международных рынках.

Национальная служба технической информации (NTIS – США) хранит более 1000 документов системы CALS.

Созданы международные структуры по внедрению CALS – технологий:

1. Международный конгресс CALS, который отвечает за разработку скоординированного подхода к реализации требований CALS.
2. Международный секретариат CALS отвечает за предоставление поддержки персоналу.

Внедрение и реализация на практике системы CALS производится, как правило, в течение трех лет по шести направлениям:

1. Определение требований стандартизации.
2. Инициирование подготовки проекта стандартизации.
3. Разработка документа стандартизации.
4. Координация работы по подготовке проекта.
5. Сбор информации от разных подразделений и ведомств при подготовке проекта для дальнейшего учета всех требований.
6. Публикация документа стандартизации после его утверждения.

Архитектура системы CALS основана на стандартах.

Эффективность внедрения CALS в промышленность США подтверждается следующими показателями:

1. Прямое сокращение затрат на проектирование от 10 до 30%.
2. Сокращение времени разработки изделий от 40% до 60%.
3. Сокращение времени вывода новых изделий на рынок от 25% до 75%.
4. Сокращение доли брака и объема конструктивных изменений от 20% до 70%.
5. Сокращение времени на подготовку технической документации до 40%.
6. Сокращение затрат на разработку эксплуатационной документации до 30%.

Стратегия CALS предполагает создание единого информационного пространства для всех участников жизненного цикла изделия.

Республика Беларусь подключилась к разработке CALS – технологий в 2005 году. Приказом председателя Государственного комитета по науке и технологиям от 23.05.2006 года №112 была утверждена Государственная научно-техническая программа «CALS – технологии».

Разработчиком CALS – технологий в нашей стране является институт проблем информатики НАН Беларуси.

В рамках создания методологической основы внедрения CALS – технологии в Республике одним из основных направлений была разработка стандартов в области информационной поддержки жизненного цикла изделий. Разработано 57 государственных стандартов, в которых описаны процессы информационной поддержки жизненного цикла изделия.

В настоящий момент продолжается работа над разработкой еще 20 отечественных стандартов, которые будут гармонизированы с международными стандартами.

В России ежегодно проводятся выставки для производителей науки, разработчиков информационных технологий по внедрению CALS – технологий.

Компания INNOPROM запланировала в июле 2019 года проведение международной выставки: «Внедрить и масштабировать: Каковы перспективы CALS-технологий в России». Выставка запланирована для научно-производственных объединений, мировых разработчиков, производителей решений промышленной автоматизации и технологий системной интеграции.

Работа по внедрению стратегии CALS в России активно ведется промышленными концернами совместно с университетами и разработчиками программного обеспечения. Данная технология – это проектирование и производство высокотехнологичной продукции на основе применения информационных технологий на всех стадиях жизненного цикла изделий.

Литература

1. Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятий в условиях глобализации мировой экономики / В. А. Давыдов, С. А. Пелих, Ф. Ф. Иванов, А. А. Чурсин, И. П. Сидоров. – Москва : ООО Издательский дом Спектр, 2011.
2. Концепция развития CALS-технологий в промышленности России / Е. В. Судов, А. И. Левин, А. Н. Давыдов, В. В. Барабанов: НИЦ CALS-технологий. – Москва : Прикладная логистика, 2002.
3. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html>.

Глинков Н. А., аспирант (соискатель),
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ БАНКА

С учетом тенденций развития рынка банковских услуг, банковских продуктов, технологий обслуживания клиентов, роста конкуренции среди самих банков становится очевидной необходимость развития форм и методов управления банками.

В условиях конкуренции на банковском рынке становится все очевиднее, что клиенты при выборе банковских услуг того или иного коммерческого банка руководствуются надежностью банка и его деловой репутацией. Надежность может быть обеспечена надлежащим образом построенной и организованной системой корпоративного управления.

Корпоративное управление банками неразрывно связано с организацией надзора за деятельностью менеджмента в части сохранности активов, формирования достоверной финансовой отчетности, предотвращения случаев злоупотреблений и мошенничества.

Корпоративное управление банком направлено на реализацию целей и стратегии развития банка, включая обеспечение его финансовой надежности и способности к долговременному существованию в качестве прибыльной финансовой организации.

Система корпоративного управления – это организационная модель, которая призвана, с одной стороны, регулировать взаимоотношения между менеджерами компаний и их владельцами, с другой – согласовывать цели различных заинтересованных сторон, обеспечивая эффективное функционирование компаний. Выделяют разнообразные модели корпоративного управления [1].

Проблема эффективности системы корпоративного управления банка – это одна из наиболее актуальных проблем для белорусской банковской системы. Требования к организации эффективно функционирующей системы корпоративного управления, отвечающей масштабам и специфике деятельности конкретного банка, перестали быть только нормативным требованием Национального банка Республики Беларусь. В настоящее время назрела острая необходимость в развитии и более эффективной организации системы корпоративного управления банка, как для банковской системы Республики Беларусь в целом, так и каждого конкретного банка в частности. Она вызвана конкуренцией на банковском рынке, где цена ошибки для банка – потеря доверия клиентов и партнеров.

Проблемы корпоративного управления банка до настоящего времени недостаточно исследованы в трудах учёных и специалистов, не имеют достаточно развитой и обоснованной практической базы. Теоретически не обобщены существующие проблемы организации и функционирования системы корпоративного управления банка и способы повышения ее эффективности. Не разработаны унифицированные методики оценки состояния и эффективности системы корпоративного управления банка по различным направлениям его деятельности.

Для решения данной проблемы предлагаем авторскую методику, которая базируется на принципах корпоративного управления, предложенных Базельским комитетом по банковскому надзору. Оценка системы корпоративного управления проводит-

ся по ключевым компонентам, включая систему внутреннего контроля, управление рисками, управление персоналом, прозрачность и финансы. При этом оцениваются как количественные, так и качественные показатели.

Реализация предложенной автором методики оценки системы корпоративного управления банка будет способствовать повышению ее эффективности, минимизации рисков и достижению стратегических целей развития банка.

Литература

1. Модели корпоративного управления [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/korporativnoe-upravlenie.html> – Дата доступа : 25.10.2018.
2. Внутренний аудит в банках (июнь 2012). Базельский комитет по банковскому надзору [Электронный ресурс] – Режим доступа : [www.https://www.cbr.ru/today/ms/bn/Basel_iaf.pdf](http://www.cbr.ru/today/ms/bn/Basel_iaf.pdf) – Дата доступа : 25.10.2018.

УДК 338.439.66

Грымак А. В., к. э. н., доцент,

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий
имени С. З. Гжицкого,
г. Львов, Украина

ХАССП – ЭФФЕКТИВНЫЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИ ОБОСНОВАННЫЙ РЕГУЛЯТОР БЕЗОПАСНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МЯСНОГО СКОТОВОДСТВА

В Украине 20 сентября 2015 года вступил в действие Закон «Об основных принципах и требованиях к безопасности и качеству пищевых продуктов» [3], который учитывает принципы системы ХАССП, практическая реализация которых направлена на обеспечение безопасности продуктов питания. Внедрение системы ХАССП на предприятиях перерабатывающих животноводческое сырье и производящих готовую мясную продукцию, может стать регулятором не только безопасности продукции на всех этапах пищевой цепи, но и обеспечивать конкурентные условия для продукции на рынке.

Следует отметить и то, что безопасность продуктов питания является приоритетом на всех стадиях пищевой цепи (от производителей животноводческого сырья к предприятиям, которые производят готовую продукцию, хранят, транспортируют и реализуют). Согласно действующему законодательству, ответственность за безопасность продуктов питания, в т. ч. продукции из мяса крупного рогатого скота, в первую очередь, берут на себя производители.

ХАССП является эффективной моделью управления и регулирования безопасности пищевой продукции. В ее требованиях акцент делается на критические точки контроля, в которых все имеющиеся виды рисков на производстве могут быть предупреждены, устранены или уменьшены до принятого системой уровня.

Анализ опасностей, критических точек контроля и возможных рисков в системе ХАССП является научно-обоснованным, что позволяет создать на предприятии условия для производства безопасной продукции благодаря четкому контролю опасных факторов, соответственно защищая при этом конечного потребителя. Очень важным для мя-

соперерабатывающих предприятий является определение слабых сторон производства безопасной продукции и разработка мероприятий по их совершенствованию. Конечно, оправданным будет и сравнение своего предприятия с другими, то есть отслеживание результативности своей работы по отношению к конкурентам. И очень важно, чтобы каждый работник предприятия был заинтересован в безопасности и качестве продукции, то есть осознал, что свою работу он выполняет ответственно и качественно, работает так, чтобы его вклад был ощутимым в обеспечении производства безопасной продукции. Окупаемым стимулом в работе целого коллектива предприятия является четкость выполнения поставленных задач и умение побеждать в сложной конкурентной борьбе, которая присутствует на рынке продукции мясного скотоводства.

В соответствии с Законом, до 20 сентября 2017 все украинские предприятия, производящие пищевые продукты, должны были внедрить систему ХАССП, однако эта важная работа еще не завершена, хотя процесс подготовки предприятий пищевой цепи к внедрению системы происходит, равно как и на предприятиях, выпускающих продукцию мясного скотоводства. Поэтому остается актуальным доведение положений Закона Украины «Об основных принципах и требованиях к безопасности и качеству пищевых продуктов» конкретным участникам пищевой цепи, которые поставляют свою продукцию на рынок.

В Украине с 1 июля 2003 года действует национальный стандарт ГОСТ 4161-2003 «Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования» [6], а с 1 августа 2007 вступил в действие национальный стандарт ГОСТ ISO 22000:2007 [7], гармонизированный с аналогичным международным. Названные нормативные документы объединяют в себе общепринятые положения, направленные на обеспечение безопасности пищевых продуктов по всей продовольственной цепи. Однако надо отметить, что внедрение системы ХАССП на предприятии – процесс длительный, касается всех служб и персонала. Он не ограничивается только разработкой документации и указанием определенного порядка на производстве. Для внедрения действенной системы управления безопасностью пищевых продуктов обязательным является обучение персонала и, в первую очередь, руководящего состава и ответственных за осуществление контроля на всех уровнях технологического сопровождения производства продукции. Следует учесть и то, что в ходе подготовки к внедрению системы ХАССП может возникнуть необходимость в определенных изменениях или дополнениях в технологических процессах, а это может возникать и при производстве продукции мясного скотоводства, которая имеет свои технологические и производственные особенности. В доступных информационных источниках об особенностях внедрения системы управления безопасностью продукции едва ли не самым важным является адаптировать изменения самой психологии сотрудников всех звеньев производства, осмыслить важность внедрения системы и сформировать понимание достижения желаемых результатов через выпуск и поставку потребителю безопасной и качественной продукции. Это довольно ответственно, так как безопасность мяса и мясopодуlктов подтверждается рядом важных аспектов, в частности физических, химических и биологических, которые должны быть закреплены соответствующими рабочими инструкциями или принятыми нормативными документами Министерства аграрной политики и продовольствия Украины, Минэкономразвития, Минприроды [4, 5]. Правда, все они контролируют отдельные звенья производства продуктов питания в зависимости от профиля своей деятельности, не обеспечивая системного контроля на всей пищевой цепи от поля к столу.

Однако к положительному следует отнести то, что еще 23 июля 2014 года Верховная Рада Украины приняла законопроект № 4179, который ориентирует на гармонизацию законодательства Украины и Европейского союза в сфере безопасности и качества продуктов. Названный документ предусматривает введение в Украине европейской модели, соблюдения требований безопасности пищевых продуктов в т. ч. и исследований на ГМО и даже отмены отдельных разрешительных документов и процедур, которые отсутствуют в ЕС.

Подготовка к внедрению системы ХАССП на мясоперерабатывающих предприятиях ответственна, ведь они производят и поставляют на рынок большой ассортимент продукции мясного скотоводства, кроме того, такие предприятия имеют и свои технологические особенности и методы контроля. Какой же должна быть последовательность подготовки к внедрению системы управления безопасностью продукции на таких предприятиях.

Первым подготовительным действием должно быть создание компетентной рабочей группы, куда вошли бы специалисты из разных производственных подразделений предприятия, от работы которых зависит производство безопасных продуктов, конечно, и руководители, которые заинтересованы и иницируют внедрение системы ХАССП. Оправданным является привлечение внешних специалистов, имеющих соответствующие знания и опыт в этой проблеме.

Начать работу необходимо с осознания принципов, по которым будет разрабатываться и внедряться система [2, с. 43]. Как подтверждают опыт и рекомендации, нужно принимать во внимание семь основных принципов:

- принцип 1 – провести анализ опасных факторов, которые имеют место на предприятии;
- принцип 2 – определить критические контрольные точки;
- принцип 3 – отработать предельные значения для каждой контрольной критической точки;
- принцип 4 – разработать систему контроля за критическими контрольными точками по всем технологическим линиям;
- принцип 5 – если какая-то критическая контрольная точка остается неподконтрольной, необходимо предусмотреть корректирующие действия;
- принцип 6 – разработать, применительно к специфике предприятия, процедуры проверки эффективности ХАССП;
- принцип 7 – разработать и отработать на практике методы (инструкции) документирования всех процедур.

Следующим этапом важной и ответственной работы по подготовке к внедрению системы ХАССП является формирование так называемых программ-предпосылок, от соблюдения которых зависит результативность системы. Программы-предпосылки являются надежной основой системы ХАССП, ее эффективным инструментом [2, с. 18]. В программах-предпосылках следует учитывать требования санитарной гигиены к производству, ответственность за контроль соответствия закупленных материалов (сырья, пищевых ингредиентов, упаковочных материалов), отношения с поставщиками, прослеживаемость сырья и конечных продуктов, их маркировку, хранение и дистрибуцию, требования к оборудованию. Программы-предпосылки являются постоянно действующими документами и необходимой составляющей деятельности мясоперерабатывающих предприятий. Именно в них определены предупредительные действия того, чтобы опасные факторы не могли влиять на безопасность готовой продукции.

Система ХАССП – это не простые протоколы и отчеты. Это целая система идентификации, анализа, оценки и контроля негативных факторов, которые могут влиять на безопасность, и, соответственно, качество продукции. Поэтому важным будет и то, чтобы в ходе анализа рисков четко прослеживался производственный процесс и оценка производимых продуктов, их безопасность.

На основе результатов этого анализа должны разрабатываться конкретные меры по устранению выявленных угроз или их снижению до безопасного уровня. Для этих целей и определяются критические контрольные точки, в которых возникающие угрозы (несоответствия) могут контролироваться. В этих точках необходимо постоянно отслеживать параметры, которые должны обеспечивать стабильность при производстве продукции, а если же есть определенные отклонения, тогда разрабатываются и вводятся корректирующие действия.

Здесь важным является документирование всех процедур с анализом выявленных рисков, результатов контроля в критических контрольных точках по опасным факторам и т. д. Анализ опасных факторов должен включать:

- выявление опасных факторов и обеспечение контроля за их устранением;
- внесение соответствующих корректив в технологический процесс, обеспечивающих стабильность производства безопасной продукции:

Кто и как должен влиять на контроль безопасности продукции?

В этой работе должны быть четко задекларированы обязанности как руководства предприятия, так и персонала.

Руководство должно обеспечивать:

- координацию надлежащего функционирования всех технологических процессов;
- предоставление необходимых ресурсов для обеспечения производства безопасной продукции в принятом ассортименте;
- четкое соблюдение законодательных и нормативных документов по требованиям к безопасности и качеству продукции, научных рекомендаций;
- подготовку персонала предприятия всех уровней, который должен понимать о возложенной на него ответственности.

Что касается персонала:

- должна быть отработана действенная система взаимозаменяемости;
- ответственные работники должны руководствоваться и периодически давать оценку соблюдения процедур, которые разработаны в соответствии с системой ХАССП.

Определившись с обязанностями, необходимо сосредоточиться на разработке рабочего плана подготовки к внедрению системы ХАССП, в котором должны быть указаны:

- возможные риски;
- критические точки контроля рисков;
- схемы контроля на всех этапах технологического процесса готовой продукции.

На основе согласованного плана необходимо задокументировать номенклатуру продукции, которая должна включать:

- описание сырья;
- химические, физические и биологические характеристики сырья;
- происхождения сырья;
- доставку сырья, упаковки, условия хранения и доставку готовой продукции в торговую сеть.

Эти данные необходимы для анализа и прогноза возможных рисков, которые могут возникнуть при переработке сырья и производстве готовой продукции.

Важным является определение (анализ) возможных рисков. Их необходимо анализировать в рамках системы ХАССП. Результаты анализа следует задокументировать. На основе этого анализа разрабатывается схема контроля согласно требованиям системы безопасности продуктов питания. Контрольные мероприятия разрабатываются для каждого риска, они должны предупредить или устранить риск. Для обеспечения этой работы и определяются критические точки контроля. Для каждой из них необходимо выбрать такие контрольные параметры, выполнение которых гарантировало бы нужный эффект. Все эти действия объединяет процесс отслеживания в пищевой цепи, что означает осуществление надзора за продуктами, соответственно и сырьем, из которого они изготавливаются. В этом приоритетным является защита потребителя, оперативное реагирование на продукты с определенными несоответствиями, вплоть до их изъятия. Участие в этом процессе потребителей продукции позволяет предприятиям объективно оценивать работу каждого производственного звена и предметно контролировать безопасность продукции.

Сам процесс отслеживания не является «хаотичным», а направлен на определение партии продукции, результаты идентификации партий сырья, готовой продукции и полуфабрикатов, соблюдение стандартов по маркировке, требований хранения и транспортировки и т. д.

Процедура сертификации системы ХАССП осуществляется компетентным органом в соответствии с заявкой предприятия и предварительно проведенного аудита на предмет готовности к сертифицированию.

Относительно экономической оценки внедрения системы ХАССП следует отметить, что, кроме очевидных преимуществ, имеют место такие важные окупаемые эффекты, как повышение инвестиционной привлекательности за счет повышения авторитета производителя, который базируется на производстве и поставках безопасной продукции, соответственно доверии потребителей, расширении рынков сбыта. Внедрение системы ХАССП позволяет снижать затраты на безопасность продукции за счет сокращения операционных расходов, раннего выявления опасных факторов, уменьшения количества брака на всех этапах технологического процесса. Работая по системе ХАССП, производители объем производства продукции увеличивают за счет рационального использования производственных мощностей и оборудования, соответственно снижается себестоимость продукции и повышается ее конкурентоспособность. А это новые рынки, деловые контакты, признание потребителей и властей за работу в соответствии с законодательной, регуляторной политикой в отношении производства безопасных, качественных продуктов питания животного происхождения, их оборота на рынке. Следует учитывать то, что рынок предпочитает конкурентоспособную продукцию мясного скотоводства с гарантией безопасности и качества.

Основной целью внедрения системы ХАССП является обеспечение безопасности пищевой продукции, в т. ч. животного происхождения, на всех этапах пищевой цепи «от сельского хозяйства до потребителя». Внедрение системы на мясоперерабатывающих предприятиях не только гарантирует безопасность продукции мясного скотоводства, но и обеспечивает конкурентные преимущества на рынке, инвестиционную привлекательность предприятий и повышает экономический интерес к продукции отрасли. В этом значительная роль принадлежит контролю за продуктами питания, который является составной частью системы ХАССП и обязательной регуляторной процедурой при производстве, транспортировке, хранении, переработке и ре-

ализации продукции в соответствии с действующим законодательством. Эта система основана на научно-обоснованной системе постоянного анализа опасностей и критических точек контроля, способствует обеспечению на мясоперерабатывающих предприятиях условий для производства безопасной продукции и устранению или уменьшению опасных факторов.

Литература

1. Безопасность продуктов питания, отслеживание и ответственность в пищевой цепи // Программа технической помощи Европейского союза Тасис Украине. – Киев, 2005. – 48 с.
2. Внедрение на малых и средних предприятиях, основанных на принципах НАССР систем безопасности пищевых продуктов хранения, обработки и переработки продукции животного происхождения – молочной, мясной, меда // Агентство США с международного развития в рамках проекта Агроинвест. – Киев, 2014. – 108 с.
3. Об основных принципах и требованиях к безопасности и качеству пищевых продуктов: закон Украины от 20.09.2015 г.
4. Об утверждении Требований по разработке, внедрению и применению постоянно действующих процедур, основанных на принципах Системы управления безопасностью пищевых продуктов (ХАССП) // Указ Министерства аграрной политики и продовольствия Украины № 590 от 01.10.2012 г.
5. О санитарно-гигиенических правилах производства пищевых продуктов и кормов // Регламент 852/2004/ЕС.
6. Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования : ГОСТ 4161-2003 (введен в действие 01.07.2003 г.).
7. Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования : ГОСТ ISO 22000:2007 (введен в действие 01.08.2007 г.).

УДК 33-2964

Гураченкова Т. П., магистрант,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

О БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ В СТРОИТЕЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Тема нашей дискуссии – бизнес-процессы в строительном производстве. Традиционно считается, что приобретение хорошего дорогостоящего оборудования может решить все проблемы производства. Однако практика показывает, что это не так. Многие проблемы лежат в области бизнес-процессов, а источник этих проблем находится уже на ранних стадиях организации производства.

Что же представляет собой бизнес-процесс? На первый взгляд, все просто. Это то, что описывает любую компанию изнутри. В идеале, бизнес-процессы детально, а не общими словами, описывают все мероприятия, направленные на создание определенного продукта. Никто, кроме владельца производства, не может определить и правильно описать бизнес-процесс. Более того, владелец компании должен четко понимать, что делает каждый его работник на своем участке производства.

Известно, что мажоритарным акционером большинства крупных строительных предприятий Республики Беларусь (например, трестов, заводов) является государство. И

здесь не все просто. Это связано с тем, что собственник «государство» и собственник «частное лицо» предъявляют к руководству компании совершенно разные требования.

Немецкий полководец Фон Клаузевиц в своем «Трактате о войне» метко заметил: «Стратегические просчёты невозможно компенсировать тактическими успехами». А бизнес – это своего рода война, война со своими потерями и приобретениями. Отсутствие прописанных бизнес-процессов на производстве – это и есть главный стратегический просчет. Он сводит на нет все дельнейшие усилия по оптимизации производства и снижению затрат.

В строительной индустрии, как и в любой другой сфере современного бизнеса, давно нет свободных ниш. На каждом рынке потребности удовлетворяются либо прямо, либо косвенно: с большим либо с меньшим успехом. Без учета этой важнейшей составляющей производства победить в борьбе не удастся. В течение какого-то времени будет спасать административный ресурс мажоритарного акционера (государства), но недолго. Производство неизбежно придется оптимизировать, или произойдет разорение.

В бизнес-процессе должно быть минимум 4 составляющих [1]:

1. **Наличие владельца у каждого бизнес-процесса**, т. е. человека, отвечающего за этот бизнес-процесс. Например, в бизнес-процессе налоговой отчётности владельцем является главный бухгалтер, в подчинении которого находится и владелец бизнеса в лице генерального директора. Если он этого не делает, то ему следует ожидать неприятностей от мажоритарного акционера, т. е. государства.

2. **Определение стоимости этого бизнес-процесса**. Необходимо учесть как временные факторы, так и факторы, определяющиеся заработной платой конкретного сотрудника. Всё это должно быть сложено и прописано цифрами.

3. **Детальное описание каждого бизнес-процесса**, т. е. наличие документа, в котором подробно описаны все тонкости и нюансы всех составляющих бизнес-процесса.

4. **Срок действия этого документа**. Есть такое понятие KPI: по сути, это тот же КТУ (коэффициент трудового участия). Этот параметр действует до сих пор на строительных предприятиях Республики Беларусь, но по факту, он ставится только в понижающей последовательности за какую-либо провинность сотрудника. Это плохо, так как отрицательно сказывается на эффективности работы сотрудника.

Важно отдавать себе отчет в том, что человек, не работающий на производстве, не представляет общую картину бизнес-процессов данного производства. Все его заключения будут поверхностными, умозрительными, не имеющими ничего общего с реальностью. Потому любая, даже самая передовая теория, должна подкрепляться знаниями и опытом работы конкретного сотрудника. Считаю необходимым участие в техническом совете производства ученых и экономистов, когда это возможно. Когда же это невозможно, необходимо постоянное повышение квалификации специалистов на местах. Важно, чтобы процесс был организован таким образом, чтобы сотрудник работал не от страха быть уволенным, а из-за того, что это ему выгодно. И это возможно организовать.

Как же прописываются бизнес-процессы? Они прописываются до банальности просто. Для этого достаточно взять учебник информатики и вычислительной техники за 8-й класс и обратиться к разделу «алгоритмы».

Он позволяет прописывать все бизнес-процессы в схеме с условиями «ДА», «НЕТ». Благодаря этим несложным знаниям, можно создавать абсолютно любые инструкции. Инженеры, мастера, начальники участков, контролёры, бухгалтеры или другие

сотрудники должны работать на основании прописанного бизнес-процесса. И не просто прописанного, который часто пугают с должностной инструкцией, а прорисованного в комиксах. Могу привести пример: каждый участник производственного процесса должен работать на основании картинок своего бизнес-процесса. Все его движения и даже размышления на производстве должны укладываться исключительно в комиксы.

Контролёры, стоящие на каждом участке производства, обучаются на основании 30-40 комиксов с визуальным контролем: соответствием категории поверхности ж/б изделий, инструментальным (приемка железобетонных изделий на соответствие геометрическим параметрам, определение соответствия на прямолинейность, плоскостность, разность длин диагоналей, толщина защитного слоя бетона и т. д.).

При операционном контроле также должны быть прорисованы все действия контролёра: укладка сетки или арматурных блоков, проверка правильности установки подъемных петель и фиксаторов.

Как происходит взаимодействие всех участников производства: формовщиков и мастеров участков, кто непосредственно сдает итог произведенных работ контролёру? Все эти моменты должны быть прописаны и прорисованы до мельчайших деталей. Следует принять во внимание, что у работников могут возникать психологические проблемы. Например, выгорание. Сейчас рабочий решает эти проблемы самостоятельно, причем в основном за счет рабочего времени, снижения качества работ и конфликтов на производстве.

Есть три фактора, которые предполагают успех строительной компании:

- 1) технология;
- 2) технология;
- 3) и еще раз технология.

Я веду речь о современных строительных технологиях. К этому вопросу относится и локализация каждого участка производства, возможность упорядочения рабочих систем, минимальные транспортные пути, возможность изменения порядка расположения рабочих мест. В случае если все эти факторы не учитываются, то происходит потеря времени, человеко-часов и энергии, а в итоге – потери на производстве, т. е. дополнительные издержки.

Если на предприятии фактором успеха считается только покупка дорогостоящего оборудования без оптимизации технологического процесса, это путь в еще большие издержки производства. Необходимо разрабатывать мероприятия по оптимизации бизнес-процессов. При этом следует учитывать следующие параметры влияния:

- 1) **логистические**, т. е. количество этапов процесса, технологическая реализуемость, последовательность событий, организационное взаимодействие;
- 2) **экономические**, т. е. низкие затраты, высокая загрузка мощностей, низкий уровень запасов продукции на складе, экономичная глубина процесса, гибкость;
- 3) **временные**, т. е. короткое время прохождения заказа, низкая доля вспомогательного времени, низкая доля переналадки, гибкость производственного времени;
- 4) **пространственные**, т. е. возможность расположения участков и рабочих мест, минимальные транспортные пути;
- 5) **персональные**, т. е. персонализированный объем работ и потребность в персонале, подбор персонала по компетенциям, повышение квалификации. гибкое рабочее время для персонала.

Коснемся мирового экономического кризиса. Все мы видим падение и разорение строительных предприятий. И это происходит несмотря на все усилия властей

республики, руководства региона и самих предприятий. Тем не менее, экономическая ситуация часто балансирует на уровне выживания.

В чём же проблема? В том, что умерла бизнес-модель. Модель любого бизнеса на земле (машиностроение, медицина, строительство и т. п.) работает значительно дольше, чем, к примеру, в IT-индустрии. Как правило, длительность такого процесса составляет 20–25 лет, а по истечении этого срока модель все равно умирает. Стоит сказать, что её никто не убивает, умирает она естественной смертью. Причина «смерти» любой бизнес модели заключается в увеличении скорости передачи информации. Если читатель согласится с тем, что прогресс – это процесс преобразования энергии в информацию, то я на этом настаиваю. И на эту тему мы порассуждаем в моих следующих публикациях.

С точки зрения человеко-часов прописывание бизнес-процесса на отдельном предприятии – действие дорогостоящее. Его может прописать только хозяин бизнес-процесса. Генеральный директор не может прописать бизнес-процесс отдельному сотруднику. Тем более это нельзя кому-то поручать. Владелец бизнес-процесса должен быть в этом заинтересован. И это тоже уже про внедрение элементов «бережливого производства».

Смысл прописывания бизнес-процессов заключается не только в оптимизации производства, но является необходимым условием отработки действующей бизнес-модели. Например, если мы имеем завод в Бресте с понятной эффективностью и прописанными бизнес-процессами, то при наличии оборудования мы точно такой же завод можем масштабировать в Калининграде, Сибири и т. д. Другими словами, не углубляясь в подробности, прописанные бизнес-процессы на производстве способствуют решению вопроса капитализации производства и масштабирования его в другие регионы.

Итак, возвращаемся к тексту: никто, кроме владельца процесса не может определить и правильно описать бизнес-процесс. Владелец компании должен чётко понимать, что делает каждый его работник на своем участке производства. Ниже мы вернемся к этому вопросу. Надо понимать, что мажоритарным акционером большинства крупных строительных предприятий Республики Беларусь (трестов, заводов) является государство. И здесь не все просто. Потому, что собственник «государство» и собственник «частное лицо» предъявляют к руководству компании совершенно разные требования. И тут начинаются проблемы. Проблема состоит не в том, что плохо, когда владельцем является государство, а в том, что предприятие перестает работать по рыночным правилам. Другими словами, бизнес-модель умерла, и предприятие может работать, будучи управляемым, только в ручном режиме. Т. е. получать заказы, которые решаются на уровне правительства региона, а то и страны, о чем я говорила ранее. Перед руководством задача масштабирования не стоит вообще. Маржинальность производства постольку, поскольку задача сокращения расходов на производство ставится правительством и выполняется под страхом уголовного наказания.

А между тем, жизненный цикл бизнес-модели – процесс ограниченный во времени. В IT-отрасли он составляет около 2 лет, общепите и медицине около 5 лет, а дольше всего бизнес-модель живет в машиностроении и строительстве, это, как правило, более 20 лет. Эти данные усредненные, в разных источниках они колеблются, но не значительно. Да и источники тут особо не нужны. Достаточно просто немного поразмышлять.

Если предприятие не успело или не сумело вовремя приспособиться к современным реалиям, его ждет неминуемый крах. Базовой причиной смерти бизнес-модели я считаю увеличение скорости передачи информации вообще в мире. Как же обстоят дела в строительной отрасли? Когда рабочие ищут возможность устройства в

ближнем зарубежье, а ИТР не видят достаточных стимулов для того, чтобы максимально реализовывать свой потенциал. И здесь как раз на помощь и могут прийти методики «бережливого производства», частью которых является прописывание бизнес-процессов. Конечно, в последнее время проявился интерес как к вопросам менеджмента, так и к вопросам эффективности управления компанией. Это хорошо, но много времени было потеряно. Особенно в последнее время процессы изменений начинают двигаться поступательно. Руководителям высшего звена невероятно трудно подстраиваться к современным условиям.

Популярный на Западе исследователь темы «бережливого производства» Джеймс Вумек образно называет «всеобщий менеджмент качества» и «бережливое производство и мышление» двумя вершинами, возвышающимися над морем всех этих теорий [2]. Да-да, именно мышления. Но как может бережливо мыслить работник, который не заинтересован в глобальном процветании предприятия, если работает он (работник) в основном за страх, а не за совесть?

Если провести анализ производительности, то иллюзия «дешёвой рабочей силы» быстро улетучится после того, как будут посчитаны реальные убытки предприятия. Мы можем развить производство и поднять его на достойный уровень, но точно не за счет бедности производящих. Звучит как лозунг из советских времен, но на самом деле это один из принципов успешности предприятий, применяющих принципы бережливого производства. Развить производство и улучшить реальное качество изделий можно за счет введения на производстве интрапренерства.

Значение слова интрапренерство складывается из двух понятий, это "enterprise" – предпринимательство и "intra" – внутренний. Таким образом, данное понятие означает «внутрифирменное предпринимательство». "Интрапренерство" стало известно благодаря ученому Г. Пинчоту.

Американский ученый сравнил это с разновидностью компании, способной к самоорганизации. При внедрении интрапренерства на предприятии руководство должно быть причастно ко всем уровням производственного процесса. Без вовлечения высшего руководства ничего не получится.

После получения одобрения высшего руководства по окончании испытательного периода рекомендуется провести курс лекций и семинаров для сотрудников предприятия. Речь идет не о косметических изменениях, а о преобразовании духа компании. Создаются условия для проявления предпринимательской инициативы. Продукт такого предприятия – это новаторская (инновационная) предпринимательская идея, воплощенная в продукт и проданная к взаимной выгоде интрапренера и предприятия.

Механизмы внедрения интрапренерства:

Обеспечение работникам возможности на защиту прав собственника на их изобретения. Если изобретение принесло значительный доход предприятию, интрапренер должен получить значительную выплату, а не просто незначительную прибавку или премию.

- Давать интрапренерским командам возможности привлекать свои средства. Рассматривать их как центр прибыли, а не затрат.
- Проводить за счет предприятия усиленные тренировки (в виде тренингов и семинаров) для интрапренерских команд и работников предприятия.
- Требовать честности от интрапренеров, объективной информации о взаимодействии с рынками.
- Создавать субсчет для каждого внутреннего предприятия.

- Рационализировать системы регистрации внутренних фирм для того, чтобы они оставались внутри предприятия.
- Создавать и систематизировать договорную базу внутренних предприятий внутри предприятия.

Таким образом, чтобы создать интрапренерскую организацию нужно поместить или создать внутри компании возможности свободного предпринимательства. Видим и то, какие это внесет принципиальные изменения в структуру и дух самой компании. Вот теперь прописывание бизнес-процессов и внедрение принципов бережливого производства станет заботой хозяев этих бизнес-процессов. Более того, как рабочим, так и ИТР станет выгодно наводить порядок на рабочем месте, вносить рациональные предложения по организации этих мест и, как следствие, всего производства. Но не стоит обольщаться, даже в США на период 2000 года доля предприятий, перешедших на работу по принципам бережливого производства, составляла не более 2%.

Литература

1. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / Чан Ким, Рене Моборн. – Изд-во: Манн Иванов, Фербер, 2005.
2. Бережливое производство / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс. – Альпина Бизнес Букс, 2004.

УДК 657.375.6

Евдокимович А. А., ACCA DiplFR, аудитор, директор по аудиту
 ООО «PCM Бел Аудит»,
 соискатель кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит в отраслях народного хозяйства», Белорусский государственный экономический университет,
 г. Минск, Республика Беларусь
 e-mail: alex.y@ucaaby

ПРЕДМЕТ СДЕЛОК ПО СЛИЯНИЮ И ПОГЛОЩЕНИЮ. СДЕЛКИ ПО СЛИЯНИЮ И ПОГЛОЩЕНИЮ КАК ФЕНОМЕН РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Согласно пункту 4 МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» предприятие-инвестор должно учитывать каждое объединение бизнеса по методу приобретения. Применение метода приобретения требует идентифицировать покупателя; определить дату приобретения; признать и оценить идентифицируемые приобретенные активы, принятые обязательства и любую неконтролирующую долю в приобретаемом предприятии; признать и оценить гудвил или доход от выгодной сделки. В статье автором подробно рассматривается вопрос сделок по слияниям и поглощениям (M&A).

According to item 4 International Financial Reporting Standard (IFRS) 3 “Business Combinations” an entity-investor shall account for each business combination by applying the acquisition method. Applying the acquisition method requires identifying the acquirer; determining the acquisition date; recognising and measuring the identifiable assets acquired, the liabilities assumed and any noncontrolling interest in the acquiree; and recognising and measuring goodwill or a gain from a bargain purchase. In article the author in details consider the issue on transactions in mergers and acquisitions (M & A).

Рыночная модель экономического развития в условиях глобализации отличается большим разнообразием и широкой вариативностью различного рода хозяйствен-

ных операций, коммерческих и некоммерческих сделок, транзакций. К числу основных из них относятся такие, как купля-продажа, возмездное оказание услуг и выполнение работ, дарение, аренда, лизинг, займы и кредиты, залоги и т. д.

Практическая реализация этих сделок, как правило, предполагает вовлечение достаточно большого количества хозяйствующих субъектов, юридических и физических лиц, органов государственного управления, что предполагает согласование экономических интересов различных групп заинтересованных сторон.

Одним из наиболее сложных видов коммерческих сделок являются сделки по слияниям и поглощениям, сопровождаемые чаще всего исполнением не одного типового стандартного договора, а целого комплекса разносторонних хозяйственных договоров, каждый из которых может нести в себе индивидуальные особенности, отражающие интересы участников этих сделок. Характерными особенностями таких сделок являются, во-первых, их латентный характер, во-вторых, их высокая стоимость, в-третьих, их реализация в юрисдикциях разных стран, в-четвертых, высокая степень сложности юридического оформления и, как следствие, высокая стоимость их правового, консалтингового, технического, бухгалтерского, аудиторского и иного сопровождения. Общепризнанным является мнение о том, что сделки по слиянию и поглощению относятся к наивысшей степени сложности, требующие высочайшей компетентности вовлекаемых сторон.

Как показывает исследование специальной литературы (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8), существует множество определений сделок по слияниям и поглощениям. Отмечается процесс поиска унифицированной трактовки слияний и поглощений, как юридической, так и экономической категории. Рассмотрим более подробно эволюцию содержания данных категорий, приводимых в нормативных актах индустриально-развитых стран мира, а также органов законодательной власти, регулирующих ведение бизнеса в крупных международных и транснациональных юрисдикциях, таких как Евросоюз, США, ЕвразЭС.

В международной практике указанные сделки принято обозначать акронимом M&A (от англ. merger – объединение, слияние; от англ. acquisition – приобретение, поглощение). В зависимости от юрисдикций, так же применяются термины Reconstruction (от англ. reconstruction – реорганизация) и Takeover (от англ. takeover – овладение).

В таких фундаментальных работах, как Cambridge Dictionary и Oxford Reference/ A Dictionary of Finance and Banking (4 rev. ed.) [1, 2] приводится следующее определение слияний и поглощений:

Cambridge Dictionary определяет : «Слияния и поглощения – деятельность по покупке или объединению с другой компанией» [1];

Oxford Reference / A Dictionary of Finance and Banking (4 rev. ed.) формулирует следующим образом : «Слияния и поглощения – корпоративная реструктуризация, в которой отдельные компании объединяют свою деятельность (слияние), обычно предлагая держателям долей одной компании доли в другой компании, или объединение компаний, при котором одна из объединяющихся компаний (основная) продолжает деятельность (поглощение), а остальные утрачивают свою самостоятельность и прекращают существование» [2].

Характерным примером наглядно иллюстрирующим тот факт, что определение слияний и поглощений все еще находится в стадии становления, могут служить следующие документы.

В действующей до настоящего времени Директиве Евросоюза Directive 2005/56/EC of the European Parliament and of the Council of 26 October 2005 “On cross-

border mergers of limited liability companies” в п. 2 статьи 2 слияния трактуется следующим образом:

«Для целей настоящей Директивы «Слияние» означает операцию, посредством которой:

(а) одна или несколько компаний, прекращают деятельность, не вступая в процесс ликвидации, передают все свои активы и обязательства другой существующей компании – приобретающей компании, в обмен на выпуск в пользу своих учредителей акций или долей, представляющим капитал этой другой компании и, если применимо, денежный платеж, не превышающий 10% от номинальной стоимости, или, при отсутствии номинальной стоимости, балансовой стоимости этих акций или долей; или

(б) две или более компаний, которые прекращают свою деятельность, не вступая в процесс ликвидации, передают все свои активы и обязательства компании, которую они образуют – новой компании, в обмен на выпуск в пользу своих учредителей акций или долей, представляющим капитал этой новой компании и, если применимо, денежный платеж, не превышающий 10% от номинальной стоимости, или, при отсутствии номинальной стоимости, балансовой стоимости этих акций или долей; или

(в) компания, которая прекращает свою деятельность, не вступая в процесс ликвидации, передает все свои активы и обязательства компании, владеющей всеми акциями или долями, представляющими ее капитал» [3].

В пункте 1(а) статьи 2 Директивы Евросоюза «Directive 2004/25/EC of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 “On Takeover Bids”» содержится следующая трактовка:

«Для целей настоящей Директивы «Предложение о поглощении» или «заявка» означает публичное предложение (не от компании-приобретателя), сделанное держателями акций компании, о продаже всех или некоторых из этих акций, на обязательных или добровольных условиях, имеющее как следствие или имеющее в качестве своей цели приобретение компанией-приобретателем контроля в соответствии с национальным законодательством» [4].

В более поздней директиве Евросоюза Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 «On the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation) edition 2015» термины «слияния» и «поглощения» были объединены в термин «объединение». Об этом свидетельствует пункт 1 статьи 3:

«Термин «объединение». Объединение должно считаться возникшим, когда смена контроля на постоянной основе является результатом:

(а) слияния двух или более, ранее независимых предприятий или частей предприятий, или

(б) приобретения одним или несколькими лицами, уже контролирующими хотя бы одно предприятие или несколько предприятий, будь то путем покупки акций или активов по контракту или любыми другими способами, прямого или косвенного контроля над целым или частями одного, или нескольких предприятий» [5].

Крупнейшая в мире финансовая организация Всемирный Банк в своем документе «Study on Accounting Regulation for Business Combination» (пункт 3.27.) дает следующее определение сделок по слиянию и поглощению:

«Объединение бизнеса – это транзакция или другое событие, в котором приобретатель получает контроль над бизнесом или бизнесами. Операции, известные как слияния капиталов, также являются объединением бизнеса» [6].

Данное определение очень близко по содержанию с тем, которое дается в Международном Стандарте Финансовой Отчетности (IFRS) 3 "Объединения бизнесов" (Далее – МСФО (IAS) 3).

В общепринятых принципах бухгалтерского учета США (USA GAAP) в Accounting Standard Codification 805 "Business Combinations" (далее ASC 805) приводится следующая дефиниция объединения бизнеса:

«объединение бизнеса – это транзакция или другие экономические события, в которых приобретатель получает контроль над конкретным бизнесом или бизнесами. Обычно субъектами сделки являются чистые активы или доли в бизнесе» [7].

Достаточно очевидно, что приведенные выше определения слияний и поглощений не совпадают. Возможно, это стало одной из причин того, одна из крупнейших аудиторских фирм мира Прайсвоотерхаус Куперс (Pricewaterhouse Coopers), входящая в «большую четвёрку» международных аудиторских сетей, предприняло попытку обобщить подходы европейских и американских стандартов и предложила следующее определение сделок по слиянию и поглощению:

«Объединение бизнеса определяется как субъект, получающий контроль над одним или несколькими бизнесами. Наиболее распространенной комбинацией бизнеса является операция покупки, в ходе которой приобретатель приобретает чистые активы или доли бизнеса с использованием комбинации денежных средств или долей бизнеса. Предприятие может также получить контроль над бизнесом путем исполнения контракта, из-за действия приобретаемой компании, без учета мнения приобретаемой компании, или посредством операций, которые осуществляют слияние нескольких компаний для создания единой компании» [8].

В Республике Беларусь, Российской Федерации и в других странах, входящих в ЕвразЭС, так же отмечаются отличия в правовой интерпретации понятий слияний и поглощений.

Так, в частности, в соответствии с Гражданским Кодексом Республики Беларусь различают пять способов реорганизации юридического лица: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование. В свою очередь при слиянии юридических лиц права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом, а при присоединении юридического лица к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного юридического лица в соответствии с передаточным актом [9].

В основополагающих нормативных актах Российской Федерации говорится, что «при слиянии юридических лиц (два и более юридических лица превращаются в одно) права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом» (ст. 58 ГК РФ). В статье 16 Федерального закона «Об акционерных обществах» и статье 52 Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» слиянием обществ признается возникновение нового общества путем передачи ему всех прав и обязанностей двух или нескольких обществ с прекращением последних; статья 17 Федерального закона «Об акционерных обществах» трактует присоединение общества как прекращение одного или нескольких обществ с передачей всех их прав и обязанностей другому обществу [10, 11].

Проведенный анализ подчеркивает важность адекватного отражения в учете и отчетности всех тех особенностей, которые сопровождаются осуществлением сделок по слияниям и поглощениям в различных юрисдикциях. При этом особую актуальность приобретает решение проблемы выработки единой методологической базы бухгалтерского учета, унификации учетных процедур, методов признания и оценки объектов учета, затрагиваемых в процессе слияний и поглощений в рамках их полного жизненного цикла.

Литература

1. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/m-a?q=m%2526a>.
2. Oxford Reference/ A Dictionary of Finance and Banking (4 rev. ed.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780195557558.001.0001/acref-9780195557558-e-2143>.
3. Directive 2005/56/EC of the European Parliament and of the Council of 26 October 2005 "On cross-border mergers of limited liability companies" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:02005L0056-20140702&from=EN>.
4. Directive 2004/25/EC of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 "On Takeover Bids" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004L0025:EN:HTML>.
5. Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/Merger2015.pdf>.
6. World Bank/ CFRR/ Study on Accounting Regulation for Business Combination [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://siteresources.worldbank.org/EXTCENFINREPREF/Resources/4152117-1275645279412/Business_Combination_EN.pdf.
7. Business Combinations (ASC 805) - U.S. generally accepted accounting principles (U.S. GAAP) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asc.fasb.org>.
8. The Business Combinations and Noncontrolling Interests, global edition guide – PricewaterhouseCoopers LLP ,2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.com/us/en/cfodirect/publications/accounting-guides/global-guide-to-accounting-for-business-combinations-and-noncontrolling-interests.html>.
9. Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 N 218-3 (ред. от 17.07.2018) "Гражданский кодекс Республики Беларусь" (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.08.2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p УДК 339.13:339.37>.

УДК 338.2

Зазерская А. А., студентка 2-го курса,
Белорусский государственный экономический университет.
г. Минск, Республика Беларусь

ПРЕДПОСЫЛКИ ПРИМЕНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В БЕЛАРУСИ

В последние десятилетия одной из ведущих проблем в развитии мировой экономики и экономики Беларуси в частности, является проблема дефицита инфраструктурных услуг (образовательных, медицинских, коммунальных услуг, перегруженность автомобильных дорог). Данный дефицит связан как несоответствием качества услуг по отношению к ожиданиям потребителей, так и с дефицитом источников финансирования для развития инфраструктуры. Так, в конце XX века на Западе возникла концепция государственно-частного партнерства (ГЧП), которая предполагает развитие партнерства государства и бизнеса в решении задач социально-экономического развития.

Задача государства в таком взаимодействии заключается в создании институциональной среды (законодательной и нормативно-правовой базы, управления и регулирования, предоставление определенных льгот и гарантий, материальных и финансовых ресурсов) с целью привлечения частного сектора к строительству и эксплуатации инфраструктурных объектов, остающихся в государственной собственности. Бизнес, в свою очередь, обеспечивает финансовые ресурсы, эффективную систему менеджмента, быстроту и гибкость в принятии решений и внедрение инноваций.

Однако не все, что государство и бизнес делают совместно, называют ГЧП. Для того, чтобы данное взаимодействие являлось ГЧП, должен быть соблюден ряд условий:

1. Предметом взаимодействия должна являться государственная собственность в здравоохранении или услуги медицинского характера, оказываемые государством.
2. Данное партнерство оформляется документально – путем заключения контракта.
3. Совместное финансирование и разделение рисков.

Области применения концепции ГЧП различны: постройка автомагистралей, проекты в сфере ЖКХ, энергетике, водоснабжении и очистке сточных вод, в сфере образования, здравоохранения и т. д. Сотрудничество государства и бизнеса, как правило, развивается в тех отраслях, которые необходимы для экономики и социально значимы для общества, но считаются недостаточно прибыльными для частного капитала из-за своей капиталоемкости или длительных сроков окупаемости вложений.

В целом, в результате успешной реализации данного механизма выгоды получают *государство*, которое сокращает и оптимизирует расходы бюджета, сокращает риски и повышает качество исполнения проекта: *бизнес*, получающий определенные стимулы в виде льгот и преференций, сокращает риски и совершенствует качество исполнения и *общество*, получая более качественные услуги и удовлетворяя постоянно растущий спрос (рис. 1).

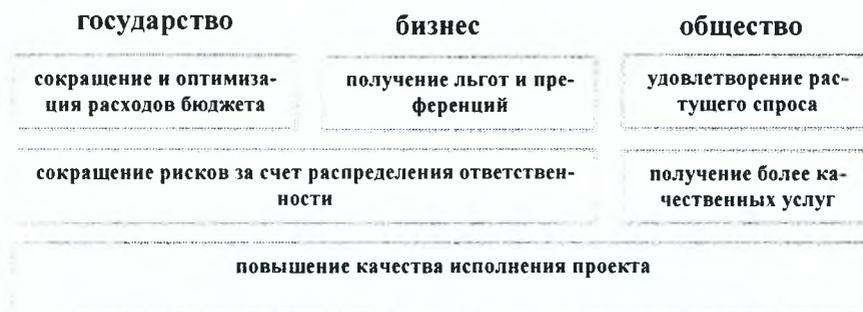


Рисунок 1 – Получение выгод от ГЧП

В условиях нехватки бюджетных средств, политике, направленной на привлечение инвестиционных ресурсов, кризисных явлений в экономике в Республике Беларусь в настоящее время ведется активная работа по использованию механизмов ГЧП.

Отметим, что в Беларуси разработан Национальный инфраструктурный план Республики Беларусь на 2016-2030 годы, в котором определены 100 приоритетных для Республики Беларусь инфраструктурных проектов с общим объемом инвестиций по указанным проектам более 3 миллиардов долларов США. Из перечня проектов ТОП-100 на данный момент отобраны 7 пилотных проектов ГЧП:

- реконструкция автомобильной дороги М–10: граница Российской Федерации (Селище) – Гомель – Кобрин, км 109,9 – км 195,15;
- реконструкция комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница № 3» в г. Гродно;
- строительство трех детских дошкольных учреждений в регионах Минской области;
- проектирование и строительство станции скорой и неотложной медицинской помощи в г. Барановичи;
- строительство мусороперерабатывающего завода в г. Бобруйске;
- строительство Бешенковичской ГЭС (33 МВт-130 млн кВт•ч) на реке Западная Двина Витебской области;
- капитальный ремонт с реставрацией фасадов и реконструкцией под гостиничный комплекс объектов, расположенных в западной части Кобринского укрепления Брестской крепости.

В связи с новизной и актуальностью внедрения механизмов ГЧП в нашей стране хотелось бы рассмотреть возможности ее применения в сфере здравоохранения РБ. Инфраструктура данной сферы требует постоянных инвестиций, ввиду развития технологий и новых методов диагностики и лечения в мире, а также физического износа активов здравоохранения, который составляет более 50 %.

Здравоохранение в Беларуси является преимущественно отраслью деятельности государства (государственный сектор – 95%, частная медицина – 5%), т. е. финансирование осуществляется в основном за счет средств государственного бюджета.

Предпосылки использования механизмов ГЧП в здравоохранении:

Состояние правового регулирования отношений в сфере государственно-частных партнерств показано на рис. 2.

Приведенная в 2017 году ЕБРР (Европейским Банком Реконструкции и Развития) оценка состояния законодательной базы в сферах ГЧП определила уровень подготовки законодательной базы, регулирующей механизмы ГЧП, как средний. Страны со средними показателями соответствия стандартам характеризуются наличием в них благоприятной среды для ведения бизнеса и довольно хорошо прописанной нормативно-правовой базы, что создает возможности для реализации проектов в сфере ГЧП [1].

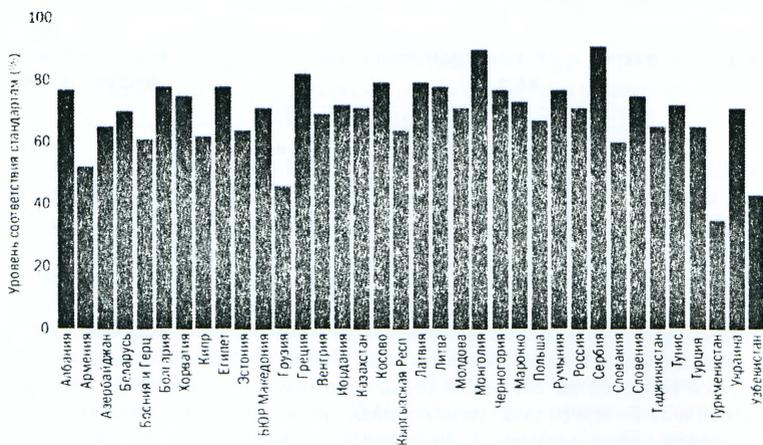


Рисунок 2 – Качество законодательства в сфере ГЧП в странах с переходной экономикой

2. Оценка текущей ситуации состояния отрасли

Рассмотрим *основные проблемы* в области здравоохранения Беларуси:

- Низкая средняя продолжительность жизни населения (70 лет: для мужчин – 64,8 года, для женщин – 76,6 лет) и возрастающая нагрузка на систему здравоохранения в связи с сокращением численности населения страны.

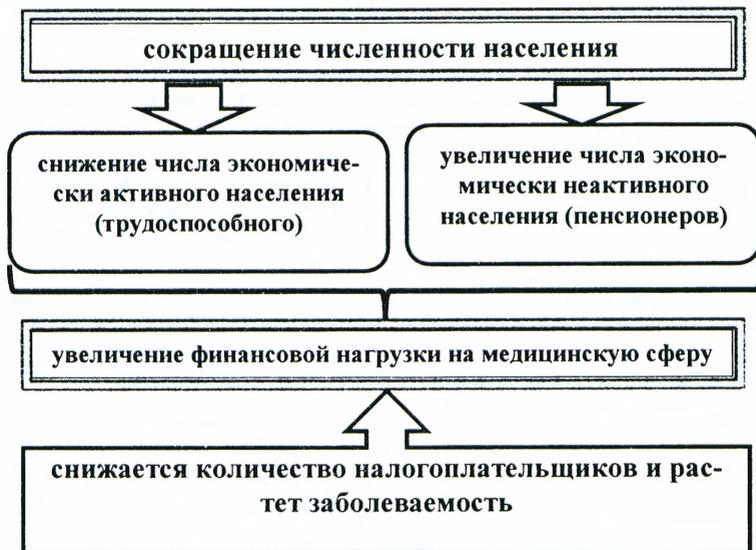


Рисунок 3

- Недостаток финансирования данной сферы. В Республике Беларусь продолжает сохраняться ведущая роль государства в финансировании расходов на здравоохранение. Общая сумма расходов на здравоохранение за 2017 г. составила 6 266,4 млн рублей или 6,0 % от ВВП страны, из которых: расходы государственного сектора – 4,2 % от ВВП, расходы частного сектора – 1 859,3 млн рублей, или 1,8 % от ВВП [2]. В то время как в развитых странах этот показатель равен 7–10%.
- Сохранение в некоторых регионах низких технико-эксплуатационного состояния и материально-технической базы лечебных заведений.
- Зарботная плата работников здравоохранения зачастую не достигает даже среднего уровня по стране. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь величина разрыва между средней заработной платой работников здравоохранения и в целом по народному хозяйству увеличивается: за 2017 год среднемесячная заработная плата в здравоохранении составила 644,3 руб., что на 21 % меньше, чем по народному хозяйству (815,2 руб.); за 5 месяцев 2018 года среднемесячная заработная плата в здравоохранении составила 701,8 руб., что на 22 % меньше, чем по народному хозяйству (901,6 руб.) [3].

3. Выбор модели ГЧП в здравоохранении

Выделяют следующие модели ГЧП.

Таблица 1 – Модели ГЧП

<i>Модель ГЧП</i>	<i>Собственность</i>	<i>Проектирование</i>	<i>Строительство</i>	<i>Управление</i>	<i>Финансирование</i>
«проектирование/ строительство» (DB)	государство	частный сектор	частный сектор	государство/ частный сектор	государство
«проектирование/ строительство/ управление» (DBO)	государство	частный сектор	частный сектор	частный сектор	государство
«проектирование/ строительство/ финансирование» (DBF)	государство	частный сектор	частный сектор	государство	частный сектор
«проектирование/ строительство/ финансирование/ управление» (DBFO)	государство	частный сектор	частный сектор	частный сектор	частный сектор
«эксплуатация и техническое обслуживание» (O & M Concession)	государство	-	-	государство/ частный сектор	государство
долгосрочная аренда (лизинг) (LTL)	государство	-	-	частный сектор	-
«аренда/развитие/управление» (LDO)	государство	частный сектор	частный сектор	частный сектор	-

При анализе данной таблицы, необходимо обратить внимание на то, что сфера здравоохранения в нашей стране является социально значимой отраслью, услуги которой доступны для всех категорий граждан. Поэтому, наиболее целесообразным является использование моделей ГЧП, где управление и обслуживание объекта здравоохранения осуществляет частный партнер, но объект остается в собственности государства.

Для решения ряда вышеперечисленных проблем необходимо привлечение частных инвестиций в анализируемую сферу под гарантию государства через механизмы ГЧП.

Литература

1. Новейшая оценка состояния законодательства в сфере государственно-частных партнерств: выводы и рекомендации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395273351603&d>.
2. Информация о финансировании расходов на здравоохранение в 2017 году. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://naviny.by/rubrics/society/2016/01/27/ic_articles_116_190835.
3. О повышении зарплаты работникам здравоохранения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minzdrav.gov.by/ru/sobytiya/o-povyshenii-oplaty-trudarabotnikam-zdravookhraneniya/>.

Запольский А. В.,
РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»,
г. Минск, Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНАЯ СИСТЕМА РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК КАК МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

В работе с точки зрения системного подхода рассмотрена действующая международная система регулирования государственных закупок, которая позволяет странам, а также региональным интеграционным объединениям сформировать собственные эффективные системы государственных закупок.

Как система закупки на рынке реализуют взаимодействие между продавцами и покупателями с использованием технологий обмена, воплощенных в инфраструктуре рынка, и основаны на торговых регламентах, определяемых законодательством. При этом рынок может быть как закрытым (чисто внутренним), так и открытым в полной или неполной мере, что определяет внешнюю среду системы и ее влияние на рынок. Как правило, государственные закупки как процесс обеспечения выполнения государственными структурами своих функций осуществляются на открытом рынке с различной степенью лоббирования интересов государства. Государство при этом преследует две цели, которые могут быть взаимоисключающими: экономия бюджетных ресурсов и приоритетность закупок товаров у национального производителя.

На международном уровне сфера торговых отношений регулируется Всемирной торговой организацией (ВТО), целью которой является либерализация международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов [1]. Начавшись с одного международного договора – Генерального соглашения по торговле и тарифам (ГАТТ), в настоящее время ВТО представляет собой крупнейшую организацию, к основным функциям которой относится разработка правил торговли на мировом рынке, наблюдение за их исполнением странами-участниками.

ВТО в рамках рыночной парадигмы продекларированы следующие принципы:

- равные права – предоставляемый на взаимной основе участниками режим наибольшего благоприятствования в торговле товарами и услугами;
- взаимность при предоставлении льгот;
- транспарентность торговой политики;
- регулирование торговли преимущественно тарифными методами;
- защитные механизмы – для защиты окружающей среды, животных и растений, здравоохранения, государства вправе создавать торговые ограничения;
- разрешение торговых споров путем консультаций и переговоров [2].

В основу деятельности ВТО положены три основополагающих соглашения: ГАТТ, Генеральное соглашение о торговле услугами (ГАТС) и Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), обязательных к подписанию при присоединении стран-кандидатов к ВТО, и целый ряд соглашений, к которым могут присоединиться страны-члены по мере их готовности к возникающим обязательствам. Одним из главных условий присоединения новых стран к ВТО является приведение их национального законодательства и практики регулирования внешнеэкономической деятельности в соответствие с положениями пакета соглаше-

ний Уругвайского раунда ВТО [1]. То есть прослеживается системность в деятельности стран-членов ВТО по формированию эффективного механизма регулирования международной торговли: договоренности как продукт деятельности ВТО формируются взаимовыгодно с учетом целей и принципов организации; существует институциональная основа в виде высшего руководящего органа ВТО – Конференции министров, Генерального совета, осуществляющего текущее управление организацией и наблюдение за выполнением принятых соглашений; исполнительного органа – Секретариата ВТО, а также инфраструктурных элементов – рабочих и экспертных групп и специализированных комитетов.

Одним из элементов ГАТТ, выделенным в отдельный документ, является Соглашение по государственным закупкам (СГЗ), принятое по результатам многосторонних торговых переговоров в 1994 г. [3]. До настоящего времени оно не стало обязательным к подписанию государствами-членами ВТО, однако сейчас для вступающих в ВТО стран приветствуется присоединение к этому соглашению. Республика Беларусь, которая в течение достаточно продолжительного времени (с 1993 г.) предпринимает усилия по присоединению к ВТО, очевидно придется сразу же подписывать и это соглашение, что потребует гармонизации национального законодательства с международным, а также модернизации всей инфраструктуры существующей системы государственных закупок.

В связи с происшедшими в мировой экономике кардинальными изменениями в торговле, в частности с переходом к электронной коммерции и новым закупочным технологиям, а также опытом применения СГЗ ВТО и других наднациональных правовых актов, в мировой торговой практике была разработана и принята новая версия Типового закона ЮНСИТРАЛ по госзакупкам 2011 г. [4].

С точки зрения системного подхода электронная торговля как составляющая электронной коммерции является самой современной формой торговли, представляющей собой сложную организационно-экономическую систему рыночной (переходной) экономики, образуя единую комплексную структуру, ориентированную на эффективное обслуживание всей цепочки движения товаров от производителей к потребителям.

По существу электронная торговля как специфическая форма торговли, основанная на новом способе покупки, продажи и распределения товаров и услуг посредством компьютерных сетей, регулируемых в настоящее время признанными мировым сообществом многосторонними правилами торговли, в частности ГАТС, Типовым законом ЮНСИТРАЛ об электронной торговле и рядом других. Так, в соответствии с определением ЮНСИТРАЛ, посредством электронной торговли могут выполняться сделки купли-продажи, поставки, а также факторинг, лизинг, консалтинг, инжиниринг, другие сделки в сфере промышленного и делового сотрудничества [5].

В зависимости от направления осуществления взаимодействия между субъектами экономических отношений выделяют следующие формы (модели) электронной торговли (см. рис. 1):

– бизнес-бизнес	(Business-to-Business)	B2B;
– бизнес-потребитель	(Business-to-Consumer)	B2C;
– потребитель-бизнес	(Consumer-to-Business)	C2B;
– потребитель-потребитель	(Consumer-to-Consumer)	C2C;
– бизнес-государство	(Business-to-Government)	B2G;
– потребитель-государство	(Consumer-to-Government)	C2G;
– государство-государство	(Government-to-Government)	G2G.

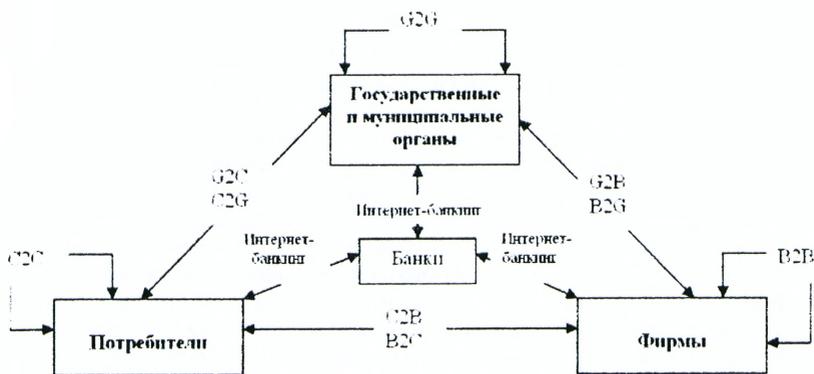


Рисунок 1 – Формы электронной торговли [6, с. 8]

Через системы электронной торговли (электронные торговые площадки, электронные аукционы, интернет-биржи) осуществляется межфирменная торговля в Глобальной информационной сети Интернет, а также через такие системы государственные учреждения и ведомства осуществляют свои закупки на открытом рынке (B2B, B2G). Основные процессы электронной торговли реализуются с использованием персональных компьютеров и Интернета. При этом используются специальные технологии и стандарты электронного обмена данными, такие как Electronic Data Interchange (EDI).

По содержанию своей деятельности электронная торговля существенно отличается от обычной торговли. Ей присущи некоторые особенности, среди которых можно выделить следующие основные:

- виртуальность – отсутствие контакта между субъектами процесса купли-продажи, то есть электронная торговля осуществляется в режиме онлайн;
- интерактивность – соответствующее информационное обеспечение покупателя с возможностью обратной связи через интерфейс компьютера;
- глобальность – реальное отсутствие временных, пространственных, социально-демографических границ;
- динамичность – способность онлайн торговли к быстрым изменениям и адаптации к новым условиям;
- эффективность – возможность обеспечить большие экономические выгоды по сравнению с офлайн торговлей, а также социальный эффект.

Использование интернет-решений позволяет преобразовать бизнес-процессы организаций без существенных затрат и остановки бизнеса компаний, а также повысить безопасность финансового взаимодействия между компанией и ее внешними партнерами.

Электронная торговля относительно новая и еще не в достаточной степени отрегулированная область торговли. Существуют различия в подходах к объектам регулирования. Многие страны мира по примеру США идут по пути принятия отдельных законов для регулирования электронной торговли. Главными областями регулирования в США являются: лицензирование телекоммуникационных услуг, законодательство об Интернете, электронной цифровой подписи, признании равной силы бумажных и электронных документов, обеспечении безопасности, защита прав потребителей, защита интеллектуальной собственности.

Перечень объектов регулирования ВТО включает: безопасность, конфиденциальность, налогообложение, доступ на рынок, упрощение процедур торговли, государственные закупки, интеллектуальную собственность и правовые рамки для торговых операций в Интернете [6].

К настоящему времени принят целый ряд международных правовых норм, определяющих и регулирующих сферу электронной торговли, таких как Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле; Типовой закон ЮНСИТРАЛ о публичных закупках; Декларация об электронной торговле ВТО; Соглашение ВТО об информационных технологиях; Единообразные правила об электронных подписях ЮНСИТРАЛ и др., а также постоянно разрабатываются новые, например, Типовой закон ЮНСИТРАЛ о передаваемых электронных записях и др. [7]. Постоянно развиваемое с учетом современных тенденций международное законодательство побуждает развитие технологий государственных закупок, повышая их эффективность, и стимулирует экономическое развитие регионов. В частности реализация принципов СГЗ ВТО позволяет решать задачи по экономии бюджетных ресурсов по разным направлениям, ряда социально-экономических проблем, повышение конкурентности рынков товаров и услуг, стимулирование внешнеэкономической деятельности.

Следует также учитывать, что сферу государственных закупок регламентируют как международные соглашения – СГЗ ВТО, типовые законы ЮНСИТРАЛ, так и региональные торговые соглашения (РТС), что может создавать неопределенность в этой сфере и требует гармонизации регулирующих документов, особенно при заключении РТС между странами-участниками СГЗ ВТО и странами, которые не присоединились к данному соглашению. Согласно статистике, ВТО количество действующих РТС неуклонно растет и может достигнуть около 300 в ближайшие годы [8]. В определенной степени проблема снимается тем, что большая часть РТС заключается с учетом требований СГЗ ВТО, поскольку в нем содержатся базовые принципы либерализации рынка госзакупок – режим доступа на рынок, недискриминации, информационной открытости и прозрачности закупок, борьбы с коррупцией и развитие справедливой конкуренции. Что касается инфраструктуры, обеспечивающей взаимодействие между элементами системы государственных закупок, а также внешней средой, то здесь имеются определенные различия, которые нужно иметь в виду при присоединении к РТС.

В частности, важнейшим договором, определяющим степень интеграции Беларуси на евразийском пространстве, является Договор о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014, являющийся более широким по сравнению с традиционными РТС. В этом документе раздел XXII регламентирует взаимоотношения государств-членов в сфере государственных (муниципальных) закупок, при этом цели, принципы и основные элементы механизма регулирования сферы государственных закупок совпадают с СГЗ ВТО [9].

Тем не менее, в настоящее время существует ряд несоответствий по способам закупок, а также по методам реализации закупок, что в условиях предстоящего присоединения Республики Беларусь к ВТО предполагает актуализацию национальной правовой базы относительно международного права с учетом обязательств по Договору о ЕАЭС. Кроме того, при наличии в целом работоспособной системы госзакупок в Беларуси требуется осуществлять постоянную модернизацию и инфраструктурной составляющей, обеспечивающей современный уровень автоматизации процедур закупок и соответственно их высокую эффективность.

Литература

1. РИА Новости. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/spravka/20120822/728030402.html>. – Дата доступа: 20.07.2018.
2. Всемирная торговая организация.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/vsemirnaya-torgovaya-organizaciya-vto>. – Дата доступа: 20.07.2018.
3. Agreement on Government Procurement: April 15, 1994 – Marrakesh, Morocco (Annex 4 to the WTO Agreement) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: GPA WTO 15_04_1994 tradoc_149240 trade.ec.europa.euDocument search>...chtradoc_149240.pdf. – Дата доступа: 20.07.2018.
4. UNCITRAL Model Law and guidance on Public Procurement (2011). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/library/uncitral-model-law-and-guidance-public-procurement-2011>. – Дата доступа: 20.07.2018.
5. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле (с изменениями 1998 года). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ifap.ru/pr/2007/070428aa.pdf>. – Дата доступа: 20.07.2018.
6. Запольский, А.В. Электронные закупки: Опорный конспект лекций / А.В. Запольский. – Минск: БГЭУ, 2017. – 102 с.
7. Правовое обеспечение международной торговли. ЮНСИТРАЛ.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studref.com/387794/ekonomika/pravovoe-obespechenie-mezhdunarodnoy-torgovli-yunsitral>. – Дата доступа: 20.07.2018.
8. Региональные торговые соглашения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oecdcentre.hse.ru/nletter8.1>. – Дата доступа: 20.07.2018.
9. Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана 29.05.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depSNG/agreement-eurasian-economic-union>. – Дата доступа: 20.07.2018.

УДК 657

Ковалева Е. М., магистрант,
Белорусский государственный университет транспорта,
г. Гомель, Республика Беларусь

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТА НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В данной статье представлена взаимосвязь эффективно сформированной учетной политики организации с оптимизацией налоговых платежей, осуществляемой в рамках налогового менеджмента. Данная оптимизация призвана снизить налоговое бремя на предприятиях, не ущемляя при этом государственные интересы. Ранее исследованием данного вопроса занимались следующие авторы: Головачев А. С., Булатов А. С., Макеева Е. Ю. и Кушубакова Б. К. [1, с. 12, 2, с. 25]. Однако данные авторы не рассматривали выбор системы налогообложения на этапе создания предприятия как основополагающий компонент при формировании учетной политики.

В настоящее время бухгалтерский учет регулируется значительным количеством законодательных актов. Тем не менее, действующая нормативная база не обес-

печивает полной регламентации и унификации бухгалтерского учета, а только отмечает основные моменты в базировании учетной системы. Так, имеющаяся законодательная база предоставляет различные вариации по выбору отображения хозяйственных аспектов. Это взаимосвязано с тем, что в условиях действующей рыночной экономики государство не может установить для всех хозяйствующих субъектов идентичные учетные схемы, так как хозяйственная деятельность каждой организации специфична и имеет свои нюансы.

Таким образом, организациям была предоставлена возможность самостоятельного выбора способов отображения хозяйственных операций, которая реализуется при формировании учетной политики организации.

Однако следует отметить, что значимость учетной политики в разные периоды значительно отличалась. Так, ранее учетная политика представляла собой формальный шаблонный документ, в котором дублировались прописные нормативные истины. Позже интенсивное развитие рыночной экономики способствовало становлению учетной политики как локального нормативного акта, в котором можно не только раскрыть спорные учетные аспекты, но и, выбрав те или иные варианты учета некоторых объектов, повлиять на отчетные показатели и предоставляемую финансовую отчетность в целом. На сегодняшний день учетная политика рассматривается как инструмент налогового менеджмента, способствующий оптимизации налоговой нагрузки. Так, например, варьируя различными методами учета затрат или же способами расчета амортизации, можно искусственно завысить или же занижить налогооблагаемую базу, что, следовательно, приведет к завышению или занижению налоговых платежей.

Стремление организаций оптимизировать налоговую нагрузку связано не только с желанием получить большие экономические выгоды, но и стать более конкурентоспособными. Ведь, несмотря на стремление государства создать более благоприятные условия для развития и процветания предприятий, в настоящей ситуации такова, что на предприятия возложено чрезмерное налоговое бремя, так как осуществляемые налоговые выплаты непосредственно связаны с формированием государственной казны. Таким образом, имеющиеся налоги, влияющие и включаемые непосредственно в себестоимость производимой продукции, приводят к ее завышению и, следовательно, снижению конкурентоспособности предприятия в целом.

Однако необходимо отметить, что оптимизация налоговой нагрузки в организации может быть представлена как объективными, так и субъективными факторами.

Так, к объективным факторам можно отнести градацию налогового бремени, которая заключается в том, что любая налоговая система является компонентом экономической системы в целом и, следовательно, участвует в формировании того или иного уровня налогообложения. Вместе с тем следует отметить, так как каждая организация осуществляет деятельность в системе разделения труда, то производит конкретный вид продукции по определенной технологии, занимает определенную нишу на рынке ресурсов и сбыта продукции, из этого следует, что размер налоговых платежей предприятия находится в зависимости не только от уровня налогообложения. Следовательно, формируются характерные этому и подобным организациям уровень и структура затрат, финансовой устойчивости и оборачиваемости средств. Таким образом, имеющиеся объективные факторы, направленные на оптимизацию налоговых выплат могут быть учтены как при выборе деятельности, так и при определении ее масштабов и так далее.

Субъективные факторы оптимизации налоговых выплат как раз и предполагают воздействие хозяйствующими субъектами на налогооблагаемую базу. Так, организации, как правило, придерживаются двух позиций:

- первая – полное или частичное сокрытие доходов (так называемая «черная бухгалтерия»); сюда же можно отнести и выплату заработной платы («в конвертах»);
- вторая – добросовестное исчисление и уплата налогов в полном объеме, включая авансовые налоговые платежи (например, налог на прибыль).

Однако представленные позиции не удовлетворяют в полном объеме интересы обеих сторон. Так как в первом случае происходит подрыв государственного интереса, а во втором – интереса налогоплательщика, поскольку исчисление налогов происходит по заданному расчету, без обоснованности [3].

В итоге можно сделать вывод, что недостаточность изученного вопроса налогообложения, а также шаблонное отношение к формированию учетной политики негативно сказываются как на хозяйствующих субъектах, так и на государстве в целом.

При этом при выстраивании эффективной учетной политики необходимо уделить внимание основополагающим факторам, учитываемым при составлении данного документа (рисунок 1).



Рисунок 1 – Факторы, учитываемые при формировании учетной политики

Но в то же время, несмотря на эволюционное преобразование учетной политики, которое привело к возрастанию ее ценности, и на сегодняшний день данный документ должен раскрывать информацию по ряду аспектов. Так, классически выделяются следующие аспекты учетной политики:

1) методический аспект:

- классификация активов и обязательств;
- оценка и калькулирование;
- признание;

2) организационно-технический аспект:

- план счетов;
- документооборот (первичные документы, технология сбора и обработки информации, отчетность);
- организация учетной службы;
- организация системы внутреннего контроля;
- порядок проведения инвентаризации.

На практике структурировать учетную политику можно более обширно и детализированно. Так, информация о структуре бухгалтерии, должностные инструкции сотрудников бухгалтерской службы, график документооборота, рабочий план счетов и прочие данные могут быть представлены в форме таблиц и схем и вынесены в приложения.

Необходимо отметить особую значимость методического аспекта учетной политики, который непосредственно отображает сформированную учетную систему предприятия.

Наглядное отображение наиболее значимых позиций методического аспекта учетной политики, по которым организация имеет право выбора и которые должны быть зафиксированы в учетной политике, представлены на рисунке 2.

В то же время, рассматривая формирование учетной политики сквозь призму оптимизации налогообложения, учитывающей интересы всех заинтересованных сторон, необходимо отметить, что основополагающим моментом является выбор системы налогообложения, который осуществляется на стадии образования предприятия. Так, на законодательном уровне предусмотрена общая система налогообложения (ОСН), упрощенная система налогообложения (УСН) с налогом на добавленную стоимость (НДС) и без НДС, уплата единого налога (для индивидуальных предпринимателей).

Безусловно, существуют некоторые критерии, которым должен соответствовать хозяйствующий субъект при выборе той или иной системы налогообложения. Однако планирование широты деятельности позволит выбрать оптимальную систему налогообложения, которая позволит избежать уплаты излишних налоговых выплат.

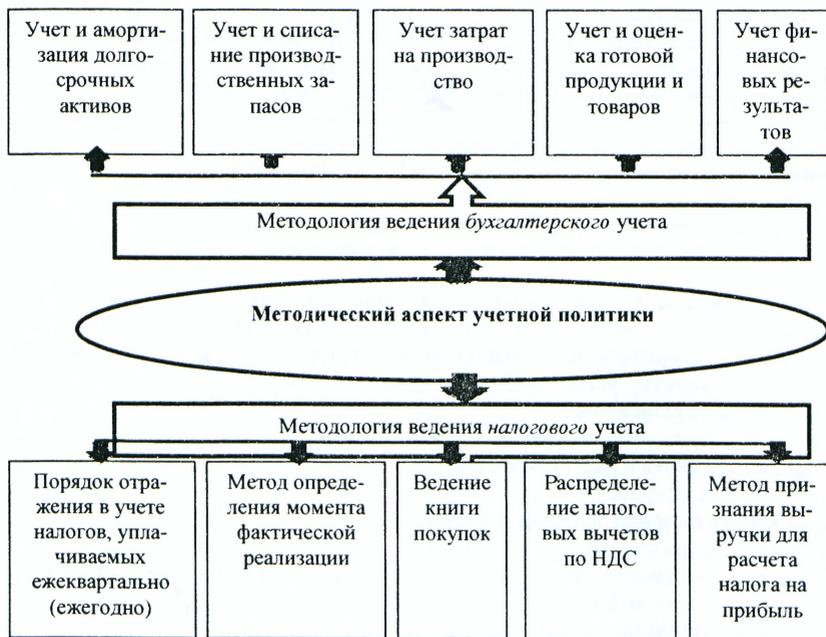


Рисунок 2 – Методический аспект учетной политики

Таким образом, не стоит недооценивать роль учетной политики как инструмента, оптимизирующего налогообложение. Ведь сегодня учетная политика – это не только локальный нормативный акт, в котором отображаются способы и методы учета, избранные предприятием с учетом специфики своей деятельности, но и своеобразная «подушка безопасности», которая при грамотной наполненности позволит оптимизировать налоговые платежи без негативных последствий со стороны государства.

Литература

1. Головачев, А. С. Экономика предприятия: учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2014. – 464 с.
2. Экономика: учеб. / А. С. Булатов [и др.]; под ред. А. С. Булатов. – Москва : Изд-во БЕК, 2015. – 632 с.
3. Учетная политика как инструмент оптимизации налоговых платежей предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nalvest.ru/nv-articles/detail.php?ID=24465>. – Дата доступа : 25.10.2018.

УДК 339.138

Косар Н. С., к. э. н., доцент, **Кузьо Н. Е.**

Национальный университет «Львовская политехника»,

г. Львов, Украина

Кубрак Н. Р., к. э. н., доцент

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий

имени С. З. Гжицкого,

г. Львов, Украина

РОЛЬ ХОЛИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ УКРАИНЫ

Торговля является одной из важнейших сфер экономики любой страны, как по объемам деятельности, так и по численности занятого в ней персонала. Важность этой сферы экономики обусловлена тем, что деятельность торговых посредников направлена на удовлетворение потребностей каждого человека в различных товарах. Финансово-экономический кризис, значительный рост цен на товары вследствие обесценивания украинской валюты в 2014-2015 г. отрицательно повлияли на торговлю Украины (табл. 1).

Согласно информации Государственной службы статистики и исследовательской организации Nielsen экономика Украины постепенно восстанавливается. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. рост реальных доходов населения составил 19%, внутреннего валового продукта - 2,5%, прирост развития рынка FMCG составил 11%, а индекс потребительского доверия сравнялся с настроениями 2013 г. [2]. Это открывает новые возможности для дальнейшего развития торговых посредников, заставляет последних вести поиск направлений усиления своей конкурентоспособности на рынке с учетом изменений в среде их функционирования. Значительные изменения в сфере розничной торговли Украины на протяжении последних лет обусловлены ростом количества торговых сетей, появлением новых организационных форм торговли, расширением ассортимента товаров и оптимизацией уровня сервиса, изменением потребительских мотивов закупки товаров [3]. Сегодня конкуренцию для традиционных магазинов розничной торговли составляют и Интернет-магазины.

Таблица 1 – Динамика индексов оптового и розничного товарооборота предприятий Украины за 2010-2016 г. [1]

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
В % (в фактических ценах) к предыдущему году								
Оборот предприятий оптовой торговли	100	112,0	99,2	98,3	93,4	119,3	125,1	122,7
Оборот предприятий розничной торговли	100	126,4	118,1	109,3	107,6	113,0	113,9	69,4
Розничный товарооборот через торговые сети	100	124,5	115,1	106,7	107,2	109,0	114,0	105,5
В % (в сопоставимых ценах) к предыдущему году								
Оборот предприятий оптовой торговли	100	100,7	96,9	97,4	82,1	87,8	104,9	102,8
Оборот предприятий розничной торговли	100	114,7	114,7	108,6	91,1	79,3	104,0	106,5
Розничный товарооборот через торговые сети	100	113,2	112,5	106,1	90,0	79,0	104,4	106,0

Несмотря на уменьшение количества объектов розничной торговли в последние годы, крупнейшие торговые сети Украины продолжают развиваться (табл. 2).

Таблица 2 – ТОП-10 продовольственных сетей Украины по количеству магазинов [4]

Компания	Торговая сеть	Количество магазинов, 2016 г.	Количество магазинов, 2017 г.	Количество открытых магазинов в 2017 г.	Присутствие в областях Украины
ТОВ «АТЬ-маркет»	АТЬ	898	910	78	22
Fozzy Group	Сільпо, Фора, Fozzy, Le Silpo, Thrash!, Favore	530	535	35	25
Volwest Group	Наш Край, Наш Край экспрес, SPAR	214	243	46	19
ТзОВ ТВК «Львівхолд»	Рукавичка, Під боком	114	130	21	6
ТОВ «Еко»	Еко маркет, Симпатик	114	114	1	12
ТОВ «Опт торг-15»	Делві	109	120	36	6
ТОВ «Український ритейл»	Бруснична, Брусниця	101	101	4	6
ТОВ «ЛК-Транс»	ЛотОк	66	87	24	2
ТОВ «ПАК-КО-холдинг»	Волак, Пакко	90	81	2	9
ПрАТ «Фуршет»	Фуршет, Фуршет-гурман	81	77	1	20

Возрастание роли знаний и умений в экономике Украины требует от торговых сетей использования более результативных и эффективных методов ведения конкурентной борьбы. Важным фактором успеха может быть привлечение всех партнеров предприятия, прежде всего клиентов, рост их активности, как в процессе закупки товаров, так и в продвижении торговых сетей на рынке из-за распространения ими положительной информации. Основанием реализации этого подхода является использование торговыми посредниками концепции холистического маркетинга, которая предусматривает исследование и удовлетворение индивидуальных ожиданий клиентов [5, с. 58]. Эта концепция содержит четыре основные составляющие: концепцию интегрированного маркетинга, концепцию внутреннего маркетинга, концепцию социально-ответственного маркетинга и концепцию маркетинга взаимоотношений [6, с. 49].

Внутренний маркетинг рассматривается как деятельность в пределах предприятия, которая направлена на формирование его благоприятной внутренней среды, распространение среди руководства и персонала ценностей организации и ее маркетинговых целей, обучение персонала предприятия, контактирующего с клиентами, особенностей характеристик товаров, существующих методов и приемов их продажи для лучшего удовлетворения потребностей потребителей и расширение клиентской базы предприятия [7, с. 52]. Роль внутреннего маркетинга заключается, прежде всего, в формировании благоприятной среды организации для обеспечения функционирования всех подсистем менеджмента (таких как кадровый, инновационный, финансовый и т. п.), которые определяют маркетинговую деятельность предприятия, в частности его комплекс маркетинга. Именно с его помощью торговые сети могут влиять на клиентов и привлекать их в свои магазины. Внутренний маркетинг предполагает эффективное управление кадрами предприятия, формирование их внутренней мотивации к улучшению деятельности, идентификацию с функционированием предприятия, коммуникативно-информационную составляющую и т. п. В его рамках значительное внимание должно уделяться процессам поощрения сотрудников к инициативности, творчеству, постоянному генерированию новых идей по совершенствованию отдельных составляющих комплекса маркетинга организации, повышению уровня сервиса [8, с. 115].

При реализации концепции внутреннего маркетинга торговые сети должны учесть, что их работники – это потребители не только ресурсов предприятия, но и его товаров и услуг [9, с. 280]. Поэтому важной составляющей внутреннего маркетинга является формирование лояльности работников к торговой сети и такой внутренней среды, которые обеспечивают максимальную ориентацию на удовлетворение потребностей клиентов. С целью продвижения корпоративных идей среди работников могут быть использованы традиционные элементы маркетинговых коммуникаций – рекламные носители (издание внутреннего электронного вестника), проведение акций, розыгрышей, конкурсов, организация кейсового обучения работников и т. п.

Эффективная реализация торговыми сетями мероприятий внутреннего маркетинга положительно скажется на его финансовых результатах. Анализ вторичной маркетинговой информации показывает, что если предприятие сумело сформировать команду высокопроизводительных работников, то оно может увеличить свою прибыль на 19% и доход на 28%. Финансовые результаты деятельности предприятий с высокой производительностью труда на 53% выше показателей компаний с низкой производительностью [9, с. 281]. Высокомотивированный и высокопроизводительный персонал предприятия сегодня является его самым перспективным ресурсом, потенциальным источником улучшения финансовых и рыночных показателей деятельности.

Следующей составляющей холистического маркетинга является маркетинг отношений, основанный на установлении, развитии и сохранении долгосрочных отноше-

ний сотрудничества с клиентами сети и другими сторонами, в частности поставщиками [10, с. 74]. Он реализуется с использованием организации взаимного выгодного для обеих сторон процесса обмена, соблюдение обещаний и может значительно повлиять на расширение клиентской базы торгового предприятия и его финансовые показатели.

Развитию маркетинга отношений торговых сетей сегодня способствуют такие факторы, как формирование и использование баз данных, прежде всего с применением ими программ лояльности: налаживание интерактивного диалога с клиентами с применением e-mail и мобильных телефонов, социальных сетей, персонализация предложений для клиентов. Использование концепции маркетинга отношений предполагает и необходимость постоянного повышения уровня обслуживания клиентов в магазинах торговой сети с учетом их требований относительно свободного выбора необходимых товаров, времени их закупки, чистоты торговых помещений и возможности там легко передвигаться, возможности получить квалифицированную консультацию продавца относительно необходимых товаров и услуг, отсутствия очередей на кассах. При этом торговые посредники постоянно анализируют культуру обслуживания покупателей, которая определяется рядом показателей, определяющих уровень сервиса и эстетического оформления магазинов. Наиболее обобщенно культуру обслуживания торгового посредника характеризуют такие показатели, как [11]: устойчивость товарного ассортимента; использование современных методов продажи товаров; предоставление дополнительных услуг; затраты времени клиентов на закупку товаров; соблюдение установленного режима работы; интенсивность внутримагазинных маркетинговых коммуникаций; уровень квалификации работников; эстетический вид работников магазинов и прилавков; уровень этической культуры продавцов магазина; эстетическое и санитарное состояние помещений магазина; соблюдение существующих правил продажи товаров.

Важную роль в современных условиях играет экологичность товаров, что для торговых предприятий означает необходимость реализации органической продукции, организации сбора использованной упаковки товаров и одновременно актуализирует необходимость использования ими концепции социально-ответственного маркетинга. Его целью является гармонизация интересов трех групп-потребителей, предприятий и общества в целом [12, с. 40], содействие в решении существующих социальных и этических проблем.

Последней составляющей холистического маркетинга на современном этапе его развития является концепция интегрированного маркетинга. Она предусматривает продвижение товаров на рынке и базируется на прогнозировании будущих потребностей и предпочтений потребителей, изменений в их структуре и адаптации товаров к этим изменчивым запросам при одновременном учете индивидуальных запросов различных сегментов рынка в региональном аспекте [10, с. 74]. Концепция интегрированного маркетинга торговых сетей базируется на использовании двух основных принципов [13, с. 91]:

- для продвижения и предоставления потребителям ценности им целесообразно использовать различные маркетинговые мероприятия;
- проведение всех маркетинговых мероприятий должно быть скоординированным для максимизации общего эффекта от их реализации. Поэтому торговые сети должны обеспечить существование интегрированных систем управления спросом, управления различными ресурсами и сформированными партнерскими сетями.

Развитие НТП определило усиление роли инструментов маркетинговых коммуникаций с использованием Интернета в деятельности торговых посредников. Их пре-

имуществами являются более низкие расходы, по сравнению с традиционными средствами продвижения, высокая скорость распространения информации, максимальный охват целевой аудитории, имеется возможность оперативного управления продвижением товаров на рынке, возможность обратной связи и налаживание интерактивного диалога с целевыми аудиториями с индивидуализацией предложений для них [14].

Анализ маркетинговой практики предприятий в 2016 г. показывает, что значительная часть расходов на продвижение товаров предприятий приходится на контент-рекламу и социально-медийный маркетинг (SMM), лидерами среди соцсетей и блогов является Facebook, Twitter, Pinterest, Facebook-Video, Snapchat, Medium, Quora, Vine. Поэтому торговым сетям целесообразно как создавать собственные Интернет-магазины, отслеживая эффективность их функционирования [15], так и постоянно обновлять информацию на собственном сайте в Интернете, увеличивать активность в социальных сетях.

Литература

1. Офіційний сайт. Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://ukrstat.org>. – Дата доступа : 19.10.2018.
2. Аналітики Nielsen: тенденції ринку FMCG і секрети збільшення продажів [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://rau.ua/uk/novyni/nielsen-tendentsii-rynka-fmcg>. – Дата доступа: 12.09.2018.
3. Косар, Н.С. Дослідження перспектив розвитку торговельних мереж в Україні / Н.С. Косар, Н.С. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7 (181). – С. 97–109.
4. Топ-10 продуктових мереж України за кількістю магазинів [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://rau.ua/uk/novyni/top-10-produktovyh-setej-3>. – Дата доступа: 12.09.2018.
5. Данніков, О.В. Адаптація концепції холістичного (цілісного) маркетингу до реалій вітчизняного ринку / О.В. Данніков, Р.Б. Раупов // Стратегія економічного розвитку України. – 2013. – № 33. – С. 54–59.
6. Косар, Н.С. Концепція холістичного маркетингу у діяльності вітчизняних підприємств / Н.С. Косар, Т.В. Сарапін, Н.С. Кузьо // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2013. – № 769. – С. 47–53.
7. Решетнікова, І.Л. Внутрішній маркетинг у системі маркетингу підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 1. – С. 45–55.
8. Сагайдак, М.П. Внутрішній маркетинг і маркетинг персоналу: порівняльний аналіз економіка та управління підприємствами // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 7(145). – С. 110–117.
9. Пасека, А.С. Внутрішній маркетинг: сутність, значення і роль в підвищенні продуктивності праці // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 6 (51). – Ч. 1. – С. 279–281.
10. Супрунова, Є.С. Холістичний маркетинг: основні положення і передумови формування // Економіка та держава. – 2012. – № 9. – С. 72–74.
11. Організація торгівлі: Підручник / В.В. Алопій, І.П. Мішук, В.М. Ребицький [та ін.]; 2-ге вид., перероб. та доп., за ред. В.В. Алопія. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.
12. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко [та ін.]. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.

12. Борзаковська, Л.В. Концепція холістичного маркетингу: сутність та теоретичне підґрунтя // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. – № 2. – С. 85–94.
13. Савицька, Н.Л. Канали маркетингових комунікацій як засіб підвищення комунікативної активності підприємств торгівлі / Н.Л. Савицька, О.В. Кот, М.С. Кот // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 15. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/62.pdf>. – Дата доступу: 18.10.2018.
14. Кузьо, Н.С. Напрями активізації роздрібної торгівлі продуктами харчування на основі залучення інтернет-технологій / Н.С. Кузьо, Н.С. Косар // Маркетинг і цифрові технології. – 2018. – № 2. – Т. 2. – С. 30–42.
15. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142.
16. Федеральный закон "Об акционерных обществах" от 26 декабря 1995 года N 208-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/.

УДК 712.24:631.1.027(477)

Кравцов И. К., к. э. н., ассистент, **Урбан И. Р.**, ассистент,
Ткач С. Н., ассистент,

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий
имени С. З. Гжицкого,
г. Львов, Украина

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА СЕЛЬСЬКИХ ТЕРРИТОРИЙ УКРАИНЫ

Проблематика экономического развития регионов в течение длительного периода времени находится в центре внимания отечественных и зарубежных исследователей.

В Украине региональные исследования получили импульс для развития после получения государством своей независимости, а наиболее известными отечественными учеными, которые внесли весомый вклад в становление региональной экономической науки, были М. Нижний, П. Беленький, Е. Бойко, С. Злупко, Я. Побурко и другие исследователи.

Со временем научные школы отечественной регионалистики охватили широкий круг проблем, связанных с развитием экономики регионов, включив в сферу собственных исследований такие направления, как: функционирование специальных экономических зон и территорий приоритетного развития; размещение производительных сил и специфика социально-демографических процессов в территориальном разрезе; региональные финансы и инвестиционно-финансовая деятельность; развитие местного самоуправления; трансграничное и межрегиональное сотрудничество; региональные кластеры и инновационное развитие промышленности регионов; развитие сельских территорий и тому подобное.

Учитывая экономическую специфику развития украинской экономики в течение всего периода ее независимости, а также принимая во внимание тот богатый институциональный опыт и технологические навыки, которые были сформированы в течение предыдущих десятилетий (и даже столетий), включая определение места

нашего государства в международном разделении труда, естественно важное место в научных исследованиях украинских ученых-регионалистов отводится проблемам развития сельских территорий.

Так, Е. Бойко отмечает, что сельские территории отмечаются многофункциональностью и относятся к сложным открытым системам, которые непосредственно связаны с особенностями развития экономики в целом на соответствующих этапах, а также с интересами и запросами населения каждой такой территории. В них пересекаются интересы различных звеньев и компонентов этой системы, видов экономической деятельности, подчиняясь закономерностям спроса и предложения. При этом развитие сельских территорий как объективный процесс не окончательно определен и имеет тенденцию к постоянным изменениям, обусловленным влиянием ценностей, институтов и политики [1, с. 7].

По мнению А. Павлова, сельские территории являются сложными структурным строением и функциями социально-пространственными образованиями, которые в своей совокупности представляют одну из двух территориальных подсистем общества. Им присущи определенные пространственные параметры, существенные признаки и характеристики, определяющие их системные свойства, по которым они отличаются от городов. По размеру, масштабу, величине эти социально-пространственные образования делятся на соответствующие уровни. По тем или иным критериям они классифицируются на определенные типы и разновидности. Каждая отдельно взятая сельская территория имеет свои особенности, которые отличают ее не только от городов, но и от сельских территорий того же уровня [2, с. 16].

И. Гончаренко определяет сельскую территорию как целостную систему со своей структурой, функциями, связями с внешней средой, историей, культурой, условиями жизни населения. При этом она указывает на большое количество взаимосвязанных подсистем различных типов с локальными целями и многогранностью управления как характерные признаки сельской территории [3, с. 204]

И. Сторонянская и А. Пелехатый акцентируют внимание на том, что сельская территория может рассматриваться как интегрированная система, связывающая в единое целое территориальную общину с пространством, в рамках которого проживают и осуществляют свою жизнедеятельность члены этой общины, учитывая их возможности, права, обязанности и свободы [4, с. 20].

Х. Притула указывает на биосоциальный характер сельских территорий как системных образований, состоящих из различных подсистем и выполняющих соответствующие функции в русле синергетической парадигмы. По ее мнению, сельские территориальные образования имеют двойную естественную сущность: с одной стороны, они непосредственно взаимодействуют с природной средой, менее урбанизированной по сравнению с городскими поселениями, а с другой – результаты их хозяйственной деятельности во многом определяются зависимостью от природно-климатических условий, природных ресурсов, в частности от качества земли как главного средства производства, а также прерывистым циклом, сезонным характером труда и замедленным оборотом капитала [5, с. 9].

С точки зрения И. Прокопова, исследования проблем развития сельских территорий приобретает все большее распространение, в связи с необходимостью решения проблемы диспропорций, возникающих между интересами представителей аграрного бизнеса (и других видов предпринимательской деятельности на селе), с одной стороны, и потребностями жителей сельских территорий (в более широком контексте – интересами сельских территориальных общин), с другой. Ведь такая ситуация в страте-

гической перспективе включает в себя большой разрушительный потенциал, связанный с нарастанием угроз не только эффективному функционированию агропродовольственного сектора экономики, но и всему обществу, что обусловлено высокой степенью вероятности дальнейшего ослабления продовольственной безопасности государства [6, с. 141].

В. Боршевский аргументирует актуальность исследования современных проблем функционирования экономики сельских территорий Украины и необходимость совершенствования научно-методического обеспечения их развития наличием ряда острых вызовов, стоящих перед сельскими территориями в последнее время. Прежде всего эти проблемы обусловлены разрушением социальной и коммунальной инфраструктуры села, ухудшением качества его человеческого капитала, наращиванием социально-демографических диспропорций, недостаточно эффективным использованием имеющихся природных ресурсов, ухудшением экологических условий хозяйствования и т. д. [7, с. 89].

Исходя из того, что региональная экономика является наукой о размещении производительных сил, изучающей территориальную организацию производства, ее структуру, общие закономерности расположения производительных сил, их конкурентное проявление в отраслевом и территориальном аспектах, на региональном и межрегиональном уровнях, при этом ориентируясь на повышение экономической эффективности производства, а также на обеспечение потребителя качественными продуктами и товарами. Маркетинг сельских территорий выступает важным инструментом выполнения тех задач, которые стоят перед экономикой любого региона. Прежде всего, это касается формирования современного имиджа тех регионов, где преобладает сельская экономика, разработки качественных инвестиционных предложений, направленных на привлечение финансовых ресурсов мощных отечественных и зарубежных компаний в модернизацию инфраструктуры сельских территорий, рекламно-пропагандистской деятельности на внутреннем и внешнем рынках и тому подобное.

В то же время следует отметить, что маркетинг сельских территорий в экономическом развитии регионов, обуславливает актуальность разработки теоретико-методических основ его функционирования. Подавляющее большинство украинских ученых, как правило, не выделяют категорию «маркетинг сельских территорий» в своих научных трудах. Большинство исследователей акцентируют внимание преимущественно на частных аспектах маркетинга сельских территорий, в контексте решения актуальных проблем сельской экономики: информационно-аналитическом обеспечении органов местного самоуправления сельских территориальных общин, продвижении товаров и услуг, которые продуцируются в пределах сельских территорий, на внутренний и внешний рынки, совершенствование товарной и ценовой политики на ресурсы и услуги в пределах сельской местности, модернизацию транспортно-логистической и маркетинговой инфраструктуры, улучшение инвестиционного климата сельских территорий и тому подобное.

Адаптируя категориальный аппарат регионального маркетинга к экономической проблематике развития сельских территорий, можно согласиться с научной позицией, которую представляет А. Зайченко, а именно – по аналогии с маркетингом товаров, ориентированным на создание и реализацию продуктов, способных удовлетворять потребности потребителей, маркетинг сельских территорий можно трактовать как «продажу» этих территорий инвесторам, однако со значительно большей сложностью самого «продукта».

По мнению А. Павлова, кроме потенциальных возможностей сельских территорий, представленных их интегральным потенциалом, следует также рассматривать в качестве объекта маркетинга товары и услуги, которые производятся в пределах сельских территорий, включая товары и услуги, которые являются незаменимыми и имеют значительную общественную ценность. К тому же сельские территории как маркетинговый объект предстают не только как реальный географический пространство, наполненное материальными объектами и человеческими существами, а также как ментальное пространство [8, с. 43].

И. Гончаренко рассматривает маркетинг сельских территорий как составляющую интегрированной системы информационно-коммуникационного развития сельской экономики, в которую она включает: информационные системы органов государственной власти и местного самоуправления, инфраструктуру доступа к информации, информационно-консультационные службы, дистанционные системы обучения и информационные системы мониторинга [10, с. 139].

Т. Мороз делает упор на «брендinговой» функции маркетинга сельских территорий, указывая, что эффективное применение маркетинговых инструментов обеспечивает формирование благоприятного имиджа села, как для самого собственно сельского населения, так и для внешних инвесторов [10, с. 15].

В общем, маркетинг сельских территорий, оставаясь до сих пор довольно мало изученной сферой в научных трудах, может тем не менее опираться в своем развитии на весомые достижения, существующие в плоскости коммерческого маркетинга и регионального маркетинга в целом. Учитывая имеющиеся наработки, можно обозначить приоритетные блоки маркетинга сельских территорий.

Во-первых, это система маркетинговых исследований, которые, с одной стороны, должны проявлять потенциал реализации ключевых продуктов и услуг сельской территории в пределах государства, а также на соседних рынках приграничных регионов и государств.

Во-вторых, важным направлением маркетинговых исследований является формирование стратегических зон наращивания спроса на определенные товары и услуги, которые сельская территория может производить в долгосрочной перспективе с учетом имеющихся здесь ресурсов.

Второй важной составляющей комплекса маркетинга сельских территорий является продвижение товаров и услуг, сельская территория, а точнее ее экономика, могут генерировать в общенациональном и международном масштабах. В этом смысле первым шагом должно стать выявление конкурентных преимуществ определенной сельской территории на основе оценки имеющихся в ней ресурсов и потенциала их реализации в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе.

В соответствии с такой оценкой региональный маркетинг сельской территории может разрабатывать планы реализации или коммерциализации соответствующих товаров и услуг в рамках локальных, региональных, общегосударственного и международного рынков. При этом каждая услуга или товар могут быть ориентированы как на региональный рынок сбыта, так и на соответствующий ценовой, продуктовый и другие сегменты общегосударственного и международного рынков. Основными каналами продвижения продукции и имиджа сельской территории в этом контексте можно признать информационные сети, прежде всего Интернет, через которые могут популяризироваться и рекламироваться соответствующие товары и услуги; во-вторых, зарубежные представительства Украины за рубежом и иностранных государств в Украине, с которыми может быть налажено сотрудничество с целью реализации соответ-

ствующих секторальных или отраслевых программ и проектов, в том числе в контексте привлечения инвестиций и сбыта товаров и услуг сельской территории за границу; в-третьих, налаживание сотрудничества с органами государственной власти для активизации и усиления конкурентоспособности сельских территорий на региональном и общегосударственном уровнях, включая привлечение инвестиционных ресурсов из других регионов и реализацию товаров и услуг на соответствующие рынки этих регионов.

Еще одной важной составляющей маркетинга сельских территорий выступает так называемая товарная политика или структурирования тех товаров и услуг, которые имеют первоочередное, второочередное и т. д. значение с точки зрения наполнения местного бюджета, а также обеспечение рабочих мест и качества жизни сельского населения.

И наконец, последним элементом комплекса маркетинга сельской местности должно быть формирование ценовой политики на товары и услуги, в том числе ценовой политики, связанной с реализацией в пределах соответствующей сельской территории инвестиционных проектов. Ведь каждая инвестиция, которая реализуется на сельской территории, включая часть человеческих, природных и других ресурсов, не может эффективно использоваться для выработки других видов товаров и услуг. Таким образом, очень важно выявить цену замещения инвестиции в контексте реализации интересов и потенциала сельской территории. То есть ценовая политика в маркетинге сельских территорий приобретает особое и весьма важное значение.

Особенно остро большинство из перечисленных проблем проявляется в условиях децентрализации власти и проведения административно-территориальной реформы. Ведь приближение Украины к ЕС и внедрение европейских стандартов местного самоуправления усиливает требования к органам власти сельских территориальных общин по внедрению современных управленческих инструментов в практику регионального маркетинга.

Например, большинство сельских территориальных общин, которые уже прошли этап укрупнения, столкнулись с проблемой адаптации маркетинговых рычагов продвижения своих интересов на региональном, государственном и международном уровнях. Это существенно осложнило процесс повышения эффективности использования ими маркетинговых инструментов управления, а также ограничило институциональную базу маркетинга сельских территорий в условиях административно-территориальной реформы и европейской интеграции Украины.

Проектируя изложенные аспекты развития маркетинга сельских территорий на проблематику повышения экономической эффективности региона (эффективности использования имеющихся в регионе людских и природных ресурсов), целесообразно, прежде всего, выделить ключевые направления маркетингового влияния на развитие сельской экономики, а уже потом отобразить взаимосвязь между эффективностью функционирования экономики сельских территорий и повышением конкурентоспособности региона в целом.

Каждая из четырех основных составляющих маркетинга сельских территорий обеспечивает соответствующий аспект развития сельской экономики, которая, в свою очередь, функционируя более эффективно, выступает важным звеном повышения конкурентоспособности всего региона в процессе утверждения его роли во внутригосударственном и международном разделении труда.

Так, хорошо отлаженная система маркетинговых исследований позволяет органам местного самоуправления сельских территориальных общин получить качествен-

ную информацию о сегментации рынков потенциальных потребителей услуг соответствующей сельской территории, а также о приоритетных направлениях привлечения инвестиционных ресурсов в ее развитие. На этой основе каждая сельская территория способна провести надлежащее позиционирование своих конкурентных преимуществ и осуществить определение своего места в региональном, общегосударственном и международном разделении труда. Таким образом, производства и услуги, которые локализируются в пределах сельской территории, но имеют относительно высокие транзакционные издержки, вытесняются на периферию экономической активности, уступая место тем видам хозяйственной деятельности, которые обеспечивают наивысшую эффективность в процессе преобразования имеющихся природных и материальных ресурсов сельской местности в товары и услуги. В результате происходит общее снижение транзакционных издержек во всей экономике региона, а затем наблюдается повышение эффективности ее функционирования и роста конкурентоспособности.

Указанный рост эффективности и конкурентоспособности региона не в последнюю очередь происходит также благодаря правильному применению рекламно-пропагандистской деятельности в системе маркетинга сельских территорий. Ведь проведение рекламно-коммуникационных мероприятий, направленных на продвижение интересов сельских территорий в среде потенциальных потребителей их услуг и инвесторов, способны существенно увеличить спрос на ресурсы, товары и услуги этих территорий, как на основе правильно поставленного брэндинга, так и благодаря эффективной работе маркетинговых коммуникационных каналов. Вслед за этим происходит увеличение предпринимательской активности в пределах сельских территорий, что влечет за собой рост поступлений как в местные бюджеты локального уровня, так и в бюджеты района и области. В дальнейшем это обеспечивает увеличение финансовых расходов на содержание ключевых объектов транспортной и инженерной инфраструктуры в рамках целого региона, в частности на ремонт, реконструкцию и строительство дорог. Это способствует улучшению инвестиционного климата в пределах всего региона и росту его конкурентоспособности в общегосударственном и трансграничном измерениях.

Таким образом, маркетинг сельских территорий не только оказывает существенное влияние на их собственное экономическое развитие, но и одновременно стимулирует повышение эффективности функционирования целого ряда институтов, обеспечивающих повышение конкурентоспособности регионов в условиях усиления глобальной конкуренции за человеческие и природные ресурсы.

Литература

1. Бойко, Е. Концептуальные подходы к прогнозированию развития сельских территорий / Е. Бойко // Региональная экономика. – 2011. – № 2. – С. 7–15.
2. Павлов, А. Региональные особенности развития сельских территорий Украины / А. Павлов // Региональная экономика. – 2013. – № 4. – С. 16–23.
3. Гончаренко, И. Ретроспектива формирования сельских территорий регионов Украины // И. Гончаренко // Региональная экономика. – 2008. – № 3. – С. 204–209.
4. Сторонянская, И. Финансовое обеспечение развития сельских территориальных общин / Ирина Сторонянская, Андрей Пелехатый. – Львов: ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Нижнего НАН Украины», 2014. – 190 с.
5. Притула, Х. Социально-экономическое развитие сельских территорий: региональное измерение: монография / Кристина Притула / НАН Украины. – Львов:

- ГУ «Институт региональных исследований имени М.И. Нижнего НАН Украины», 2015. – 355 с.
6. Прокопа, И. Хозяйственная деятельность в аграрном секторе в контексте сельского развития / Иван Прокопа // Трансформация сельского хозяйства и села: сб. наук. пр. – Львов: ЛНАУ, 2010. – 416 с. – С. 134–143.
 7. Боршевский, В.В. Механизмы наращивания социально-экономического потенциала сельских территорий Западной Украины / Виктор Боршевский // Стратегические приоритеты. – 2013. – № 3. – С. 89–96.
 8. Павлов, А.И. Имидж сельских территорий как объект маркетинга / А.И. Павлов // Экономика пищевой промышленности. – 2014. – № 4 (24). – С. 42–47.
 9. Гончаренко, И.В. Информатизация и активизация коммуникационных связей сельских поселений в развитии сельских территорий Николаевской области / Ирина Васильевна Гончаренко // Вестник аграрной науки Причерноморья. – 2010. – Вып. 1. – Т. 1. – С. 134–140.
 10. Мороз, Т.А. Мониторинг и управление устойчивым развитием сельских территорий / Т.А. Мороз. – Николаев: Николаевский национальный аграрный университет, 2014. – 20 с.

УДК 336.761

Кривицкая Т. В., старший преподаватель, **Филиппова Т. В.**, ассистент,
Захарчук Т. Д., ассистент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА НА СТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Главной целью современного этапа экономических преобразований, проводимых в строительстве, является создание благоприятных условий для эффективной деятельности строительных предприятий. В условиях рыночных отношений все внимание экономической деятельности нацелено на предприятие. Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, а так же оказываются необходимые услуги. Здесь решаются вопросы наиболее экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. На предприятии добиваются снижения до минимума издержек производства и реализации продукции, осуществляется эффективное управление.

Для того, чтобы строительное предприятие приносило прибыль в условиях рыночной экономики, необходимо наиболее грамотно и компетентно определить требования рынка, создать и организовать производство продукции, которое будет пользоваться спросом, обеспечить управление структурой капитала на предприятии.

Проведен факторный анализ, данные для которого приведены в таблице 1. Для того чтобы рассмотреть и увидеть степень изменения показателя прибыли за счет каждого фактора, который воздействует на него, проведен анализ методом цепных подстановок [1].

Таким образом, было изучено влияние на прибыль каждого фактора отдельно, исключая влияние других. В таблице 2 расписаны все результаты, полученные после этого.

Таблица 1 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж ОАО «Строительный трест №8» за 2015-2017 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное изменение (+, -) 2017 г. к 2015г
1	2	3	4	5
1. Объем СМР, тыс. руб.	1159153	915367	613262	-545891
2. Средняя цена за единицу реализованной продукции, руб.	5751	7500	8350	2599
3. Выручка предприятия, тыс. руб.	815770,14	661117,7	586895	-228875,14
4. Себестоимость проданных товаров, тыс. руб.	794458	684266,68	564780,1922	-229677,81
4.1 затраты на обеспечение основной деятельности, тыс. руб.	42647	53637	97146	54499
4.2 фонд оплаты труда, тыс. руб.	56209,4	87765,3	98320,6	42111,2
4.3 отчисления в социальные фонды, тыс. руб.	6306	8429	12835	6529
4.4 амортизация, тыс. руб.	4268	6327	8430	4162
4.5 прочие затраты, тыс. руб.	3194	5315	7273	4079
5. Расходы на реализацию, тыс. руб.	78224	85327	89530,4	11306,40
6. Прибыль от реализации, тыс. руб.	-367686,67	-86238,59	-139812	227874,67

Источник: собственная разработка на материалах предприятия. Информация взята из отчета финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Строительный трест № 8» за 2015–2017 гг.

Таблица 2 – Изменение прибыли от продажи ОАО «Строительный трест № 8» за счет изменения факторов, тыс. руб.

Наименование показателя	Расчет	Изменение (+,-)
1	2	3
1. Общее изменение прибыли	-228875,46 - (229677,81) - 227874,38	-10504,05
2. Изменение прибыли за счет изменения выручки	(586894,68 - 794458 - 78224) - (-367686,67)	81899,35
3. Изменение прибыли за счет изменения себестоимости	(586894,68 - 564780,19 - 78224) - (586894,68 - 794458 - 78224)	229677,81
4. Изменение прибыли за счет изменения расходов на реализацию	(586894,68 - 564780,19 - 89530,4) - (586894,68 - 564780,19 - 78224)	-11306,40

Как видно из таблицы 2, каждый фактор тем или иным образом все же повлиял напрямую на изменение конечного результата прибыли. Если за счет изменений выручки и себестоимости прибыль в итоге увеличилась, то за счет изменения расходов на реализацию прибыль пошла вниз.

Сама оценка качества прибыли предоставляет шанс финансовым менеджерам осуществить сравнительный анализ деятельности предприятия с учетом факторов формирования прибыли, принимать обоснованные управленческие решения, использовать результаты анализа качества прибыли в прогнозировании результатов.

Влияние цен, финансовых итогов, материального объема продукции, а также ее структуры ассортимента находят с помощью коэффициентов валовой прибыли, которые характеризуют уровень доходности финансово-хозяйственной деятельности предприятия при сравнении объема продажи и себестоимости. Также он показывает развитие объема продаж и себестоимости, анализирует и дает характеристику возможностям предприятия покрыть те или иные расходы и воздействует на величину чистой прибыли.

Сам показатель валовой прибыли – это расчетный показатель, и его можно найти путем вычитания от выручки от продажи себестоимости проданных товаров, работ, услуг, продукции.

Расчет коэффициента валовой прибыли можно представить в виде следующей формулы:

$$Квп = (ВП - Срп) / ВП, \quad (1)$$

где Квп – коэффициент валовой прибыли;

ВП – выручка от продажи продукции;

Срп – себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг).

От метода, с помощью которого будет определена себестоимость проданной продукции, структуры ее ассортимента и ценовой политики, зависит величина коэффициента валовой прибыли. Именно в результате этого его оценка зависит от уровня доступа информации обо всех видах политики организации.

В таблице 3 рассчитаны коэффициенты валовой прибыли ОАО «Строительный трест № 8» [2].

Таблица 3 – Динамика коэффициентов валовой прибыли ОАО «Строительный трест № 8» за 2015–2017 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Относительное изменение, %	
				2016 к 2015 гг.	2017 к 2016гг.
1	2	3	4	5	6
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	815770,14	661117,7	586895	81,04	88,77
2. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	794458	684266,68	564780,19	86,13	82,54
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	21312,14	-23148,98	22114,49	-192,07	195,53
4. Коэффициент валовой прибыли	2,61	-3,50	3,77	-174,61	207,61

Валовая прибыль ОАО «Строительный трест № 8» снизилась на 92,07% за 2016 г., а в 2017 г. она увеличилась по сравнению с предыдущем годом на 95,53%. У коэффициента валовой прибыли та же динамика: в 2016 году он снизился на 74,61%, а в 2017 году увеличился аж на 107,61%. Себестоимость проданных товаров с каждым годом становится все меньше, от чего и выручка от продажи с похожей скоростью падает вниз. Снижение себестоимости и выручки находится в пределах 80–90% в сравнении с предыдущими годами. Наглядно упадок выручки и себестоимости от продажи в период с 2015 по 2017 года можно увидеть на графиках, указанных ниже.



Рисунок 1 – Выручка от продаж

Далее проанализируем и дадим оценку влияния факторов коэффициента валовой прибыли и объема продаж на убыток валовой прибыли путем применения методов экономико-математического моделирования и факторного анализа.



Рисунок 2 – Себестоимость проданных товаров

$\Delta ВП$ за счет изменения $V = (В1 - В0) \times ВП0/В0$, где $ВП$ – валовая прибыль; $\Delta ВП$ за счет изменения $Квп = (ВП1/В1 - ВП0 - В0) \times В1$, где $Квп$ – коэффициент валовой прибыли, а $В$ – объем продаж.

Расчет влияния факторов на формирование валовой прибыли ОАО «Строительный трест № 8» приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет влияния факторов на показатель валовой прибыли ОАО «Строительный трест № 8»

Показатели	2016г.	2017г.
1	2	3
1. Объем продаж (В), тыс. руб.	661117,7005	586894,6795
2. Валовая прибыль (ВП), тыс. руб.	-23148,97489	22114,48726
3. Коэффициент валовой прибыли (Квп)	-3,50	3,77
4. Изменение валовой прибыли за счет Квп, тыс. руб.	160762,17	
5. Изменение валовой прибыли за счет В, тыс. руб.	-16414,04	

Обращают на себя внимание коэффициенты валовой прибыли: -3,5 в 2016 году и 3,77 в 2017 году. Повышение коэффициента валовой прибыли привело к увеличению валовой прибыли ОАО «Строительный трест № 8» на 160762,17 тыс. руб., при этом упадок объема продаж в абсолютном выражении обусловило уменьшение валовой прибыли на 16414,04 тыс. руб.

Маржинальный подход к анализу финансовых итогов и структуры затрат предлагает разграничивать переменные и постоянные затраты для обеспечения финансово-хозяйственной деятельности и продажи продукции. Признанные коммерческие и управленческие расходы как расходы периода рассматриваются как условно-постоянные расходы. К постоянным расходам можно добавить амортизацию основных средств и другие расходы. Изменение себестоимости и валовой прибыли на сумму амортизации и других расходов дает возможность приблизить последний показатель к величине маржинального дохода (как разнице между выручкой и переменными затратами).

Это позволяет дать оценку изменениям таких показателей, как критический объем продаж, операционный рычаг, запас финансовой прочности и подвести итоги о рисках хозяйственной деятельности, связанных с нерациональной структурой затрат и последствиями вероятного снижения объема продаж. В таблице 5 показана рассчитанная структура маржинального дохода ОАО «Строительный трест № 8» [3].

Таблица 5 – Расчет структуры маржинального дохода ОАО «Строительный трест № 8», тыс. руб.

Показатели	2015 год	2016 год	2017 год
1	2	3	4
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	815770,1377	661117,7005	586894,6795
2. Затраты на обеспечение финансово - хозяйственной деятельности и реализацию товаров, продукции, работ, услуг	794458,00	684266,68	564780,19
2.1 Постоянные:	71496,2	52110,51	60989,4
амортизация основных средств	4268	6327	8430
прочие	67228,2	45783,51	52559,4
коммерческие расходы	0	0	0
2.2 Переменные:	660352,5	638075	589113,6
материальные затраты	514228,3	500412,4	435455,1
затраты на оплату труда	83566	87448,1	72211,5
прочие	62358,2	50014,5	81247
3. Маржинальный доход	155417,64	23042,70	-2218,92
3.1 Прибыль (убыток)	-367686,67	-86238,59	-139812,28
4.1 Удельный вес прибыли в маржинальном доходе	-236,58	-374,26	6300,91

Как видно из таблицы 5, изменение постоянных и переменных затрат происходит по причине развития основных фондов предприятия, а также из-за влияния инфляционного роста цен на сырье и материалы и затраты на эксплуатацию строительных помещений. Расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды являются прямо зависимыми от инфляционного фактора.

Так как наибольшую долю в структуре себестоимости занимают материальные запасы, то необходимо внедрение системы управления материальными запасами, что позволит в ближайшее время снизить эту часть расходов в себестоимости реализуемой продукции.

Литература

1. Акулич, В.В. Оценка финансового состояния организации / В.В. Акулич // Экономика, финансы, управление. – 2012. – № 9. – С. 34–41.
2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Минск : Новое знание, 2002 – 704 с.
3. ОАО «Строительный трест №8» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://stroytrest8.by/>. – Дата доступа: 22.10.2018.

УДК 336.761

Кривицкая Т. В., старший преподаватель, **Филиппова Т. В.**, ассистент, **Хурсин Д. А.**,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА СТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

На строительном предприятии удельный вес кредиторской задолженности в структуре финансирования оборотных активов остается высоким (при норме 20–25%), поэтому дальнейшее увеличение кредиторской задолженности с целью снижения финансового цикла может привести к неплатежеспособности предприятия. В этих условиях для сокращения финансового цикла необходимо рациональное управление оборотными активами, в частности снижение запасов и повышение инкассации дебиторской задолженности.

В современных условиях оптимальным для предприятия является переход от консервативной к умеренной политике формирования оборотных активов, которая характеризуется средним уровнем риска и рентабельности. Это позволит предприятию повысить эффективность использования оборотных активов, следовательно, и рентабельность.

Для оптимизации размера запасов целесообразно использовать метод разработки научно обоснованных нормативов запасов (нормирование), основанный на планировании и анализе деятельности прошлых лет.

Для того, чтобы снизить общие затраты (на хранение, размещение и связанные с нехваткой запасов для осуществления эффективной финансово-хозяйственной деятельности) на обеспечение запасами, рекомендуется использовать логистические системы управления запасами вместе с моделью экономически обоснованного размера заказа (модель EOQ) и системой «АВС», согласно которой запасы необходимо разделить на три группы «А, В и С» в зависимости от их стоимости и степени важности для финансово-хозяйственной деятельности строительного предприятия. На основании изучения преимуществ и недостатков логистических систем управления запасами рекомендуется следующая схема оптимизации запасов на строительном предприятии.

Таблица 1 – Схема оптимизации запасов

Группа запасов	Приоритет	Разработка нормативов	Система управления запасами
1	2	3	4
Группа «А»	Максимальный	Используется	Система с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня
Группа «В»	Средний	Используется	Система с фиксированным интервалом времени между заказами
Группа «С»	Низкий	Не целесообразно	Контролировать раз в месяц, квартал

Наибольшее внимание необходимо уделить запасам группам «А» и «В», для которых целесообразно разрабатывать научнообоснованные нормативы.

Для запасов группы «В» рекомендуется использовать систему с постоянным интервалом времени между заказами. Смысл этой системы заключается в том, что заказы производятся в равные промежутки времени в определенном периоде.

Для группы «А» рекомендуется использовать систему с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня. Отличие данной системы от предыдущей в том, что заказы осуществляются не только с установленной периодичностью, но и при достижении ими страхового уровня, поэтому данная система позволяет не только избежать завышения запасов, но и их дефицит в случае достижения ими порогового уровня. Данная система эффективна при значительных колебаниях в поставке и потреблении запасов.

Таблица 2 – Факторы, влияющие на создание сезонных запасов

Первичная обработка сырья и материалов	Вторичная обработка сырья и материалов
1	2
Внешние факторы: Стоимость отвлечения средств в запасы (% по краткосрочным кредитам) Изменение цен на готовую продукцию	Стоимость отвлечения средств в запасы (равна% по краткосрочным кредитам) Изменение цен на сырье и материалы
Внутренние факторы: Стоимость хранения единицы готовой продукции	Стоимость хранения единицы сырья и материалов Объем потребления сырья и материалов

В связи с этим в таблице 3 показаны предложения по совершенствованию методики оценки кредитоспособности заказчиков и условий предоставления кредита на основе анализа ряда факторов и оценки их по четырехбалльной шкале.

Таблица 3 – Методика оценки кредитоспособности заказчиков и условий предоставления кредита

№	Факторы	Баллы			
		По 1 баллу	По 2 балла	По 3 балла	По 4балла
1	Срок работы с клиентом	До полугода	От полугода до года	От 1 до 3 лет	Более 3 лет
2	Доля объема услуг в общем объеме продаж компании	До 5%	От 5 до 10%	От 10 до 20%	Более 20%
3	Объем просроченной задолженности	Более 20%	От 10 до 20%	От 5 до 10%	До 5%
Итоговый балл (произведение проставленных баллов для каждого фактора)					
Значение итогового балла		Группы заказчиков	Условия предоставления кредита		
От 28 до 64 баллов		Максимально надежные заказчики	Максимальный срок и в полном объеме на уровне кредитного лимита		
От 13 до 27 баллов		Высоконадежные заказчики	Ограниченный срок и размер в зависимости от степени риска невозврата долга		
От 5 до 12 баллов		Средненадежные заказчики	Ограниченный срок и размер в зависимости от степени риска невозврата долга		
До 4 баллов		Ненадежные заказчики	Минимальный срок и размер кредита		

Для полного восприятия информации и четкой картинке приведем пример: кредитоспособность клиента со сроком работы 2 года (3 балла), долей объема продаж в общем объеме продаж компании 10% (3 балла) и объемом просроченной задолженности 17% (2 балла) рассчитывается как произведение проставленных баллов ($3 \times 3 \times 2 = 18$ баллов). На основе итогового балла контрагенту присваивается статус высоконадежного клиента, в соответствии с которым ему предоставляется кредит на ограниченный срок и в ограниченном размере, исходя от степени риска невозврата долга.

Обобщение современной практики по управлению дебиторской задолженностью позволило выявить целесообразную схему взаимодействия между подразделениями предприятия.

Исследование распространенных моделей управления денежными средствами Баумоля и Миллера-Орра выявил их общий недостаток – это отсутствие расчетов параметра страхового запаса денежных средств, ориентируясь на который предприятия смогут поддерживать необходимый уровень платежеспособности [1].

В связи с этим можно предложить расчет размера страхового запаса денежных средств исходя из ожидаемого однодневного расходования денежных средств, умноженный на период (Д), необходимый для конвертации ценных бумаг в денежные средства:

$$H = D \times (KCO / ПОКСО),$$

где H – страховой размер денежных средств;

KCO – краткосрочные обязательства;

ПОКСО – период оборота краткосрочных обязательств.

С целью недопущения «кассового разрыва» на предприятии предлагается составлять бюджеты движения денежных средств с разбивкой на месяц, квартал, полугодие и год, суть которых заключается в разнесении крупных расходов и доходов равномерно на весь период.

Управление структурой капитала на предприятии предлагается проводить по следующим этапам:

1. Определение средневзвешенной стоимости капитала предприятия.
2. Расчет эффекта финансового леввериджа.
3. Определение допустимого уровня финансового риска.
4. Определение схемы финансирования (полное самофинансирование, смешанное финансирование).
5. Минимизация средневзвешенной стоимости капитала и поддержание ее оптимальной структуры в процессе деятельности предприятия.

Таким образом, обоснован расчет нормального размера кредиторской задолженности, ориентируясь на который предприятие сможет поддерживать рекомендованный уровень платежеспособности и финансовой устойчивости, а также выявлять резервы «безопасного» увеличения кредиторской задолженности.

Платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия возможна при значении коэффициентов абсолютной ликвидности - от 0,2 до 0,25, текущей ликвидности - от 1 до 2 и обеспеченности текущей деятельности собственными оборотными средствами - от 0,1 до 0,5. Пределы значений коэффициентов определены на основе нормативных документов и практики применения коэффициентов, как в России, так и за рубежом.

Реальная величина значения коэффициента определяется с учетом финансового состояния предприятия и его текущих целей и задач. Для предприятия предлагается использовать значение коэффициента абсолютной ликвидности на уровне - 0,2, текущей

ликвидности - 2 и обеспеченности текущей деятельности собственными оборотными средствами - 0,1. При проведении расчетов использовались данные ограничения [2].

В основу расчета положена система неравенств для нахождения размера кредиторской задолженности:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{OA} / \text{КСО} \geq 2 \\ (\text{OA} - \text{КСО}) / \text{OA} \geq 0,1 \\ \text{ДА} / \text{КСО} \geq 0,2 \end{array} \right.$$

где OA – оборотные активы;

КСО – краткосрочные обязательства;

ДА – денежные средства и краткосрочные финансовые вложения;

ДЗ – дебиторская задолженность;

З – запасы с НДС;

Зик – краткосрочные займы и кредиты;

КЗ – кредиторская задолженность.

В качестве нормативных значений для вышеперечисленных коэффициентов использованы среднеотраслевые показатели, что позволит оценить положение анализируемого предприятия по сравнению со средним в отрасли [3].

Таким образом, выявлена прямая зависимость размера нормальной кредиторской задолженности от размера оборотных активов и обратная зависимость от размеров краткосрочных займов и кредитов.

Оценку эффективности управления финансовым состоянием предлагается проводить по следующей последовательности шагов:

1. Построение прогнозного баланса;
2. Расчет прогнозных показателей финансового состояния;
3. Расчет комплексного показателя оценки финансового состояния.

Для комплексной оценки изменения финансового состояния исследуемого предприятия предлагается использовать метод динамической рейтинговой экспресс-оценки. Расчет комплексного показателя целесообразно проводить на основе небольшого количества показателей. Были определены пять из них: коэффициент текущей ликвидности (Кт. л), автономии (Кавт), обеспеченности текущей деятельности СОС (Косос), рентабельности активов (Кра) и оборачиваемости активов (Коа). Данный набор коэффициентов, отражает наиболее важные характеристики финансового состояния предприятия – платежеспособность, финансовая устойчивость, рентабельность и деловая активность.

Очевидно, что управление прибылью подразумевает такие воздействия на факторы финансово-хозяйственной деятельности, которые способствовали бы, во-первых, повышению доходов и, во-вторых, снижению расходов.

В рамках решения первой задачи – повышение доходов – должны проводиться оценка, анализ и планирование: выполнения плановых заданий и динамики продаж в различных разрезах; ритмичности продаж; достаточности и эффективности диверсификации финансово-хозяйственной деятельности; эффективности ценовой политики; влияния различных факторов (сменность, ценовая политика, кадровый состав и др.) на изменение величины продаж; сезонности продаж, критического объема продаж по видам продукции и подразделениям и т. п.

Поиск и мобилизация факторов повышения доходов находится в известном смысле в компетенции высшего руководства компании, а также ее маркетинговой службы; роль финансовой службы сводится в основном к обоснованию разумной ценовой политики, оценке целесообразности и экономической эффективности нового

источника доходов. контролю за соблюдением внутренних ориентиров по показателям рентабельности.

Вторая задача - снижение расходов - подразумевает оценку, анализ, планирование и контроль за исполнением плановых заданий по расходам (затратам), а также поиск резервов обоснованного снижения себестоимости продаж. Себестоимость продаж представляет собой стоимостную оценку ресурсов предприятия, использованных в процессе реализации продукции.

Учет и анализ затрат по элементам позволяет рассчитывать и оптимизировать плановые и фактические затраты по предприятию в целом по таким крупным позициям, как оплата труда, топливо и энергия и др.

Если уровень доходов в значительной степени определяется конъюнктурой рынка, то видами и уровнем расходов можно управлять путем установления более или менее жестких внутренних нормативов по отдельным статьям расходов. Именно это реализуется в системе управленческого учета в ходе формирования плановой себестоимости, расчета фактической себестоимости, анализа отклонений фактических данных от плановых значений, выявления причин произошедших отклонений и разработке мероприятий по устранению причин, обусловивших появление необоснованных расходов.

Управление факторами прибыльной работы осуществляется не только с помощью натурально-стоимостных индикаторов, но и путем регулярного исчисления разнообразных показателей рентабельности.

При анализе деятельности ОАО «Строительный трест № 8» особое внимание следует уделить рассмотрению влияния такого фактора, как рынки сбыта, так как этот фактор оказывает значительное влияние на уровень среднереализационных цен.

ОАО «Строительный трест № 8» реализует свою продукцию по достаточно широкому спектру сбытовых каналов. В силу своей специфики, а также в силу нехватки оборотных средств, предприятие вынуждено устанавливать различные цены на свою продукцию для разных покупателей.

Например, большую часть своей продукции предприятие реализует по договорным, более высоким ценам многочисленным оптовым покупателям (в основном, это юридические лица), а часть продукции реализуется по линии взаимозачетов с различными поставщиками.

В связи с этим рекомендуется увеличить в общей массе долю продукции, продаваемой по договорным, более высоким ценам. Это обусловит повышение среднего уровня цены одной единицы изделия и в результате увеличит прибыль от реализации продукции.

ОАО «Строительный трест № 8» необходимо найти оптимальное соотношение между использованием средств на потребление (нормой распределения) и процентом увеличения собственных средств (внутренними темпами роста).

Для достижения высоких темпов роста оборота нужно повышать возможности увеличения рентабельности собственных средств предприятия.

В результате проведенного исследования разработаны предложения по построению эффективных систем управления запасами, основанные на оптимальном размере заказа с установленной периодичностью и в расчете на каждый месяц года.

Применение модели оптимального размера заказа в расчете на каждый месяц года позволит не создавать неликвидные товарные запасы. Отсутствие неликвидных запасов, в свою очередь, повышает ликвидность, оборачиваемость, рентабельность (высвобождающиеся средства могут приносить дополнительный доход), следовательно, финансовую устойчивость предприятия.

Литература

1. Акулич, В.В. Оценка финансового состояния организации / В.В. Акулич // Экономика, финансы, управление. – 2012. – № 9. – С. 34–41.
2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Минск : Новое знание, 2002. – 704 с.
3. ОАО «Строительный трест № 8» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stroytrest8.by/>. – Дата доступа: 24.10.2018.

УДК 379.85

Кулакова Л. О., Климец В. А., Шевчук К. А.
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПРОЕКТ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ ПО БРЕСТСКОМУ И КАМЕНЕЦКОМУ РАЙОНАМ

Целью научного исследования является разработка и предложение туристического продукта, а именно экскурсионного маршрута по Брестскому и Каменецкому районам Брестской области, названного авторами «По следам малой родины».

Объектом данного исследования выступает рынок туристических услуг в Республике Беларусь, предметом исследования – тенденции и перспективы развития внутреннего, регионального туризма в Брестской области.

Сегодня на мировом рынке услуг туризм выступает как высокорентабельный сектор, сопоставимый с прибыльностью нефтяной отрасли. Доля данного сектора в мировом ВВП достигла 75% от общего объёма. Причём темпы роста мировой сферы услуг являются опережающими по отношению к росту материального производства. Разумеется, если в структуре услуг развитых стран доминирующими являются наукоемкие, деловые, финансовые, то для большинства развивающихся стран характерно преобладание туристических, транспортных, посреднических услуг. Вклад туризма в мировой ВВП в 2017 году составил \$8,3 трлн – 10,4% от его общего объема. Доля же туризма в ВВП Беларуси за прошлый год составила лишь 1,8%. Минимальная планка на 2018 год – 3 %.

Активное развитие туристического бизнеса способно обеспечить дополнительный доход в национальной и иностранной валюте, скачок в развитии обслуживающих секторов экономики, дополнительные рабочие места (туристическая отрасль обеспечивает каждое десятое рабочее место в мире), создание национального имиджа и бренда Республики Беларусь в мировом сообществе.

В последние годы в Республике сделано очень многое для развития туристической сферы. Однако социальный опрос в рамках данного исследования посредством онлайн-анкетирования выявил серьезнейшую проблему. Суть её в том, что большинство белорусов (тем более, интуристов) ничего или мало знают об историко-культурных и архитектурных объектах и достопримечательностях в радиусе региона их постоянного проживания (района, области). С другой стороны, у большинства из них существует живой интерес к познанию новых «терра инкогнито» в ближайшей доступности, бюджетному отдыху, как минимум, – в выходные дни.

Т. о., одним из важнейших направлений развития туристического бизнеса в Беларуси должен стать внутренний туризм. Весьма перспективным, по мнению авторов, является внутрирегиональный туризм, обладающий специфическими преимуществами

ми. такими, как малозатратность, краткосрочность (активный и познавательный отдых в выходные дни), доступность.

В рамках данной статьи авторами статьи была предпринята попытка разработать новый маршрут по местам малой родины авторов. Проект позиционируется авторами, движимыми здоровым патриотизмом и глубоким уважением к своим корням и истокам, как социально-культурно-экономический.

Другими словами, это экскурсия для искушённых туристов, равнодушных к красоте родной природы и памяти предков.

Туристический маршрут пролегает по территории Брестского и Каменецкого районов Брестской области: г. Брест – усадьба Немцевичей в д. Скоки – д. Раковица – д. Сычи – д. Вельямовичи – д. Огородники – комплекс оборонительных укреплений «Ставы-Огородники-Орли» – источник в д. Огородники – д. Волчин – г. Брест.

Авторами было выполнено экономическое обоснование предлагаемого туристического маршрута при условии, что его будет проводить гид как индивидуальный предприниматель.

- Для того чтобы осуществлять экскурсионную деятельность, необходимо пройти обучение, сдать экзамены и получить свидетельство «Гид-экскурсовод». Стоимость обучения составляет 690 BYN.
- После прохождения обучения и принятия решения о проведении экскурсий должен быть уплачен единый налог. Его сумма составляет 148,63 BYN.
- Кроме того, следует учесть стоимость аренды транспорта: бус стоит 40 BYN/сутки, автобус 120 BYN/сутки, а каждый велосипед – 12 BYN/сутки. Затраты на аренду автомобиля отсутствуют, т. к. изначально подразумевается, что гид передвигается на собственном автомобиле.
- Также учитывается сумма затрат на топливо: для легкового автомобиля сумма составит 10,8 BYN, для буса – 14,04 BYN и для автобуса – 27 BYN.

Далее, на основании данных турфирм Брестской области, была составлена гистограмма ожидаемой экскурсионной активности (рисунок 1). По оси абсцисс – месячная шкала, по оси ординат показано прогнозируемое количество экскурсий. Можно заметить, что максимальное количество экскурсий приходится на весенне-летний сезон, после чего ожидается спад в осенне-зимний период. В результате было установлено прогнозируемое среднестатистическое число экскурсий в течение месяца, а именно, шесть.

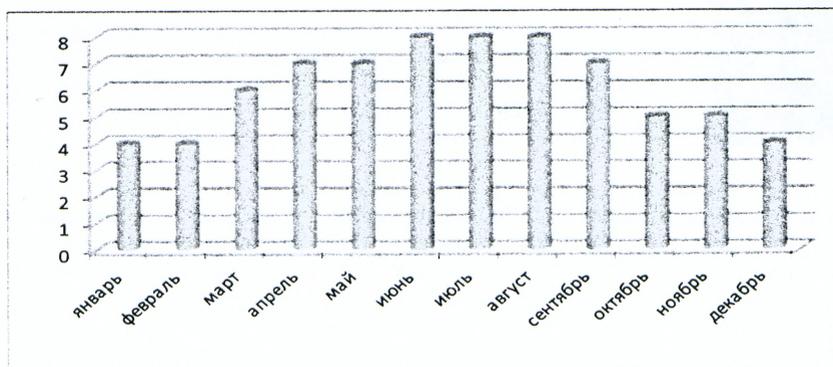


Рисунок 1 – Ожидаемая экскурсионная активность

Так как планируется оказание услуг как для местных туристов, так и для иногородних, следует разделить экскурсии на две категории – с учетом аренды транспорта для местных и без учета аренды транспорта для тех, кто уже прибыл в экскурсионных автобусах.

Таблица 1 – Таблица расходов и доходов с учётом аренды транспорта в случае, если транспорт предоставляет гид

	Расходы на топливо и зарплата								
	2	3	4	5	6	7	8	9	
Литражи автобусов на 4 часа	10,8	16,2	788,4	50,57	3 691,61	56,64	14,16	443,11	
Бюджет на проезд	54,04	81,06	3 944,92	93,81	6 848,13	105,07	7,51	821,98	
Аренда автобуса (4 часа)	147	220,5	10 731	186,77	13 634,21	209,18	4,45	1635,93	
Ведущий (16 часов) (зарплата)	120	135	8 760	159,77	11 663,21	178,94	17,89	1399,41	
Зарплата водителя БУН	24,77	37,15	1 808,21						
Зарплата водителя БУН	12,0	18,0	1 168,0						
Амортизация легкового автомобиля БУН	3,0	4,5	292,0						

Из данных таблицы 1 следует, что самой бюджетной экскурсией, на первый взгляд, является экскурсия на легковом автомобиле – 56.64 BYN, а самой дорогой – экскурсия на автобусе – 209.18 BYN, но для каждого человека в отдельности цена автобусной экскурсии составит всего 4,65 BYN, что значительно дешевле остальных вариантов. Следует заметить, что и для гида данная экскурсия является самой выгодной, ведь его прибыль напрямую зависит от суммарной стоимости экскурсии, т. е. от количества туристов в группе. Далее, в таблице 2 рассчитана стоимость экскурсии для одного туриста в зависимости от выбранной экскурсии и чистая прибыль гида за каждую экскурсию.

Что касается экскурсий без аренды транспорта (таблица 2) – эти экскурсии имеют одинаковую стоимость для группы, поскольку большую часть себестоимости экскурсий составляют аренда транспорта и оплата топлива, а в данном случае себестоимость состоит только из суммы единого налога и заработной платы гида [1].

Таблица 2 – Таблица расходов и доходов без учёта аренды транспорта в случае, когда вопросы транспортировки решаются туристами самостоятельно.

Наименование услуги	Расходы на топливо и аренду			Себестоимость услуги	Сумма	Цена I	Цена II	Чистая прибыль
	Топливо	Аренда	Итого					
Экскурсия по Брестской области (14 чел.)	-	-	-	36,77	2684,21	41,18	10,30	321,93
Экскурсия по Брестской области (14 чел.)	-	-	-	36,77	2684,21	41,18	2,94	321,93
Экскурсия по Брестской области (8 чел.)	-	-	-	36,77	2684,21	41,18	0,92	321,93
Экскурсия по Брестской области (10 чел.)	-	-	-	36,77	2684,21	41,18	4,12	321,93
Без учета затрат на БУН	24,77	37,15	1 808,21					
З/П гида БУН	12,0	18,0	1 168,0					

Авторы полагают, что подобного рода экскурсии будут способствовать развитию внутреннего, регионального туризма, а, кроме того, повышать уровень образования и эрудиции потенциальных потребителей, жителей Брестской области и Республики Беларусь в целом, способствовать воспитанию патриотизма и уважения к своей земле [2].

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. РБ – Минск, 1998–2018. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnavastatistika/publications/izdania/index_9294/. – Дата доступа: 13.09.2018.
2. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс] / БЕЛТА – Минск, 1999-2018. – Режим доступа: <http://www.belta.by/infographica/view/turizm-v-belarusi-3727>. – Дата доступа: 22.09.2018.

Левшунова И. Н., магистрант,
УО «Белорусский государственный университет транспорта»,
г. Гомель, Республика Беларусь

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ УЧЕТА РАСЧЕТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В СИСТЕМЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Осуществление денежных операций является неотъемлемым атрибутом хозяйственной жизни современного мира. В процессе осуществления производственной деятельности хозяйствующие субъекты вступают в различные расчетно-денежные отношения с другими предприятиями, организациями, звеньями финансово-кредитной системы, своими структурными подразделениями, физическими лицами. Эти отношения связаны с оплатой приобретенных товаров, услуг, перечислением в различные звенья финансовой системы установленных налогов и платежей, выплатой заработной платы, пенсий, пособий работникам, финансированием структурных подразделений и тому подобное.

Расчеты представляют собой систему денежных отношений, связанных с оплатой товаров, услуг и выполнением других финансово-кредитных обязательств предприятий, населения, организаций.

Авторами по-разному **трактуются** понятия «расчет», «расчетная операция» (таблица 1).

Таблица 1 – Трактовка категории «расчет», «расчетная операция»

Автор	Трактовка
Расчет	
А.Н. Азрилиян [2, с. 233]	осуществление платежа за что-либо, исполнение денежных обязательств
М.Ю. Медведев [6, с. 243]	уплата следуемого по обязательствам, расплата по счетам
С.А. Бергтнев [1]	процесс уплаты денег за работу, услуги, по долговым обязательствам и тому подобное
Ю.А. Буханцев, А.В. Глушенко [3]	действия по отчуждению собственных средств в пользу другого лица или получению средств от другого лица и обеспечивающие осуществление экономических связей между людьми как производителями и потребителями, по поводу движения результатов труда, полученных не для собственного потребления, а для других целей, для удовлетворения общественных потребностей
Расчетная операция	
Е.Е. Румянцева [7, с. 571]	расчеты между юридическими лицами, а также с участием индивидуальных предпринимателей, физических лиц, проводимые через банк в безналичном порядке
Автор	Трактовка
М.А. Вахрушина [4, с. 243]	передача или перевод (через банк, иные кредитные учреждения) денежных средств от должника кредитору в порядке исполнения денежного обязательства

Согласно точкам зрения авторов таблицы 1 видно, что понятие «расчеты» представляет собой более обобщенную экономическую категорию, чем понятие «расчетная операция», так как сущность расчетной операции носит практически одинаковый смысл с расчетами, но с акцентом в большинстве случаев на участие банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, то есть осуществление расчетов в безналичном порядке.

Производство предусматривает собой результат той или иной деятельности. Любая деятельность, в свою очередь, призвана удовлетворить определенные потребности человека: в пище, одежде, здравоохранении и так далее. При этом в современном обществе почти все потребности человека не могут быть удовлетворены без помощи транспорта. Все виды транспорта составляют единую транспортную систему страны. Организация работы такого комплекса как единая транспортная система является сложной и необходимой потребностью для экономики страны. При этом транспорт является одной из составляющих экономики [8].

Представляя собой часть общественного производства, транспорт обособлен от непосредственного производства продукции. К. Маркс, рассматривая транспорт как одну из самостоятельных отраслей материального производства, писал: «Кроме добывающей промышленности, земледелия и обрабатывающей промышленности, существует еще четвертая сфера материального производства, которая в своем развитии тоже проходит различные ступени производства: ремесленную, мануфактурную и машинную. Это – транспортная промышленность, все равно, перевозит ли она людей или товары» [5, т. 26, ч. I, с. 422].

Транспорт как отрасль материального производства имеет свою специфику, выражаемую в особенностях, представленных на рисунке 2.

Одной из особенностей транспортной отрасли согласно рисунку 2 является то, что транспорт является **продолжением** процесса производства, начатого в промышленности или сельском хозяйстве, в пределах процесса обращения в связи с тем, что процесс производства продукции заканчивается тогда, когда она доставлена к месту потребления.

Процесс перемещения пассажиров или грузов между определенными пунктами является продукцией транспорта, которая **неотделима** от процесса транспортного производства. В отличие от других отраслей материального производства, в транспортной отрасли производство и потребление продукции совпадает, выражаясь в последовательном перемещении предмета труда во времени и пространстве.

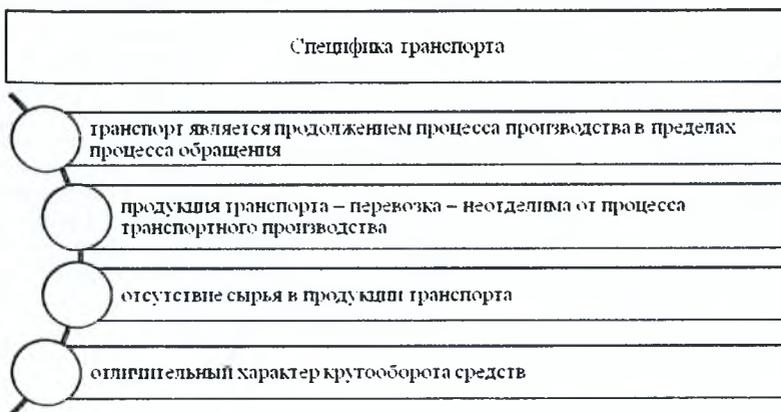


Рисунок 2 – Особенности транспортной продукции и кругооборота средств на транспорте

Технологически в любой отрасли хозяйства есть **предмет труда**, то есть то, на что направлен весь производственный процесс (сырьё). Стоимость данного сырья входит в стоимость вновь созданной продукции. Предмет труда на транспорте – грузы и пассажиры, но они не подвергаются переработке, и их стоимость не включается в стоимость продукции транспорта – перевозки.

Особенностью транспорта является особенность **круговорота** средств, вложенных в транспортную отрасль, который схематически может быть представлен в следующем виде:

$$Д - Т, \dots, П, \dots - Д',$$

где Д – денежные средства;

Т – стоимость средств производства, закупленных на имеющиеся денежные средства;

П – производство, в процессе которого стоимость потребленных средств производства переносится на изготовленный продукт и создается новая стоимость;

Д' – денежные средства, вырученные от реализации продукции.

Кругооборот производственных фондов промышленности схематически может быть представлен в следующем виде:

$$Д - Т, \dots, П, \dots, Г' - Д',$$

где Г' – готовая продукция, предназначенная для реализации.

Поскольку транспортная деятельность не создает в процессе производства нового вещественного продукта, то кругооборот производственных фондов отрасли транспорта выглядит несколько иначе.

Одним из универсальных видов единой транспортной системы Республики Беларусь является железнодорожный транспорт. Государственное объединение «Белорусская железная дорога» как одно из самых масштабных предприятий транспортной отрасли, которое осуществляет управление перевозочным процессом на железнодорожном транспорте общего пользования в Республике Беларусь, имеет ряд специфических особенностей, в том числе особый порядок расчетных операций со своими структурными звеньями, что регламентируется определенными локальными нормативными актами.

Белорусская железная дорога имеет территориальное разделение и соответствующее обеспечение управлением перевозочным процессом в регионах – отделением дороги, в целом по республике – Управлением дороги. В состав железной дороги входят шесть отделений, территориально примерно совпадающих с границами областей. В состав каждого отделения входит значительное число обособленных структурных подразделений, каждое из которых выполняет свою роль в едином перевозочном процессе. В структуре железной дороги имеются организации, которые участвуют в перевозочном процессе и не входят в состав отделений дороги. Эти организации выполняют специфические функции (капитальный ремонт пути, снабженческие и другие) и называются организациями дорожного подчинения. На Белорусской железной дороге имеются специализированные структуры, обрабатывающие информацию о поступающих доходах от перевозок. В целом по железной дороге это осуществляет Республиканское унитарное предприятие «Главный расчетный информационный центр» (ИРЦ), а на уровне отделений дороги – отделенческие расчетные центры (ОРЦ).

Поэтому изначально информация о доходах формируется на уровне Управления Белорусской железной дороги, то есть после обработки перевозочных документов, контроля правильности и полноты начисления провозных платежей Главный расчетный информационный центр предоставляет в Управление дороги сведения о

доходах за месяц, об объемах транспортной работы, выполненной каждым отделением. Из всех доходов от перевозок часть остаётся в Управлении. За счет такой части доходов покрываются определенные затраты – расчеты с администрациями железных дорог других государств, централизованное приобретение товарно-материальных ценностей: оплата общехозяйственных расходов Управления дороги, уплата налогов и сборов по Управлению дороги, в том числе централизованных, и так далее.

Затем Управление дороги через систему расчетных цен на измерители работы рассчитывает плановые доходы каждого отделения. В качестве измерителей работы выступают: по грузовым перевозкам – тонно-километры, по пассажирским перевозкам – пассажиро-километры.

Общие доходы отделения от перевозок, подлежащие отражению в бухгалтерском учете в качестве выручки, определяются суммированием доходов отделения от грузовых и пассажирских перевозок, на основании расчета, составляемого финансово-экономической службой Управления дороги. Часть доходов от перевозок направляется на покрытие расходов организаций дорожного подчинения.

Расчеты за выполненную транспортную работу с отделениями и организациями дорожного подчинения, участвующими в перевозках, производит служба бухгалтерского учета и методологии Управления дороги. Расчеты производятся в следующих формах:

- путем перечислений денежных средств на их расчетные счета по лимиту финансирования в счет расчетов за перевозки;
- распределением товарно-материальных ценностей, приобретаемых централизованно;
- путем осуществления централизованных капитальных вложений.

Лимит финансирования в счет расчетов за перевозки устанавливается расчетным путем финансово-экономической службы. Базой для формирования лимита финансирования являются планируемые затраты текущего и капитального характера под доведенные объемы перевозок и прогнозируемые доходные поступления. Отделения дороги, исходя из вклада каждого структурного подразделения, распределяют между ними полученные доходы от перевозок. При этом используется система расчетных цен на измерители работы (1 тонно-километр, 1 вагон, 1 техническая единица и так далее).

Внутренние расчеты являются элементом системы организации внутридорожных хозяйственных отношений на основе закрепления имущества в хозяйственном ведении за предприятиями, входящими в состав железной дороги и имеющими самостоятельный или отдельный баланс. Под внутренними понимаются расчеты, равновеликие суммы которых исключаются при составлении сводного баланса. Они осуществляются посредством зачетов при участии вышестоящей организации. Условием расчетов является наличие у каждого из участников баланса основной деятельности, входящего в состав сводного баланса железной дороги по перевозкам. Если при внешних расчетах через банк проходит каждая расчетная операция, то при внутренних – лишь saldo совокупности расчетов, учтенных на основании извещений участвующих сторон. Поэтому их применение сокращает время расчетов, потребность в средствах для покрытия взаимных долгов, дебиторскую и кредиторскую задолженность.

Объектами внутрисистемных расчетов являются:

- расчеты между организациями, входящими в сводный баланс основной деятельности Белорусской железной дороги, по доходным поступлениям за выполненные транспортные работы (услуги);
- распределение доходов за выполненные транспортные работы (услуги) между организациями, входящими в сводный баланс основной деятельности Белорусской железной дороги и участвующими в перевозках;
- централизованное приобретение, передача основных средств, запасов;

- передача кредиторской задолженности при централизованных закупках товаров (работ, услуг);
- расчеты по централизованно уплачиваемым налогам и так далее.

Для оформления расчетов применяются *извещения (авизо)*, применением которых обеспечивается тождественность записей в учете сторон внутренних расчетов. Их обязательными реквизитами являются номер и дата, наименование организации, с которой ведутся расчеты, содержание операции и сумма по дебету или кредиту счета внутренних расчетов, корреспондирующие счета, другие уточняющие реквизиты.

Предельный срок предъявления согласованных извещений (авизо) между организациями (их филиалами) за отчетный период – 10 число месяца, следующего за отчетным. При этом дата составления извещений (авизо) должна соответствовать отчетному месяцу проведения хозяйственной операции (осуществления расчетов). Исключения составляют авизо по передаче налоговых вычетов по товарам (работам, услугам), имущественным правам, не относящимся к основным средствам и нематериальным активам и приходящиеся на обороты по реализации по перевозкам, по которым предельный срок – 20 число месяца, следующего за отчетным.

Расчеты за перевозки, образующиеся внутри железной дороги между линейными предприятиями и отделениями, а также между отделениями и управлением дороги, должны быть исключены из баланса железной дороги, что может быть обеспечено применением специальных счетов внутренних расчетов.

Для учета внутренних расчетов между структурными подразделениями в пределах одного юридического лица применяется синтетический счет 79 «Внутрихозяйственные расчеты», между юридическими лицами применяется счет 78 «Внутрисистемные расчеты». Наиболее широко используется счет 79 «Внутрихозяйственные расчеты». Он охватывает расчетные отношения между структурными подразделениями (филиалами) и отделением дороги. Сальдо внутрисистемных расчетов между организациями и внутрихозяйственных расчетов в пределах организации на конец отчетного периода отражается в бухгалтерской отчетности как краткосрочная дебиторская (кредиторская) задолженность. Аналитический учет внутрисистемных расчетов ведется в разрезе субсчетов и организаций, с которыми эти расчеты совершаются.

Литература

1. Бартенев, С. А. История экономических учений: учеб. / С. А. Бартенев. – Москва : Экономист, 2016. – 453 с.
2. Большой бухгалтерский словарь / А. Н. Азрилян [и др.]; под ред. А. Н. Азриляна. – Москва : Институт новой экономики, 2013. – 574 с.
3. Буханцев, Ю. А. Расчеты и обязательства как категории бухгалтерского учета / Ю. А. Буханцев // Финансы. Бухгалтерский учет. – 2014. – № 2. – С. 22–26.
4. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. для вузов / М. А. Вахрушина. – Москва : ИКФ Омега-Л, 2016. – 528 с.
5. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс – 2-е изд. – Москва : Издательство политической литературы, 1955–1974 гг. – Т. 26. – Ч. 1. – 476 с.
6. Медведев, М. Ю. Бухгалтерский словарь / М. Ю. Медведев. – Москва : Велби: Проспект, 2013. – 496 с.
7. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – 3-е изд. – М: ИНФА-М, 2014. – 826 с.
8. Экономика / Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://president.gov.by/ru/economy_ru. – Дата доступа 01.09.2018.

Найдена М. В., магистрант,
УО «Белорусский государственный университет транспорта»,
г. Гомель, Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА УЧЕТА ЗАПАСОВ

Переход нашей страны к условиям рыночной экономики предопределил существенные изменения в подходах к формированию информации в системе бухгалтерского учета. Одним из направлений совершенствования является ориентация его на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). На сегодняшний день в Республике Беларусь выбран один из наиболее рациональных способов их применения – адаптация. Она предполагает постепенное совершенствование белорусских правил учета и отчетности, направленное на формирование финансовой информации высокого качества.

В рамках международной практики основным нормативным актом, регламентирующим учет материально-производственных запасов, является Международный стандарт финансовой отчетности 2 «Запасы» [6]. В Республике Беларусь методологические основы и порядок формирования информации о запасах определены Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 № 133 [7].

Согласно МСФО 2 «Запасы» материально-производственные запасы – это активы, предназначенные для продажи в ходе нормальной деятельности; находящиеся в процессе производства для такой продажи; существующие в форме сырья или материалов, предназначенных для использования в производственном процессе или процессе предоставления услуг [6].

В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов, в качестве запасов принимаются активы, учтенные в составе средств в обороте, приобретенные и (или) предназначенные для реализации, или находящиеся в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или используемые для управленческих нужд организации [7].

Из вышеуказанных понятий запасов следует, что в целом отечественная и международная практика имеют единообразный предмет стандартизации. Однако, согласно МСФО 2 «Запасы», к материально-производственным запасам относятся незавершенное производство и недвижимость, предназначенные для перепродажи, а также активы, используемые при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации более чем 12 месяцев или больше обычного операционного цикла. В то время как в отечественной практике вышеперечисленные активы не признают в качестве запасов [7].

При отпуске запасов в производство и ином выбытии, согласно МСФО 2 «Запасы», их оценка должна осуществляться по наименьшей из двух величин - фактической (исторической) стоимости и возможной чистой цены продажи [6]. Фактическая стоимость включает все затраты по приобретению и производству, а также все прочие затраты, произведенные при доведении запасов до текущего состояния и местонахождения. Невозмещаемые налоги и пошлины входят в фактическую стоимость, а предоставленные торговые скидки и возмещения уменьшают ее.

В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов, отпуск запасов и иное их выбытие производится одним из следующих способов:

- по себестоимости каждой единицы запасов;
- по средней себестоимости;
- по себестоимости первых по времени приобретения запасов (метод ФИФО).

Способы оценки материально-производственных запасов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Методы оценки себестоимости запасов

МСФО 2 «Запасы»	Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов
Метод специфической идентификации индивидуальных затрат	Метод оценки по себестоимости каждой единицы
Метод средневзвешенной стоимости	Метод средней себестоимости
Метод ФИФО (по себестоимости первых во времени приобретения запасов)	Метод ФИФО (по себестоимости первых во времени приобретения запасов)

В международной и в белорусской системе бухгалтерского учета по себестоимости каждой единицы учитываются запасы, используемые в особом порядке (драгоценные металлы, драгоценные камни).

Сравнение двух наиболее часто используемых методов потребленных запасов представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Методы оценки стоимости потребленных запасов

ФИФО	Оценка по средневзвешенной стоимости
Запасы, закупленные (изготовленные) первыми будут потреблены первыми	Сущность метода состоит в расчете средневзвешенной себестоимости запасов на начало периода и аналогичных запасов, купленных в течении периода
Остатки запасов на конец периода оцениваются по стоимости последних закупок	Может применяться периодически или по мере получения новых партий
Используется для учета запасов в массовых и крупносерийных производствах	Служит для учета запасов, продажа которых не зависит от даты их поступления на склад

Наиболее распространенным в отечественной практике является способ оценки запасов по средней себестоимости, а в международной, напротив, рекомендуется применять метод по себестоимости первых по времени приобретения запасов.

Необходимо отметить, что согласно МСФО может также применяться метод учета по розничным ценам (в розничной торговле) для оценки товарных запасов, для которых нецелесообразно использовать другие методы оценки себестоимости. При применении данного метода себестоимость проданных запасов определяется путем уменьшения общей стоимости проданного запаса на соответствующий процент торговой наценки. На основании требований МСФО 2 для всех запасов, сходных по характеру и их использованию организацией, должны применяться одинаковые методы оценки. Для запасов различного характера разрешено использование разных методов оценки.

Общее правило отражения запасов в учете состоит в следующем: запасы отражаются только тогда, когда право собственности на них переходит к покупателю. Обычно их отражают в момент получения, однако существуют определенные правила для некоторых конкретных ситуаций. Американские стандарты, например, устанавливают такие правила для товаров в пути (отражаются в учете в момент перехода

права собственности вне зависимости от физического поступления товаров) и товаров, переданных на комиссию (остаются на балансе у собственника) [5].

Инструкция по бухгалтерскому учету запасов позволяет включать в себестоимость материально-производственных запасов затраты на оплату процентов по заемным средствам, если они связаны с приобретением материально-производственных запасов и произведены до даты их оприходования на складах организации.

Согласно МСФО 23 «Затраты по займам», проценты по заемным средствам могут быть отнесены на первоначальную стоимость запасов, если подготовка этих запасов к предполагаемому использованию или продаже требует значительного времени. В случаях, если заемные средства, полученные на приобретение запасов, были временно инвестированы в другие активы, на первоначальную стоимость запасов относится сумма затрат по займам за вычетом инвестиционного дохода [6]. В Инструкции по бухгалтерскому учету запасов об этом, напротив, ничего не упоминается.

Стоимость запасов может оплачиваться поставщику в иностранной валюте. При крупной девальвации или снижении стоимости валюты могут возникнуть не погашаемые обязательства перед поставщиками. В этом случае, в соответствии с Международными стандартами, на себестоимость запасов могут относиться также курсовые разницы, связанные с приобретением этих запасов. Учет курсовых разниц регламентируется МСФО 21 «Влияние изменений валютных курсов». Причем согласно данному стандарту такие курсовые разницы должны включаться в стоимость соответствующего актива только при условии, что скорректированная стоимость не превышает меньшее из двух значений – восстановительную стоимость и суммы, возмещаемые за счет продажи или использования актива [6].

На основании Инструкции по бухгалтерскому учету запасов нельзя сделать вывод о возможности отнесения сумм курсовых разниц на себестоимость запасов. Согласно же Инструкции по применению Плана счетов бухгалтерского учета, курсовые разницы по операциям в иностранной валюте отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы» в корреспонденции со счетами соответствующих расчетов.

Порядок раскрытия информации о запасах в финансовой отчетности экономических субъектов отражен в таблице 3.

Таблица 3 – Раскрытие информации о запасах в отчетности организации

Элемент раскрытия	МСФО 2 «Запасы»	Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов
Способы оценки	Учетная политика, принятая для оценки запасов, в том числе использованный способ расчета их себестоимости	Способы оценки запасов по видам
Балансовая стоимость запасов	Общая балансовая стоимость запасов и балансовая стоимость по статьям классификации, принятой данной организацией	Такого требования нет, но информация раскрывается в бухгалтерском балансе
Стоимость запасов за вычетом затрат на продажу	Балансовая стоимость запасов, учтенная по справедливой стоимости, за вычетом затрат на продажу	Такого требования нет
Последствия изменения учетной политики	Такого требования нет, но информация подлежит раскрытию в соответствии с МСБ (IAS) 8	Раскрытие в пояснительной записке

Из вышеизложенного можно сделать следующий вывод: в целом принципы учета материальных запасов в белорусской и международной практике весьма близки, а существующие различия объясняются особенностями нормативной и законодательной базы в Республике Беларусь.

Дальнейшее совершенствование бухгалтерского учета должно быть направлено на активизацию использования Международных стандартов финансовой отчетности путем построения эффективного учетного процесса в организациях.

В заключение следует отметить, что согласно концепции финансовой отчетности ее основной целью является полезность для различных категорий пользователей в целях принятия ими разного рода решений. Перспективы развития отчетности отечественных организаций связаны с изменением ее целевого назначения и смещением пользовательских приоритетов от инвестора к институциональному инвестору, от бухгалтера к профессиональному финансовому аналитику.

Литература

1. Бабаев, Ю. А. Международные стандарты финансовой отчетности: учеб. / Ю. А. Бабаев, А. М. Перров. – Москва : ТВ Велби, «Проспект», 2015. – 326 с.
2. Бережнова, Е. И. Трансформация российской финансовой отчетности в соответствии с МСФО / Е. И. Бережнова // Бухгалтерский учет – 2016. – № 8. – С. 121–127.
3. Брыкин, И. М. Российские и международные стандарты учета и отчетности: сравнительный анализ / И. М. Брыкин // Аудиторские ведомости. – 2017. – № 9. – С. 76–86.
4. Вахрушина, М. А. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник / М. А. Вахрушина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Рид групп, 2011. – 656 с.
5. Жминько, С. И. Оценка материально-производственных запасов организации // Международный бухгалтерский учет. – 2017. – № 6.
6. Инструкция о введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности, утвержденная постановлением Совета министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 19.08.2016 № 657/20 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
7. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.
8. Инструкция по бухгалтерскому учёту запасов: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 № 133 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2017.

Печко А. Д., студентка 4-го курса,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ГРЕЙДОВАЯ СИСТЕМА ОПЛАТЫ ТРУДА КАК МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Для успешных предприятий важно иметь в штате высококвалифицированных работников. Залогом успешной работы является правильная компенсационная и мотивационная политика компании.

Один из видов мотиваций, которые чаще всего применяют руководители, – это разовая финансовая мотивация в виде премии или бонусов. Она может быть эффективна, если будет зависеть от результатов работы. Если человек знает, что определенный уровень дохода ему в любом случае гарантирован, но у него также есть возможность заработать больше, он будет мотивирован постоянно повышать свои результаты.

Кроме того, не стоит забывать о социальном пакете и других косвенных выплатах, к которым можно отнести оплату обедов, проезда, медицинской страховки, оплаты обучения персонала. При прочих равных условиях труда, это стимулирует сотрудника остаться в той компании, которая это обеспечивает.

Система грейдов позволяет «увязать» оплату труда и логику бизнеса, а также решить ряд проблем, связанных с мотивацией персонала.

На сегодняшний день система грейдов – это наилучшая и единственно оправданная система начисления должностных окладов на основе балльно-факторного метода и матрично-математических моделей [1].

В первую очередь эта система удобна для крупных и средних предприятий, поскольку, в отличие от вертикального построения карьеры, она позволяет строить карьеру горизонтально, внутри своего уровня. Например, повышение рабочим квалификации, образования скажется на уровне оплаты, поскольку повысится вес фактора знания, и зарплата возрастет, несмотря на то, что работник будет оставаться на своей должности. К тому же на крупных предприятиях существует большое количество должностей, что создаст много проблем. Поэтому в ранее применяемых системах определения должностных окладов приходилось формально именовать должности, чтобы каким-то образом разместить их в иерархической вертикали. Эту проблему решает система грейдов.

Желательно, чтобы параллельно с системой грейдов вводилась новая система для начисления переменной части зарплаты. Эта методика называется *KPI* (*Key Performance Indicators* – Ключевые Показатели Эффективности) и предназначена для расчета эффективности и результативности труда в процентах [3].

На сегодняшний день система грейдов и *KPI* – это две наилучшие системы расчетов зарплат. В паре они полностью унифицируют начисление обеих составляющих зарплаты (постоянной и переменной).

Конечно, не всегда и не для всех зарплата будет играть решающую роль. Чем выше должность человека и чем выше его доход, тем сложнее его мотивировать увеличением заработной платы. Здесь уже важен личный и карьерный рост, а также общая политика мотивации.

Таблица 1 – Отличия между тарифной системой оплаты труда и грейдами

Тарифные системы	Системы грейдов
1	2
1. Построены на основе оценки профессиональных знаний, навыков и стажа работы	Предусматривает более широкую линейку критериев, включающую такие показатели оценки должности, как: — управление; — коммуникации; — ответственность; — сложность работы; — самостоятельность; — цена ошибки и другие
2. Должности выстраиваются по нарастающему принципу	Грейдинг допускает пересечение частей двух близлежащих грейдов. В результате этого рабочий или мастер низшего грейда благодаря своему профессионализму может иметь более высокий должностной оклад, чем, например, специалист по охране труда, находящийся в грейде рядом стоящего высшего порядка
3. Иерархическая структура тарифной сетки основана на минимальной зарплате, умноженной на коэффициенты (межразрядные, межотраслевые, междолжностные и межквалификационные)	Структура грейдов построена только на весе должности, которая просчитывается в баллах
4. Все должности выстраиваются по строгому нарастанию вертикали (от рабочего до управленца)	Должности размещаются только по принципу важности для компании

Источник [2]

Зарплата имеет большое значение и влияет на выбор работы человеком. Компенсационная политика лежит в основе жизнедеятельности компании, и если компания заботится о своих сотрудниках и предлагает им достойную рыночную оплату за соответствующий вклад, она будет успешна за счет полной отдачи работников компании. Руководители и менеджеры знают и понимают стремления своих сотрудников, и чтобы сохранить лояльность лучших, постоянно мотивируют персонал, используя новые системы оплаты труда.

Литература

1. Уитт Лесли Оклады и мотивация персонала. Как не потерять хороших сотрудников? / Лесли Уитт, Елизавета Левина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/oklady-i-motivaciya-personala-kak-ne-potervat-horoshih-sotrudnikov>. – Дата доступа: 20.10.2018.
2. Слипачук, Светлана Система грейдов: методика определения должностных окладов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/sistema-greydov-metodika-opredeleniya-dolzhnostnyh-okladov>. – Дата доступа: 17.10.2018.
3. Исаенко, А.Н. Грейдинг в корпорациях США. – Москва : Наука, 2010. – С. 61–62.

Радчук А. П., к. т. н., доцент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
Котляревич И. В., заместитель генерального директора,
ОАО «Строительный трест № 8»
г. Брест, Республика Беларусь

ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Определенные тенденции экономики Республики Беларусь в 2014–2017 годах оказали влияние на развитие строительной отрасли, которое характеризовалось сокращением внутреннего спроса на подрядные работы капитального характера. Свертывание государственных расходов с целью макроэкономической стабилизации (сокращение объемов запланированной государственной инвестиционной программы, программ жилищного строительства и объектов инженерной и транспортной инфраструктуры) и пассивная инвестиционная политика некоторых частных инвесторов не может не сказаться на выполнении основных показателей социально-экономического развития строительной отрасли в целом и развития подрядных организаций в частности. В результате достаточно много строительных подрядных организаций оказались в сложном экономическом положении.

Такие тенденции в полной мере относятся к крупным общестроительным организациям, обладающим большой инерционностью и небольшой частностью.

Это в полной мере относится к работе ОАО «Строительный трест № 8». Эффективная работа строительной организации зависит от действия различных факторов, в том числе уменьшения затрат на производство СМР, улучшения качества работ, производительности труда, использование инновационных подходов к управлению. Основные предпосылки стабильной (не стабильной) производственной деятельности общестроительного треста возникают уже на стадии формирования портфеля заказов, преддоговорной и договорной работы, приемки и оценки проектно-сметной документации.

Общестроительная деятельность ОАО «Строительный трест № 8». В 2014–2017 годах характеризуется кризисными тенденциями значительного падения объемов строительно-монтажных работ и, соответственно, ухудшения конечных финансовых результатов текущей производственной деятельности. Так, объемы строительно-монтажных работ, выполняемых собственными силами, сократились на 40,8%, в том числе за счет сокращения работ по новому строительству и реконструкции на 40,5%; капитальным ремонтом на 77% и при незначительном росте работ по текущему ремонту на 2,9%.

В формировании производственной деятельности ОАО «Строительный трест № 8» строительные подразделения играют различную роль, исходя из специфики выполняемых работ, учета затрат на производство, уровня использования имущественных комплектов.

Вследствие того, что строительные организации имеют свои особенности, например: выполнение работ, одновременно на нескольких объектах; производственные подразделения разнородны и выполняют работы, трудоемкость и себестоимость которых отличаются в значительной степени, то требуется проведение сравнительного анализа составляющих портфеля продукции. Для проведения более глубокого ана-

лиза при подготовке важных решений следует разделить все затраты на постоянные и переменные, после этого следует:

- определить переменные затраты на производственные подразделения, возводимый объект;
- выявить маржинальную прибыль по производственному подразделению и возводимому объекту;
- сравнить маржинальную прибыль подразделения и отдельных объектов с постоянными затратами;
- рассмотреть возможность увеличения маржинальной прибыли и снижения постоянных затрат.

В качестве инструмента эффективного управления строительными организациями может служить операционный и финансовый рычаг, это достаточно важно для общестроительного треста, в составе которого находятся производственные подразделения с разной структурой строительно-монтажных работ, разным соотношением постоянных и переменных затрат.

Операционный рычаг организаций позволяет рассчитать минимальный объем строительно-монтажных работ и соответствующий этому порог рентабельности. Приведя соответствующие расчеты, можно определить силу воздействия операционного рычага, а также запас финансовой прочности организаций в абсолютном и денежном выражении.

Проводя расчеты необходимо учитывать затраты в пределах релевантного диапазона, в пределах которого не меняются постоянные затраты.

В пределах релевантного диапазона валовые затраты организации определяются по формуле:

$$\text{Зобщ} = \text{Зпер} \cdot q + \text{Зпост}.$$

Обозначив цену реализации продукции - p , получаем: Выручка = $p \cdot q$.

$$\text{Прибыль от продаж} = p \cdot q - \text{Зобщ} = p \cdot q - (\text{Зпер} \cdot q + \text{Зпост}),$$

где Зпер – переменные затраты;

Зпост – постоянные затраты;

q – объем выполненных работ;

p – цена реализации.

Определить переменные и постоянные затраты, когда известны общие затраты (Зобщ1 и Зобщ2) при различных объемах строительства ($q1$ и $q2$), можно составить и решить системы уравнений:

$$\text{Зобщ1} = \text{Зпер} \cdot q1 + \text{Зпост};$$

$$\text{Зобщ2} = \text{Зпер} \cdot q2 + \text{Зпост}.$$

Вычитая первое уравнение из второго, получаем:

$$\text{Зобщ2} - \text{Зобщ1} = \text{Зпер} \cdot q2 - \text{Зпер} \cdot q1;$$

$$\text{Зпер} = (\text{Зобщ2} - \text{Зобщ1}) / (q2 - q1).$$

Минимальный объем строительного производства, при котором организация перестает быть убыточной, рассчитывается из уравнения:

$$\text{Прибыль} = 0 = p \cdot \text{qкр} - (\text{Зпер} \cdot \text{qкр} + \text{Зпост}), \text{ т. е.}$$

$$\text{Зпост} = p \cdot \text{qкр} - \text{зпер} \cdot \text{qкр} = (p - \text{Зпер}) \cdot \text{qкр};$$

$$\text{qкр} = \text{Зпост} / (p - \text{Зпер}).$$

Минимальный объем СМР в стоимостном выражении равен:

$$\text{ПР} = p \cdot \text{qкр} = \text{Зпост} \cdot \text{Выручку} / \text{Маржинальная прибыль},$$

где маржинальная прибыль – это разница между выручкой и переменными затратами, т. е.

$$\text{Маржинальная прибыль} = p \cdot q - \text{зпер} \cdot q.$$

При формировании портфеля заказов, заключении необходимо знать критические объемы работ для каждого производственного подразделения.

Рассчитаем безубыточность организации на примере исследуемого предприятия ОАО «Строительный трест № 8». Так как в структуру общества входят филиалы, осуществляющие различные виды деятельности, рассмотрим разные варианты.

Расчеты произведены, исходя из условных данных работы филиалов за месяц.

Филиал «Строительное управление № 98» генподрядное строительное управление, осуществляющее общестроительные работы широкого профиля и назначения.

Объем подрядных работ (тыс. руб.) – 500, численность (чел.) – 180, постоянные затраты (тыс. руб.) – 100, переменные затраты (тыс. руб.) – 375, точка безубыточности (тыс. руб.) – 400.

Филиал «Строительное управление № 158» генподрядное строительное управление осуществляет выполнение строительно-монтажных работ на объектах гражданского и промышленного назначения, основные виды работ – земляные, сантехнические и др.

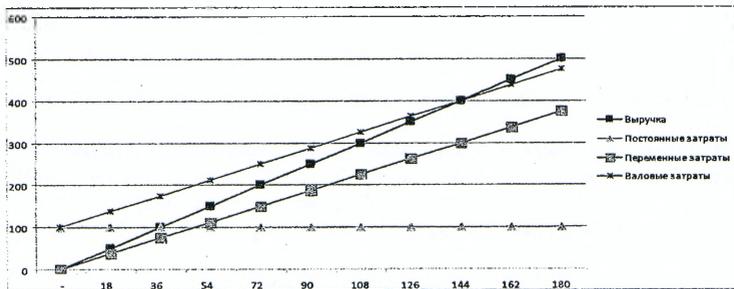


Рисунок 1 – График безубыточности «Строительного управления № 98»

Объем подрядных работ (тыс. руб.) – 1 800, численность (чел.) – 700, постоянные затраты (тыс. руб.) – 450, переменные затраты (тыс. руб.) – 1 250, точка безубыточности (тыс. руб.) – 1 473.

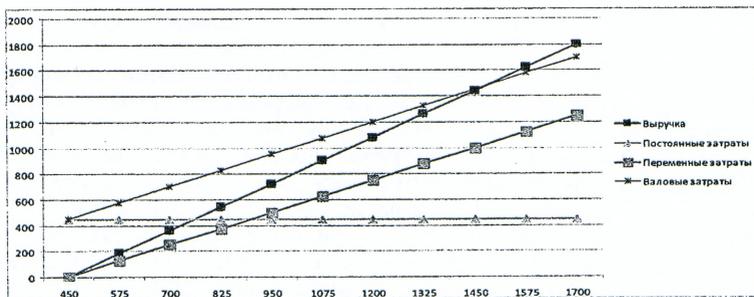


Рисунок 2 – График безубыточности «Строительного управления № 158»

Филиал «Специализированное управление № 33» субподрядное строительное управление, основные виды работ – штукатурные, малярные, облицовочные другие отделочные работы.

Объем подрядных работ (тыс. руб.) – 1 000, численность (чел.) – 500, постоянные затраты (тыс. руб.) – 250, переменные затраты (тыс. руб.) – 700, точка безубыточности (тыс. руб.) – 833.

Очевидно, что филиалы обладают различным порогом рентабельности по причине разного удельного веса постоянных и переменных затрат.

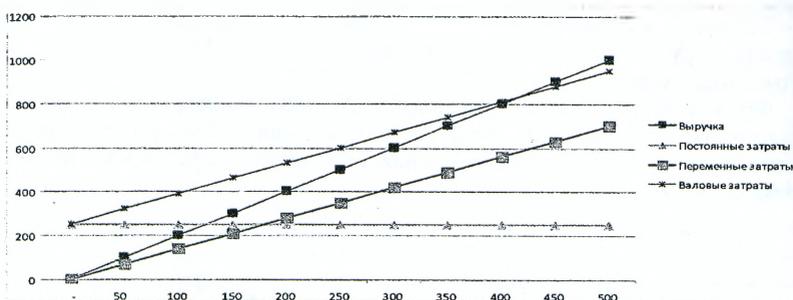


Рисунок 3 – График безубыточности «Строительное управление № 33»

Немаловажно и знание воздействия, суть которого в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли. Сила воздействия операционного рычага (СВОР) рассчитывается по формулам:

$$\text{СВОР} = \text{Валовая маржа} / \text{Прибыль} = (p \cdot q - \text{Зпер} \cdot q) / \text{Прибыль}$$

или

$$\text{СВОР} = 1 / (1 - \text{Зпост} / \text{Валовая маржа}).$$

Рассчитаем СВОР для исследуемого предприятия для трех выбранных ранее филиалов:

СВОР филиала «Строительное управление № 98»:

$$\text{СВОР} = 1 / (1 - 100 / 125) = 5 \%;$$

СВОР филиала «Строительное управление № 158»:

$$\text{СВОР} = 1 / (1 - 450 / 550) = 6,25 \%;$$

СВОР филиала «Специализированное управление № 33»:

$$\text{СВОР} = 1 / (1 - 250 / 300) = 5,9 \%.$$

Исходя из проведенных расчетов, можно сделать вывод, самый высокий предпринимательский риск у филиала «СУ № 158». Таким образом, при увеличении выручки на 1 % прибыль филиала увеличится на 6,25 %. При уменьшении выручки на 1 % будет иметь место обратная ситуация, и объем прибыли предприятия уменьшится на 6,25 %.

Сила воздействия операционного рычага рассчитывается для определенного объема выполненных работ. Чем больше сила воздействия операционного рычага, тем выше предпринимательский риск, т. к. при неблагоприятном развитии событий (уменьшении объемов продаж) прибыль будет снижаться очень высокими темпами. При небольшом удалении от порога рентабельности сила воздействия операционного рычага максимальна (стремится к бесконечности), затем она начинает убывать (но все равно она будет больше или равна 1). Затем следует переход в новый релевантный период, скачок постоянных затрат, преодоление нового порога рентабельности, и процесс повторяется.

Целесообразно рассчитывать в тресте еще один показатель – запас финансовой прочности (ЗФП), который показывает, насколько может быть уменьшен фактический объем работ (и при этом организация не станет убыточной). Запас финансовой прочности определяется в абсолютном и относительном выражении. В абсолютном выражении запас финансовой прочности – это разница между достигнутой фактической выручкой от реализации и порогом рентабельности:

$$\text{ЗФП} = \text{Выручка} - \text{ПР} = p \cdot q - \text{ПР} = \text{Выручка} / \text{СВОР}.$$

Рассчитаем ЗФП для исследуемых нами трех выбранных филиалов ОАО «Строительный трест № 8»:

ЗФП филиала «Строительное управление № 98»:

$$\text{ЗФП} = 500 / 5 = 100 \text{ или } 20\%;$$

ЗФП СВОР филиала «Строительное управление № 158»:

$$\text{ЗФП} = 1\,800 / 6,25 = 288 \text{ или } 16\%;$$

ЗФП СВОР филиала «Специализированное управление № 33»:

$$\text{ЗФП} = 1\,000 / 5,9 = 169,5 \text{ или } 16,9\%.$$

Таким образом, филиал «СУ № 98», может снизить объем выполнения подрядных работ на 100 тыс. руб., или 20 %, и при этом не станет убыточным, а филиал «СУ № 158» может снизить объем выполнения подрядных работ на 288 тыс. руб., или 16 %, и при этом не получит убыток, и филиал «СУ № 33» может уменьшить объем выполнения подрядных работ почти 170 тыс. руб., или 16,9 %, и не станет убыточным.

Расчеты показывают, насколько важно экономическим службам использовать инструменты управленческого учета в общестроительных организациях при подготовке стратегических управленческих решений, при формировании программы работ.

Литература

1. Аскул, А. Н. Управление затратами в строительстве / А. Н. Аскул, Н. К. Стировайтов, Р. А. Фолтинский – Санкт-Петербург : АНО ИПЭВ, 2009. – 332 с.
2. Радчук, А. П. Грамотное управление затратами – залог повышения эффективности строительных организаций: сборник статей международной конференции «Брестский государственный технический университет» / А. П. Радчук, В. Г. Герасимчук, 2016.
3. Осипов, В. В. Финансовый менеджмент: учебно-практическое пособие / В. В. Осипов, Н. В. Воронина – Н.: НГУТУ, 2004.

УДК 659.1

Сендецкая С. В., к. э. н, доцент,

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологии имени С. З. Гжицкого,
г. Львов, Украина

РЕКЛАМНЫЕ ВОЙНЫ

Разнообразие однотипных товаров на полках супермаркетов ставит потребителя перед трудным выбором бренда или производителя. При таких условиях традиционные затратные методы продвижения не дают ожидаемых результатов. Ситуация на рынке товаров и услуг обуславливает поиск новых, эффективных средств донесения до потребителя информации о товаре и стимулирования его к покупке.

Реклама в современном обществе играет ключевую роль в продвижения товара на рынок. Ежедневно рядового потребителя окружает большое множество рекламных объявлений, которые предлагают разные товары и услуги. Они направлены на свою целевую аудиторию и потенциальных потребителей. Среди них часто встречаются объявления, ничем особым не отличающиеся. Большое количество серой, не примечательной рекламы привело к тому, что на нее стали мало обращать внимание. В результате многие компании начали заказывать еще больше рекламы, наращивать свои коммуникационные бюджеты. Они закупают еще больше эфирного времени, печатают крупноформатные объявления, привлекают к рекламным кампаниям разного рода звезд и т. п. Но часто такие усилия не дают ожидаемого результата, и затратная рекламная кампания оказывается малоэффективной.

В связи с этим сегодня появляется все больше инновационных приемов продвижения товаров на рынок, которые сближают потребителя и производителя, делают их общение все более неформальным. К ним можно отнести нейромаркетинг, «word-of-mouth» advertising, кулхатинг, buzz-маркетинг, трендсеттинг, event-маркетинг.

Для того чтобы реклама была эффективной, она должна иметь мощный посыл, который привлечет внимание потенциальных потребителей. Многие крупные компании в погоне за таким посылом избирают путь рекламного противоборства. Данное явление в англоязычном рекламном дискурсе получило название «Comparative advertising», или «advertising war» («сравнительная реклама») или «рекламная война» – это такой вид рекламы определенной продукции или услуги, в которой целенаправленно используется название бренда конкурента с целью сравнить и показать, что последний значительно уступает рекламируемому бренду [8]. Это высмеивание, подшучивание над конкурентом с тем, чтобы показать его возможные недостатки и слабые места и, соответственно, свои достоинства. Реклама товаров на основе такого сопоставления качеств изначально появилась в США.

Проблема сравнительной рекламы и рекламных войн широко рассматривается в маркетинговой литературе [1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11]. Рекламные войны брендов – это часть маркетинговых войн. В свою очередь маркетинговая война – это попытка использовать военное мышление в решении маркетинговых проблем [7], следствием чего может быть неэтичность ее методов.

Сравнивать товары конкурентов в рекламе позволено компаниям во многих странах мира с некоторыми ограничениями и при условии подтверждения объективности сравнения. При этом считается, что потребитель от такой практики только выигрывает. Ведь он получает дополнительную информацию для своего выбора.

В Соединенных Штатах законами, контролирующими сравнительную рекламу, управляет Федеральная Торговая Комиссия (Federal Trade Commission). Данная организация утверждает, что такой вид рекламы может пойти на пользу потребителям при условии, что сравнение есть четко выделенным и правдивым.

В праве ЕС действует много нормативных актов, последним из которых является Директива №2006 / 114 / ЕС «О введении в заблуждение и сравнительную рекламу», в которой осуществлено обобщение законодательного опыта ЕС по рекламе. Директива распространяется только на коммерческую рекламу. Под сравнительной рекламой в этом акте подразумевается реклама, которая явно или косвенно идентифицирует конкурента или его товары и услуги. Но в отличие от рекламы, которая вводит в заблуждение, сравнительная реклама в соответствии с Директивой должна быть обязательно разрешена, если соблюдаются установленные государством-членом критерии.

В конце июня 2018 в Верховной Раде Украины зарегистрирован законопроект о гармонизации законодательства в сфере сравнительной рекламы с правом ЕС, который содержит требования имплементации норм этой Директивы с украинским законодательством. Так, текстом законопроекта предлагается прямо ввести положение о разрешении использования сравнительной рекламы и даже правомерным считать использование изображений, торговых марок, фирменного наименования конкурента. Закон о рекламе предлагается дополнить конкретным перечнем признаков правомерности сравнительной рекламы, аналогичных закрепленным Директивой.

В Великобритании законодательство тоже либерально относится к сравнительной рекламе, признает ее как коммуникацию, которая прямо или косвенно идентифицирует торговую марку конкурента, а также предлагаемые конкурентами товары или услуги. В 1995 г. Европейская Постоянная Комиссия Британского парламента, проанализировав последствия сравнительной рекламы, признала ее легитимным, полезным и эффективным маркетинговым инструментом, стимулирующим конкуренцию и информирующим потребителей [9].

В КНР же считается, что сравнительная реклама имеет эффект обесценивания и порока продуктов или услуг конкурентов. Более того, в соответствии с Критериями рекламной экспертизы, установленными в 1994 году Государственным управлением промышленности и торговли Китая, реклама не должна содержать ни одного прямого сравнения специфики продуктов или услуг [3].

Рекламная война – это соперничество брендов в рекламном пространстве с целью достижения лояльности потребителя. Это вызов «атакующего» бренда и, как правило, достойный ответ, а не оправдание амбициозного конкурента [5]. Сюжетная линия рекламных войн, как правило, строится на сравнении продукции конкурирующих брендов.

К вербальным особенностям сравнительной рекламы можно отнести использование такого лексического приема, как каламбур или игра слов в рекламном тексте, метафоричность, аллегория, ирония, юмор.

Рекламные войны брендов иногда рассматривается как разновидность агрессивной рекламы. Воробьева А. Е. выделяет 3 вида такой рекламы: 1) содержит агрессивные сюжеты, слова и образы, нарушающие принятые в обществе этические нормы; 2) имеет агрессивный характер распространения (навязчивость, неуважительная коммуникация с потребителем и т. п.); 3) содержит агрессию по отношению к конкурентам (порочит их товары и т. п.) [1].

К наиболее известным войнам брендов относятся войны: Pepsi и Coca Cola, Samsung и Apple, Audi и Mercedes, McDonald's и Burger King т. д. Одним из самых запоминающихся и заметных был и остается поединок между автомобильными гигантами. Начало этой войне положил немецкий концерн BMW. Впервые в своей рекламе немецкие производители допустили ироническую насмешку в сторону компании Mercedes в 2003 году. Тогда BMW создали изображение, на котором кроссовер BMW X5 в хищно-леопардовой раскраске настигает «зебру» – Mercedes ML. Потом БМВ начали создавать серию рекламных роликов, которые высмеивали переднеприводные автомобили Audi. Это было сделано с помощью животных: кролика, лягушки и лошади. Смысл роликов был в том, чтобы дать понять людям, что переднеприводные технологии не могут сравниться с задним приводом. По их мнению, это всё равно, что лошадям и другим животным ходить на передних ногах, когда как природа наградила их задними опорными ногами, так как это более естественно и более соответствует законам физики. Все рекламные ролики обязательно заканчивались фразой «Вот почему у нас нет автомобилей с передним приводом» [10].

Недавно в Берлине появился билборд, который бросает вызов кампании Tesla и ее главе Илону Маску. На билборде изображен электромобиль Audi E-tron Sportback, который должен стать конкурентом будущему кроссоверу Tesla Model Y. Выход обеих моделей запланирован на 2019, но немцы готовятся к борьбе за покупателя заранее. Маркетологи Audi обыграли фамилию руководителя Tesla и термин «must-have», который предусматривает обязательное наличие чего-либо. В итоге же получилось «Musk-Have» (рисунок 1).



Рисунок 1 – Рекламная война Audi против Tesla

Рекламные войны в Украине не очень развиты. Яркий и остроумный эпизод украинских рекламных войн – война банков. Альфа Банк выпустил серию билбордов о высоких ставках на депозиты со слоганом «Кто, как не мы!» И уже через несколько дней на соседних рекламных площадках появился остроумный и короткий ответ конкурентов с Platinum Bank: «тю ... Мы!». Альфа Банк ответил на это оперативно: «Не любите, когда деньги тю-тю?.. Отдадим все до копейки» (рис. 2). Через несколько часов на место предыдущего билборда Platinum Bank наклеил новый, с жирной точкой, объявив таким образом об окончании рекламного противостояния.



Рисунок 2 – Рекламная война украинских банков

Еще один пример украинских рекламных войн – провокационная промокампания в Facebook от имени сети гипермаркетов «Ашан». В ней с помощью игры слов высмеивались конкуренты – другие крупные украинские супермаркеты. Местами это было уместно и даже тонко («Ашан открылся, а ТБ не спросил» (АТБ – сеть украинских супермаркетов, ТБ – телевидение), а местами напоминало дразнилки пятиклассников – «Ашан» – магазин не для дебила». «Эко-маркет» ответил на вызов не менее провокационной фразой «Наше уважение «Анашану».

Через не менее жесткие рекламные поединки прошло много мировых брендов. Всемирно известные бренды «Кола» и «Пепси» начали рекламную битву еще в 1970-х: с тех пор их противостояние было отмечено на всех коммуникационных носителях: в видеороликах, прессе, в сфере продаж музыки, в Интернете и даже в космосе. В 1985 году «Кока-Кола» решила выделиться, отправив с космонавтами в полет на шаттле разливной автомат и банки с «Колой». Хотя эксперимент и не увенчался успе-

хом, поскольку пить ее оказалось невозможно, но это позволило получить определенное преимущество над «Пепси», которая в таких эксклюзивных экспериментах не участвовала. «Пепси» же выделилась по-другому, сняв знаменитую рекламу, которую вскоре запретили, но помнят до сих пор. В ролике мальчишка использует банки «Колы», чтобы достать до кнопки автомата и купить себе «Пепси».

В 2009 году компании торжественно, хоть и неофициально, помирились в «Твиттере», написав друг другу твиты о том, что пора дружить, а не враждовать.

Таким образом, особенностью рекламных войн по сравнению с другими видами рекламы есть то, что они построены по принципу «вызов – ответ». Это, как правило, несколько последовательных рекламных объявлений. Такая реклама продвигает конкурентные преимущества одного бренда за счет обесценивания преимуществ товаров-конкурентов. Это эмоциональная маркетинговая коммуникация, провоцирующая конкурентов и привлекающая таким образом внимание пользователей, которые увлеченно следят за такими рекламными баталиями. Данный вид рекламы имеет больше коммуникационный, чем экономический эффект.

Сравнительная реклама является достаточно опасным маркетинговым инструментом и может обернуться и против того, на кого она направлена, и против ее заказчика. Рекламные поединки вызваны ростом и ожесточением конкуренции на рынке, но именно она толкает компании на инновации и создание новых товаров и услуг.

Литература

1. Воробьева, А. Е. Проблема психологической эффективности неэтичной рекламы различных видов / А. Е. Воробьева, А. Б. Купрейченко // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. / Под общ. ред. А. Д. Карнышева. – Иркутск, 2011. – С. 180–186.
2. Воробьева, А. Е. Психологическое отношение к рекламным войнам брендов в зависимости от агрессивности личности. / А. Е. Воробьева // Вестник МГОУ. – Серия: Психологические науки. – 2016. – № 4. – С. 55–70.
3. Грицюта, Н.М. Порівняльна реклама – етично некоректна технологія конкурентного середовища / Н.М. Грицюта // Вісник ХДАК. – 2014. – Вип. 42 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/v42/26.pdf>.
4. Д'Алессандро Д. Войны брендов / Д. Д'Алессандро – СПб. – 2003. – 224 с.
5. Мирошниченко, Г. А. Рекламные войны: специфика дискурса / Г. А. Мирошниченко // Вестник РУДН. – Серия «Литературоведение. Журналистика». – 2013. – № 4. – С. 106–111.
6. Николаева, И. П. Война брендов как форма конкурентной борьбы / И. П. Николаева, Б. М. Арманова // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2011. – Т. 12. – № 14(87). – С. 122–129.
7. Райс, Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Д. Траут. – СПб., 2004. – 256 с.
8. Beard, F. Comparative Advertising Wars: An Historical Analysis of Their Causes and Consequences / F. Beard // Journal of Macromarketing. – 2010. – 30 (3). – P. 270–286.
9. EASA : The European Advertising Standards Alliance [Electronic source]. – Mode of access : www.easa-alliance.org. – Title from screen.
10. Mercedes-Benz и BMW: Соперничество длиной 100 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lgai.ru/publ/517604-mercedes-benz-i-bmw-sopernichestvo-dlinoyu-100-let.html>.
11. Mills, B. Comparative advertising: should it be allowed? / B. Mills // European Intellectual Property Review. – 1995. – Vol. 17. – №. 9. – P. 417–430.

3 СЕКЦИЯ. ИННОВАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 001.892

Брасс А. А., к. э. н., доцент,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь

НАУКА И ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

В современном мире наука является важнейшим фактором прогресса. Именно научная среда в любом государстве формирует элиту общества. И наша страна не является в этом плане каким-либо исключением [1].

Вместе с тем, научные достижения, несмотря на всю их важность, требуют дальнейшего включения в рыночные отношения (коммерциализации): либо путем прямых продаж, что требует от научных организаций значительных маркетинговых усилий,

либо путем их внедрения в производство товаров и услуг, что подразумевает заинтересованность предприятий в своем инновационном развитии.

Динамика некоторых показателей, характеризующих состояние научных исследований и инновационной деятельности в Республике Беларусь, представлена на рис. 1–5 (графики построены на основе данных [2]).

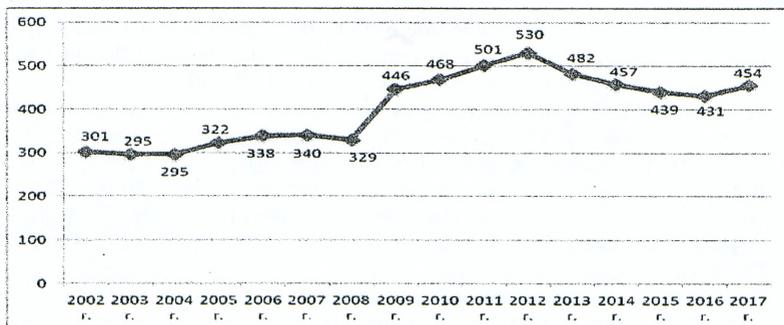


Рисунок 1 — Изменение количества организаций, выполняющих научные исследования и разработки

Эти данные позволяют сделать следующие выводы.

1. Сфера научных исследований и разработок не пользуется большой популярностью у населения с точки зрения приложения трудовых усилий. За период 2002 – 2017 годы количество занятых в этой сфере сократилось на 13,8% при общем сокращении занятых в экономике страны на 2,0% [3].

2. Растет бюрократизация сферы научных исследований. При сокращении числа работников этой сферы (см. предыдущий абзац), количество организаций, занимающихся научными исследованиями и разработками, за период 2002–2017 увеличилось на 50,8%. А ведь создание каждой организации предполагает создание соответствующего административного аппарата.

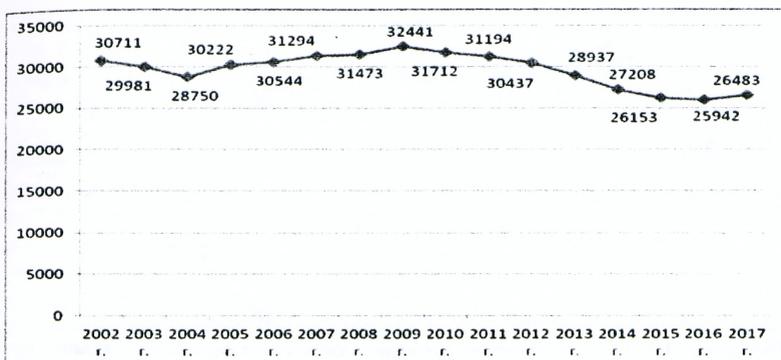


Рисунок 2 – Изменение списочной численности работников, выполняющих научные исследования и разработки

3. Увеличение количества научных организаций при сокращении количества людей, занятых научными исследованиями и разработками, приводит к сокращению среднего числа работников в каждой организации. За период 2002 – 2017 годы этот показатель уменьшился на 42,8%. А ведь создание современных высокопроизводительных технологий и соответствующего оборудования, их рыночного продвижения требуют усилий достаточно больших коллективов. Ведь даже такой гениальный изобретатель прошлого, как Томас Алва Эдисон, получивший только в США 1093 патента, работал не в одиночку. Именно он основал компанию Дженерал Электрик, которая первоначально называлась «Эдисон электрик лайт». Что говорить о современных исследованиях доведения их результатов хотя бы до создания опытных образцов, разработки технологий промышленного производства, подготовке технологической и конструкторской документации. И все это нужно сделать в достаточно сжатые сроки. Ведь такие же разработки ведутся и в других странах. И проблема «кто быстрее» намного актуальнее проблемы «кто дешевле».

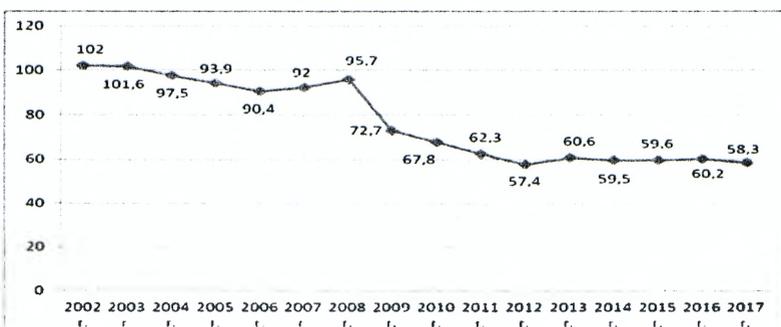


Рисунок 3 – Изменение среднего числа работников, выполняющих научные исследования и разработки, в одной научной организации

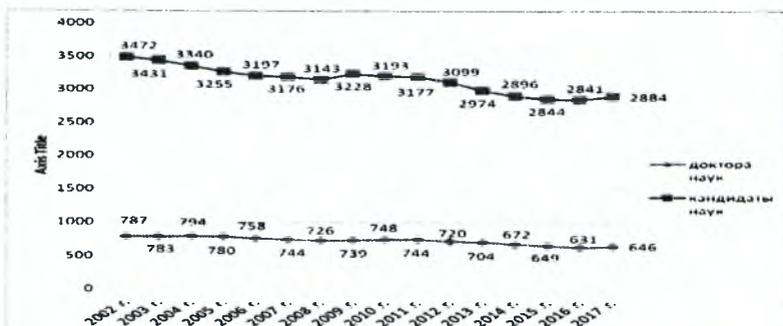


Рисунок 4 – Изменение количества докторов и кандидатов наук, выполняющих научные исследования и разработки

4. Увеличение количества научных организаций при сокращении численности их персонала приводит к распылению усилий и средств, затрачиваемых на научные исследования. И здесь свое слово должны сказать промышленные предприятия, которые, как отмечено в [1], «получают все больше самостоятельности». Именно они на основе своих стратегических планов должны определять перспективные направления научных исследований и разработок. При этом следует учитывать результаты исследований профессора Марселя Корстьенсу, проведенных им на базе 2500 компаний разных отраслей с годовым доходом, превышающим \$1 млрд. Эти исследования показали, что инновации, направленные на совершенствование и рыночное продвижение уже производимой продукции, не требующие больших капиталовложений и объединяющие усилия инженеров, исследователей и маркетологов, более эффективны, чем прорывные разработки с гигантскими бюджетами [4].

5. Постепенно падает научный уровень исследователей. Если за период 2002–2017 гг. их общее число сократилось на 13,8%, то число докторов наук - на 17,9% и кандидатов наук - на 16,9%. Последнее очень печально, ведь сокращается база, на которой взращиваются доктора наук.

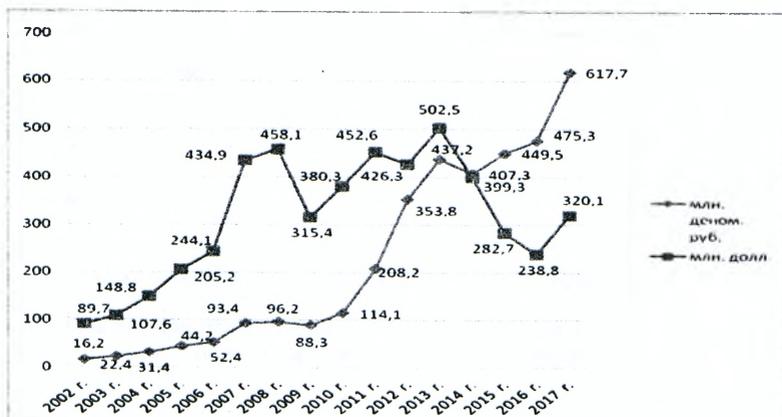


Рисунок 5 – Изменение затрат на научные исследования и разработки

6. Финансирование научных исследований и разработок выглядит достаточно интересно. В белорусских рублях за период 2002-2017 годы присутствует постоянный рост, за исключением 2009 и 2014 годов, когда было небольшое падение. В целом за обозначенный период финансирование возросло в 38,1 раза. В долларах США (пересчет сделан по курсу Национального банка Республики Беларусь [5]) присутствует уверенный рост в 4,8 раза, в 2009 году происходит резкое падение на 31,2%, затем до 2013 года наблюдается рост на 59,3%, затем до 2016 года падение в 2,1 раза и в 2017 году есть рост на 34,0% по сравнению с 2006 годом. За период 2008–2011 гг. оно возросло в 2,3 раза в белорусских рублях, но сократилось на 18,5% в долларах США. Если определять соотношение затрат на научные исследования и разработки с ВВП нашей страны за период 2009–2016 годы (данные за другие годы на сайте Национального статистического комитета [6] отсутствуют), то можно отметить, что за период 2009 – 2013 годы оно составляло 0,62% - 0,68%, в 2014 году – 0,51%, в 2015 – 0,31%, а в 2016 году – 0,25%. Здесь же можно отметить, что снижение финансирования научных исследований – это не просто приостановление определенных работ, а шаг назад. При возобновлении финансирования их нельзя начать с того же места. Потребуются ресурсы и время на восстановление утраченного.

Вместе с тем, говоря о проблемах отечественной науки, необходимо отметить ее достижения, среди которых необходимо отметить [1]:

- возведение белорусской атомной электростанции, что, по сути, сформировало новую наукоемкую отрасль отечественной экономики;
- создание отечественного спутника зондирования Земли и системы микроспутниковой связи, что означает формирование собственных ракетных систем;
- создание самого большого карьерного самосвала БелАЗ грузоподъемностью 450 т;
- разработку и освоение в производстве низковольтного электробуса с быстрой зарядкой;
- внедрение в практику большого числа новых медицинских технологий в таких важных областях здравоохранения, как кардиология, травматология, онкология, охрана материнства и детства и др.

Литература

1. Лукашенко, А. Г. Выступление на II Съезде ученых Республики Беларусь / А. Г. Лукашенко // Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://president.gov.by/rw/news_ru/view/plenarnoe-zasedanie-ii-sjezda-uchenyx-respubliki-belarus-17654/ - Дата доступа: 01.10.2018.
2. Основные показатели деятельности организаций, выполнявших научные исследования и разработки // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/nauka-i-innovatsii/osnovnye-pokazateli-za-period-s-pogody/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-organizatsii-vypolnyavshih-nauchnye-issledovaniya-i-razrabotki/> - Дата доступа: 15.10.2018.
3. Численность занятого населения Республики Беларусь по видам экономической деятельности // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/trud/godovye->

- dannye/chislennost-zanyatogo-naseleniya-respubliki-belarus-po-vidam-ekonomicheskoi-deyatelnosti/ - Дата доступа: 16.10.2018.
4. Постепенные усовершенствования: новый взгляд. Чем масштабнее проекты, тем ниже отдача? // Harvard Business Review. Россия. – 2018 – Октябрь – С. 12–14.
 5. Средний официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/Rates/AvgRate/> - Дата доступа: 16.10.2018.
 6. Производство валового внутреннего продукта // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/natsionalnye-scheta/godovye-dannye_11/proizvodstvo-valovogo-vnutrennego-produkta/ - Дата доступа: 18.10.2018.

УДК 338.012

Гавловская Г. В. к. э. н., доцент,

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»
г. Москва, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ВЕКТОРЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

К настоящему времени в РФ созданы практически все элементы инновационной системы, имеющиеся в развитых странах мира. За последнее десятилетие в стране увеличивалось количество высокотехнологичных компаний, рос процент научных разработок от ВВП, наблюдалось увеличение процента специалистов, занятых в НИОКР на 1 млн населения и пр. Это способствовало тому, что в последние годы Россия стала заметным игроком на глобальном рынке инноваций: увеличилась доля РФ на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг. По оценкам агентства Blumberg, в последние годы РФ занимала с 12 (2016) по 25 (2018) места в рейтинге самых инновационных стран мира (наиболее инновационными государствами, согласно данному рейтингу, являются Южная Корея, Швеция, Германия, Швейцария, Финляндия, Сингапур, Япония, Дания, США и Израиль) [1].

За последние годы в РФ началась реализация мер по развитию инновационной инфраструктуры (институты развития, инновационные кластеры, бизнес-центры, инкубаторы, технопарки, вузы, лаборатории, инжиниринговые компании), организована информационная поддержка инновационных процессов [2], начался пересмотр системы налогообложения инновационной деятельности, произошла активизация принятия мер по защите патентного и авторского права, стимулируется создание малых инновационных предприятий (в том числе в рамках проекта «Сколково»), определены технологические приоритеты развития российской экономики [3], разработаны индикаторы и показатели инновационного развития. Особое расширение инновационной деятельности в России произошло в таких сферах, как: космос и ракетостроение, оборонная промышленность, автомобилестроение, медицина, фармацевтика, пищевая промышленность, IT-сектор, робототехника и др.

Однако нельзя не отметить и ряд проблем, препятствующих дальнейшему активному развитию инновационной деятельности, среди которых: недостаточность финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, несо-

вершенство системы защиты интеллектуальной собственности, недостаточное качество подготовки кадров, несовершенство инвестиционного законодательства, а также специфика функционирования отечественной бизнес-среды.

Все перечисленные выше аспекты нашли отражение в научных исследованиях российских авторов, в числе которых можно особенно выделить работы Асаула А. Н., Фалгинского Р. А. [4], Балашовой Е. С., Гнездиловой О. И. [5], Богомоловой И. С., Гриненко С. В., Едаловой Е. С., Задорожной Е. К. [6], Сказочкина А. В., Кумаковой С. В., Константиновой Е. П. [2], Коженко Я. В., Катаева А. В., Катаевой Т. М., Лихолетовой Н. В. [7].

Основные аспекты инновационной деятельности в РФ

Среди прочих инновационную деятельность страны характеризуют два важнейших показателя: инновационная активность и затраты на технологические инновации. В Российской Федерации показатель инновационной активности (удельный вес организаций, осуществлявших инновации в отчетном году, в общем числе организаций) на протяжении последнего десятилетия оставался практически неизменным. Так, в 2010 году он равнялся 9,5%, а в 2017 году – 8,5% (для примера в развитых странах мира данный показатель составляет 40–60%). Тем не менее, затраты на технологические инновации с 2010 года увеличились в стране в более чем три раза, составив в 2017 году 1 404 985,3 млн рублей (для сравнения в 2010 году – 400 803,8 рублей) (таблица 1).

Таблица 1 – Инновационная активность и затраты на технологические инновации в России, 2010–2017 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Инновационная активность организаций, в %	9,5	10,4	10,3	10,1	9,9	9,3	8,4	8,5
2. Затраты на технологические инновации, в млн руб.	400 803,8	733 815,9	904 560,8	1 112 429,2	1 211 897,1	1 200 363,8	1 284 590,3	1 404 985,3

Источник: Составлено автором по материалам: Федеральная служба государственной статистики РФ, официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>; Статистика науки и образования. Выпуск 4. Инновационная деятельность в Российской Федерации. Инф.-стат. мат. – М.: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2017. – 92 с.

Следует также отметить и тот факт, что динамика количества патентов на высоко-технологичные изобретения в РФ за последние годы (начиная с 2010 года) практически не изменилась. Федеральной службой по интеллектуальной собственности Российской Федерации (Роспатент) в 2017 году было выдано 34 254 патента на изобретения (для сравнения в 2010 году – 30 322 патента). Снизилась заявки на выдачу патентов на изобретения, которые в 2017 году составили 36 454 (в 2010 году – 42 500 заявок) (таблица 2).

Таблица 2 – Поданные заявки и выданные патенты изобретателям в РФ в 2010–2017 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Подано заявок на выдачу патентов на изобретения	42 500	41 414	44 211	44 914	40 308	45 517	41 587	36 454
Выдано патентов на изобретения	30 322	29 999	32 880	31 638	33 950	34 706	33 536	34 254

Источник: составлено по материалам: Федеральная служба по интеллектуальной собственности Роспатент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rupto.ru/ru/>; Федеральная служба государственной статистики РФ, официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

Тем не менее, несмотря на отсутствие роста общего количества выданных патентов на изобретения, в последние годы в России был увеличен уровень высокотехнологичных разработок. Так, были разработаны передовые высокотехнологичные продукты, многие из которых не имеют аналогов в мире. Среди инновационной продукции, которая отражает технологии будущего, особенно можно выделить роботов удаленного присутствия, электрочастицы для электромобилей, биопринтеры и пр. (таблица 3).

Таблица 3 – Примеры высокотехнологичной продукции в РФ

<i>Продукция</i>	<i>Компания-производитель</i>
Морские электронные карты и навигационные системы	Корпорация «Транзас», г. Санкт-Петербург
Антропоморфная робототехническая система «SAR-400» («робот-космонавт»)	НПО «Андронидная техника», Роскосмос, г. Москва
Робот удаленного присутствия, управляемый человеком Webot	Создан при поддержке «Ашманов и партнеры»
Астрономические зеркала	«Швабе» (входит в госкорпорацию Ростех), г. Москва
Микросферы	«Тверской завод микросфер», г. Тверь
Инновационные окна из стеклопластиковых композитных материалов	«Роснано», «Гален» (Калужская обл.)
Электрочастицы для электромобилей	Государственный Рязанский приборный завод (входит госкорпорацию «Ростех»), г. Рязань
Воздушный командный пункт стратегического управления	«Объединенная приборостроительная корпорация» (ОПК)
Фотоветровые автономные электроустановки «Комбат-941»	Концерн «Энергокомплекс», г. Жуковский
Ускоритель заряженных частиц TANDETRON	ФЭИ (Государственный научный центр РФ - Физико-энергетический институт им. А. Лейпунского), г. Обнинск (Калужская обл.)
Биопринтер	3D Bioprinting Solutions, г.Москва
Технология Blow-Fill-Seal для производства стерильных растворов	Компания «Солофарм», г. Санкт-Петербург
Суперкомпьютер «Лобачевский»	Компания «Ниагара Компьютерс», г. Нижний Новгород
БПЛА на 3D-принтере	Конструкторское бюро «Луч»
Стеклоткань	ОАО «Астраханское стекловолокно», г. Астрахань
Синтетический кристалл сапфира	«Монокристалл», г. Ставрополь
Авиационный титан	«ВСМПО-Ависма», г. Москва
Роботы-симуляторы	«Эйдос-Медицина», г. Казань
Технология виртуальной реальности	Компания «Nettle», г. Москва

Источник: составлено автором по материалам: Инновационный центр «Сколково». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sk.ru/news/>; Сайт «Сделано у нас» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdelanounas.ru/>; Сайт Компании 3D Bioprinting Solutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bioprinting.ru/>; «Астраханское стекловолокно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.azsv.ru/>; Сайт компании «Эйдос-Медицина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eidos-medicine.com/> и др.

Региональные особенности инновационной деятельности РФ

В производство инновационной продукции вовлечены десятки регионов РФ, среди которых по уровню инновационной активности особенно выделяются Центральный федеральный округ (9,9% организаций, осуществлявших инновации в отчетном году, в общем числе организаций), Северо-западный федеральный округ (8,6%), Южный федеральный округ (8,4%), Приволжский федеральный округ (9,1%) и Уральский федеральный округ (8,2%). Причем, согласно данным федеральной службы государственной статистики РФ, наибольший удельный вес инновационных компаний в стране в последние годы наблюдается в Чувашской республике (24,7%), Республике Татарстан (22,2%), Пензенской области (20,7%), Липецкой области (18,5%), Санкт-Петербурге (16,1%), Белгородской области (14,8%), Москве (14,3%), Томской области (14%) [8].

В последние годы наибольшее количество передовых инновационных технологий было разработано в Москве и Московской области. Так, эта цифра в 2017 году составила 164 в Москве, 101 в Московской области, 130 в Санкт-Петербурге и 122 в Челябинской области. Наибольший рост с 2008 года продемонстрировали Белгородская область, Челябинская область, Республика Татарстан, Новгородская область, Республика Калмыкия. Существенное снижение по сравнению с другими субъектами РФ продемонстрировала Нижегородская область, где количество разработанных передовых инновационных технологий сократилось по сравнению с 2008 годом в 2,5 раза (таблица 5).

Таблица 5 – Разработанные передовые производственные технологии по субъектам Российской Федерации

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
РФ	854	897	864	1138	1323	1429	1409	1398	1534	1402
Белгородская	12	10	10	13	19	12	10	33	51	37
Калужская	27	32	26	34	42	65	29	45	38	46
Московская	71	55	66	123	68	101	70	68	109	101
Ярославская	9	5	5	8	18	29	37	20	34	29
Москва	153	197	205	174	173	197	205	259	206	164
Новгородская	1	2	4	4	13	23	23	25	33	28
Санкт-Петербург	89	155	127	190	259	218	229	160	153	130
Калмыкия	-	-	-	-	-	-	-	-	31	32
Краснодарский край	10	8	6	16	16	4	10	35	16	25
Татарстан	9	15	17	16	46	24	37	58	64	57
Пермский край	15	17	15	25	18	14	20	24	33	33
Нижегородская	73	64	37	47	67	64	76	64	61	30
Самарская	30	23	19	26	19	21	33	25	33	25
Свердловская	27	38	52	86	74	71	59	90	99	85
Тюменская	13	13	11	9	8	17	27	22	34	29
Челябинская	17	37	37	49	56	73	96	92	121	122
Красноярский край	13	18	6	33	38	24	26	19	35	31
Новосибирская	23	29	23	53	31	26	30	23	30	33

Источник: Составлено автором по материалам: Федеральная служба государственной статистики РФ, официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

Отраслевые особенности инновационной деятельности РФ

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики РФ, наибольшая инновационная активность организаций в 2017 г. наблюдалась в обрабатывающих производствах: производство табачных изделий (47,1%), производство кокса и нефтепродуктов (24,4%), производство лекарственных средств и материалов.

применяемых в медицинских целях (33,3%), производство компьютеров, электронных и оптических изделий (32,9%), производство электрического оборудования (25,7%), производство химических веществ и химических продуктов (22,1%), металлургическое производство (20,2%) [8].

Кроме того, компанией РБК был составлен рейтинг российских компаний, занимающихся разработкой и производством уникальных технологических продуктов и технологий. Ранжирование происходило при учете трех показателей: выручка, диверсификация и рентабельность. Так, в пятерку самых высокотехнологичных российских компаний попали: MailRu Group, «Яндекс», Казанский вертолетный завод, Компания «Сухой», Улан-Удэнский вертолетный завод (таблица 6).

Таблица 6 – Рейтинг высокотехнологичных компаний РФ (по версии РБК, 2015 г.), фрагмент рейтинга

<i>№ в рейтинге</i>	<i>Компания</i>	<i>Отрасль</i>
1	MailRu Group	IT
2	«Яндекс»	IT
3	Казанский вертолетный завод	Авиационная промышленность
4	Компания «Сухой»	Авиационная промышленность
5	Улан-Удэнский вертолетный завод	Авиационная промышленность
6	Корпорация «Иркут»	Авиационная промышленность
7-8	«Метровагонмаш»	Железнодорожное машиностроение
7-8	Уфимское моторостроительное производственное объединение	Авиационная промышленность
9	«Роствертол»	Авиационная промышленность
10	Завод имени В.А. Дегтярева	Производство оружия
11	ПК «Новочеркасский электровозостроительный завод»	Железнодорожное машиностроение
12	«Уральская большегрузная техника – Уралвагонзавод»	Железнодорожное машиностроение
13	ПО «Севмаш»	Судостроение
14	Корпорация «МИТ»	Производство оружия
15	Центральное конструкторское бюро морской техники «Рубин»	Судостроение

Источник: составлено автором по материалам РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/05/5716c2249a79472b85254179>

В данном рейтинге представлены преимущественно такие сферы производства, как IT, авиационная промышленность, железнодорожное машиностроение, производство оружия, судостроение, космическая отрасль, автомобильная промышленность, радиотехническая отрасль, нефтегазовое машиностроение и энергетическое машиностроение.

В ходе исследования основных векторов и особенностей развития инновационной деятельности в РФ автором были выделены важнейшие направления, среди которых: определение технологических приоритетов развития российской экономики, расширение инновационной инфраструктуры, стимулирование создания малых инновационных предприятий, организация информационной поддержки инновационных процессов, активизация принятия мер по защите патентного и авторского права и пересмотр системы налогообложения деятельности компаний в сфере инноваций.

Были также определены региональные аспекты в области инновационной деятельности в РФ, выделены субъекты с наибольшим количеством передовых инновационных технологий (Москва, Московская область, Санкт-Петербурге, Челябинская область) и субъекты с наибольшим показателем инновационной активности (Чувашская республика, Республика Татарстан, Пензенская область, Липецкая область, Санкт-Петербург, Белгородская область, Москва, Томская область).

Выделены отраслевые особенности развития инновационной деятельности, где определены сферы производства с наибольшим процентом инновационной деятельности (производство табачных изделий, производство кокса и нефтепродуктов, фармацевтика, IT, производство химических продуктов и металлургия).

Также выделены проблемы, препятствующие дальнейшему активному развитию деятельности компаний в инновационной сфере в России: недостаточность финансирования НИОКР со стороны государства, несовершенство системы защиты интеллектуальной собственности, несовершенство инвестиционного законодательства и пр.

Литература

1. Bloomberg Innovation Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-22/south-korea-tops-global-innovation-ranking-again-as-u-s-falls>
2. Сказочкин, А. В. О состоянии инноваций в Российской Федерации / А. В. Сказочкин, С. В. Кумакова, Е. П. Константинова [и др.] // Электронный научно-исследовательский журнал «Экономические исследования и разработки»/ 26/10/2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://edrj.ru/article/22-03-16#sdfootnote1sym>.
3. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (Распоряжение от 8 декабря 2011 г. № 2227-р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: government.ru
4. Введение в инноватику: учебное пособие / А. Н. Асаул, В. В. Асаул, Н. А. Асаул, Р. А. Фалтинский – СПб: АНО ИПЭВ, 2010. – 280 с.
5. Балашова, Е. С. Проблемы правового регулирования инновационной деятельности в России / Е. С. Балашова, О. И. Гнездилова // Инновационная наука. – № 3. – 2016. – С. 62–67.
6. Богомолова, И. С. Инновационный и проектный менеджмент: учебное пособие / И. С. Богомолова, С. В. Гриненко, Е. С. Едалова, Е. К. Задорожня [и др.] – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. – 181 с.
7. Современные тренды инновационного развития экономики: коллективная монография / Я. В. Коженко, А. В. Катаев, Т. М. Катаева, Н. В. Лихолегова, Е. Л. Макарова, Л. В. Шаронина; под ред. Я. В. Коженко. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. – 108 с.
8. Федеральная служба государственной статистики РФ, официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
9. Статистика науки и образования. Выпуск 4. Инновационная деятельность в Российской Федерации. Инф.-стат.мат. – М.: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2017. – 92 с.
10. РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/05/5716c2249a79472b85254179>

Гапанович Т. В., студентка 4-го курса,
Горчанюк Н. А., студентка 4-го курса,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Строительный комплекс Республики Беларусь занимает одну из ведущих позиций в структуре национальной экономики, обеспечивает ее устойчивость и социальную направленность, способствует развитию производственного потенциала страны, реализации важнейших социальных и экономических проектов. На сегодняшний день это один из наиболее динамично и успешно развивающихся секторов экономики [1].

Комплекс включает совокупность предприятий, объединений и организаций, деятельность которых направлена на создание, реконструкцию и освоение объектов производственного и непроизводственного назначения. Продукцией строительного комплекса считаются полностью завершенные строительством и сданные в эксплуатацию здания и сооружения, производственные мощности, объекты социальной инфраструктуры.

Строительный комплекс объединяет подрядные и специализированные строительные организации, предприятия промышленности строительных материалов и строительной индустрии, проектно-изыскательские, конструкторско-технологические и научно-исследовательские организации, строительные фирмы, биржи и другие формирования, специализирующиеся в области строительства (независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности), включая отраслевые органы управления [2].



Рисунок 1 – Валовой внутренний продукт по видам экономической деятельности

Так, удельный вес строительства в структуре ВВП за 2016 год снизился до 3,7 % (в 2010 году он составлял 9,4 %) [3].

Инвестиции в основной капитал в 2017 г. по сравнению с 2016 г. в сопоставимых ценах увеличились на 22,5 % (годом ранее увеличились на 1,4 %) (табл. 1). При

этом инвестиции в строительные-монтажные работы в 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличились на 504,1 миллионов рублей, а годом ранее снизились на 1501,2 миллионов рублей.

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал в Республике Беларусь в 2015–2017 гг.

Год	Миллионов рублей (в фактически действовавших ценах)		В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)
	Инвестиции в основной капитал	В том числе строительные-монтажные работы	Инвестиции в основной капитал
2015	20715,2	11275,4	81,2
2016	18710,0	9774,2	82,6
2017	21033,7	10278,3	105,1

Источник: собственная разработка на основе [3]

В 2017 году в Республике Беларусь введено в эксплуатацию 3792,8 тыс. кв. м жилых домов, это на 491,9 тыс. кв. м меньше чем в 2016 г. Количество жилых домов за 2015–2017 гг. снижается на 3,4 тыс. ед. (рис. 2) [3].

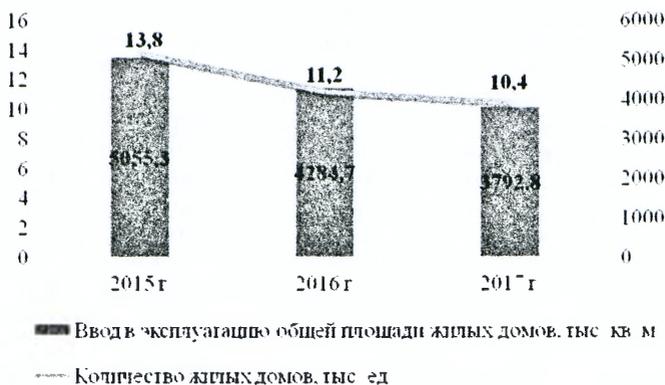


Рисунок 2 – Ввод в эксплуатацию жилых домов в Республике Беларусь

Проблемы в строительной сфере можно разделить на:

- проблемы макроуровня (в масштабе всей отрасли),
- микроуровня (в рамках конкретного предприятия).

Также в строительной отрасли есть ряд общих проблем, свойственных любой национальной экономике. К ним можно отнести вопросы повышения эффективности управления инвестиционными проектами, оптимизации различных процессов в строительстве. Перечень таких проблем включает и вопросы, касающиеся проведения конкурсных процедур, нормирования труда, организации строительных работ.

Еще одна проблема, характерная для строительной отрасли Беларуси – это уровень развития экономических подходов в сфере управления инвестиционными проектами, в том числе предусматривающими привлечение внешних кредитов. Сегодня проводится реконструкция крупных предприятий, и для проведения таких строитель-

ных работ обычно привлекаются связанные внешние кредиты, при этом в качестве генерального подрядчика выступают, как правило, иностранные компании. Проблемы появляются на уровне взаимодействия отечественных заказчиков и строительных компаний с иностранными инвесторами. Поэтому важно еще на стадии разработки тщательно согласовать условия заключаемых международных контрактов, чтобы впоследствии избежать возможных недоразумений.

Актуальны сегодня в строительной сфере и проблемы управления финансовыми ресурсами. В условиях высокой инфляции любая ошибка топ-менеджера может привести к непоправимому ущербу для компании.

Требуют решения и вопросы ресурсосбережения. Любая деятельность той или иной строительной организации, направленная на снижение издержек, стоимости выполненных работ и не ухудшающая при этом качественных характеристик объекта, должна всячески поддерживаться [4].

Стратегической целью развития строительства является внедрение современных архитектурно-планировочных решений исходя из критериев энергоэффективности, ресурсоэкономичности и экологической безопасности, а также удовлетворение потребности граждан в доступном и комфортном жилье в соответствии с их индивидуальными запросами и доходами.

Основными направлениями развития строительного комплекса являются:

- возведение зданий и сооружений любых типов с обязательным использованием эффективных проектов, обеспечивающих снижение стоимости строительства объектов за счет снижения затрат на всех стадиях инвестиционно-строительного цикла (предпроектная стадия, инженерные изыскания, проектирование, производство строительно-монтажных работ) и сокращения потребления ресурсов;
- государственное регулирование стоимости строительства жилья, осуществляемого с государственной поддержкой, особенно в сельскохозяйственных организациях;
- формирование «зеленого» строительства, базирующегося на энергосбережении, внедрении экологических «зеленых» и ресурсосберегающих технологий, возобновляемых и альтернативных источниках энергии, современных местных строительных материалах, эффективных технологиях переработки отходов при минимизации отведения под строительство ландшафтно-рекреационных территорий в населенных пунктах [5].

Литература

1. Present5 [Электронный ресурс] // Строительный комплекс Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://present5.com/stroitelnyj-kompleks-stroitelnyj-kompleks-respubliki>. – Дата доступа: 28.10.2018.
2. Хелпикс.Орг. [Электронный ресурс] // Национальный строительный комплекс Республики Беларусь. 2014-2018. – Режим доступа: <https://helpiks.org/6-86435.html> – Дата доступа: 28.10.2018.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. 1998-2018. – Дата доступа: 28.10.2018.
4. Профессиональные и бизнес-коммуникации в строительстве. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cnb.by/servisv/mneniya/specificheskie-problemy-stroitel-noj-otrasli-belarusi.html> – Дата доступа: 28.10.2018.
5. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экон. бюл. НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 4. – С. 100.

Гурикова Г. В., аспирант,
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
г. Горки, Республика Беларусь

ИНСТИТУТ БИРЖЕВЫХ БРОКЕРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одним из эффективных механизмов сбытовой деятельности различных видов продукции является биржевая торговля. В Республике Беларусь в настоящее время осуществляет свою деятельность единственная товарная биржа – ОАО «Белорусская универсальная торная биржа» (далее БУТБ), которая имеет ряд преимуществ, для реализации товаров с помощью созданных биржевых механизмов и институтов. К таким институтам и механизмам относятся: ценообразование, биржевая логистика, биржевые брокеры, арбитраж и др.

Деятельность участников биржевого рынка строго регламентирована соответствующим законодательством Республики Беларусь, а биржевые отношения начинаются только после аккредитации их на бирже. В Законе Республики Беларусь «О товарных биржах» закреплены основные определения и положения, касающиеся аккредитации участников биржевой торговли, возникновения прав и обязанностей.

Так, участник биржевой торговли – это юридическое лицо Республики Беларусь, иностранное, международное юридическое лицо (организация, не являющаяся юридическим лицом) или физическое лицо, аккредитованные товарной биржей в качестве посетителей биржевых торгов и (или) биржевых брокеров. Аккредитация – предоставление товарной биржей юридическим лицам Республики Беларусь, иностранным и международным юридическим лицам (организациям, не являющимся юридическими лицами) и физическим лицам прав на участие в биржевых торгах и заключение биржевых сделок в качестве посетителей биржевых торгов или биржевых брокеров на основании договоров на биржевое обслуживание [1].

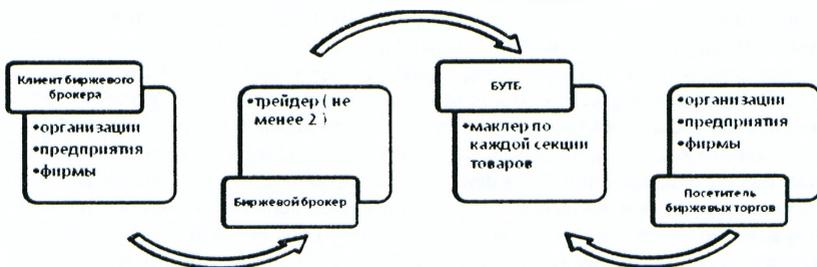


Рисунок 1 – Участники биржевой торговли

Участниками биржевых торгов являются посетители биржевых торгов, биржевые брокеры, клиенты биржевых брокеров, трейдеры, маклеры, а их взаимоотношения – многоуровневыми и сложными (рисунок 1).

Мировая практика показывает, что брокеры являются основными операторами биржевой торговли. В Республике Беларусь в настоящее время ситуация складывается несколько иначе: биржа готовит поле для деятельности, а брокеры ограничиваются

лишь оказанием непосредственных услуг своим клиентам. При этом БУТБ заинтересована в усилении позиций и влияния брокеров на рынке и привлечение их к совместно решению задач развития организованного биржевого рынка.

Биржевой брокер – участник биржевой торговли, оказывающий клиентам посреднические услуги по совершению биржевых сделок [1].

Биржевые брокеры совершают биржевые сделки по следующим схемам:

- от имени клиента и за его счет;
- от имени клиента и за свой счет;
- от своего имени за счет клиента.

Клиент биржевого брокера – юридическое лицо Республики Беларусь, иностранное, международное юридическое лицо (организация, не являющаяся юридическим лицом) или физическое лицо, желающие продать и (или) купить биржевой товар без своего участия в биржевых торгах и заключившие с биржевым брокером соответствующие договоры на оказание посреднических услуг [1].

Таким образом, биржевые брокеры наделяются широкими полномочиями для совершения биржевых сделок, и именно от них зависит результат сделки, а именно – конечная цена реализации и условия поставки.

В настоящее время на товарной бирже аккредитовано 46 биржевых брокеров, в том числе 7 иностранных: из России, Украины, Казахстана, Польши, Латвии, Литвы, Турции. Они являются активными участниками биржевого рынка и помогают расширять географию биржевой торговли, стимулировать дальнейшее развитие товарной биржи.

Для более удобного выбора клиентами биржевого брокера БУТБ применяет рейтинг деловой активности биржевых брокеров, где отображается рейтинг по объему сделок, по количеству клиентов и по количеству сделок.

Исследования показали, что услуги биржевых брокеров в Республике Беларусь мало востребованы и клиенты предпочитают совершать сделки самостоятельно. За 2016 и 2017 годы по секции сельхозпродукции биржевыми брокерами заключено всего около 2 % сделок. Данная ситуация обусловлена тем, что институт биржевых брокеров неустойчив. Для успешной работы биржевому брокеру требуется устойчивое финансовое положение, необходимое для обеспечения исполнения обязательств по биржевым сделкам, а также наличие профессионального штата работников, имеющих необходимый уровень подготовки и опыт работы по выбранному направлению. Кроме того, список аккредитованных биржевых брокеров постоянно меняется.

В Правилах биржевой торговли строго регламентированы функции биржевых брокеров, их права и обязанности, ответственность перед клиентом и биржей [2].

Однако исследования показали, что в законодательстве и нормативно-правовых актах биржи недостаточно регламентированы правовые отношения, касающиеся ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств со стороны клиентов в отношении биржевых брокеров. Правовые и экономические отношения, возникающие между тремя субъектами – клиент-брокер-биржа имеют сложную структуру, требующую нормативного регулирования. Практика показывает, что имеют место случаи дискредитации клиентами биржевых брокеров, в том числе и финансовой. Это связано с тем, что в нормативно-правовых документах биржи предусмотрены меры ответственности участников биржевой торговли только в отношении обязательств, возникающих по отношению к биржей. В целях защиты интересов клиентов в Законе Республики Беларусь «О товарных биржах» ст. 21 содержатся существенные условия, которые необходимо закреплять в договоре на оказание посреднических услуг. Несоблюдение данного условия позволяет считать такой договор не-

действительным. Однако клиент также несет определенную ответственность и обязательства перед биржевым брокером, которая нигде не регламентирована. В этой связи необходимо внести изменения в законодательство Республики Беларусь, которые бы предусматривали такую ответственность.

Ввиду того, что институт брокерства в Республике Беларусь только развивается, положения ответственности, прав и обязанностей клиента и брокера могут меняться, что влечет за собой изменение и существенных условий договора. вида договора. Поэтому целесообразно в основном Законе о биржах закрепить положение биржевых брокеров, а непосредственно права и обязанности, меры ответственности клиентов закрепить в Правилах биржевой торговли.

Кроме того, для повышения статуса биржевых брокеров можно ввести особую систему преференций для биржевых брокеров посредством введения инструментов страхования и поощрения биржевых брокеров.

Литература

1. О товарных биржах: Закон Респ. Беларусь, от 05.01.2009 г. № 10-3: с изм. и доп.: текст по состоянию на 17.07.2012 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
2. ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://butb.by/>. – Дата доступа: 11.08.2018.

УДК 338.45

Дашкевич Т. В., магистр экономических наук,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Топливо-энергетический комплекс объединяет в себе различные производства, которые занимаются добычей важнейших для государства ресурсов. Предприятия данной сферы осуществляют также их переработку, преобразование и доставку потребителям.

Топливо-энергетический комплекс является основной базой для функционирования всех секторов народного хозяйства Республики Беларусь. В его состав входят:

- топливная промышленность (нефтяная, газовая, угольная, сланцевая, торфяная);
- электроэнергетика [1].

Также к этой сфере относится производственная инфраструктура, включающая магистральные высоковольтные линии и трубопроводы.

От степени развития топливно-энергетического комплекса зависят масштабы и основные показатели общественного производства, в первую очередь промышленности.

В Республике Беларусь около 85% энергоресурсов импортируются. Органом государственного управления, регулирующим энергетическую политику страны, является Министерство энергетики.

По состоянию на 1 января 2018 года в систему Министерства энергетики входят 78 организаций с численностью работающих более 95 тыс. чел. [2].

Министерству энергетики Республики Беларусь подчиняются следующие организации:

1. Государственное производственное объединение электроэнергетики «Белэнерго». К основной функции данной организации относится управление деятельностью электроэнергетического комплекса, который включает электростанции, котельные, электрические и тепловые сети.
2. Государственное производственное объединение по топливу и газификации «Белтопгаз». К задачам организации относятся обеспечение природным и сжиженным газом; эксплуатация распределительной газовой сети и объектов газоснабжения; добыча торфа и производство топливных брикетов.
3. Республиканское унитарное предприятие «Белорусская атомная электростанция». Данная организация занимается обеспечением сооружения и ввода в эксплуатацию атомной электростанции.

Топливо-энергетические ресурсы страны формируются из различных источников (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Источники формирования топливно-энергетических ресурсов (тыс. тонн условного топлива, в угольном эквиваленте)

Источники	2017 год
Производство (добыча)	5665
в том числе:	
торф топливный	654
нефть	2360
газ природный попутный	338
возобновляемые энергетические ресурсы	2271
невозобновляемые отходы	42
Импорт	51750
в том числе:	
нефть	25926
газ горючий природный	21866
Экспорт	20456
Валовое потребление топливно-энергетических ресурсов	36851

Исходя из таблицы видно, что валовое потребление топливно-энергетических ресурсов составляет почти 37 млн тонн угольного эквивалента, или 26 млн тонн нефтяного эквивалента, или 1,1 эксаджоулей (10^{18} джоулей).

Структура валового потребления представлена на рисунке 1 [3].

Энергетическая самостоятельность Республики Беларусь составляет всего 15 %. Также можно отметить, что страна обеспечена собственными энергоресурсами для биотоплива и отходов на 102 %, а для природного газа – 2 %.

На долю конечного потребления приходится 71 % топливно-энергетических ресурсов, из которых 45 % – доля организаций, а 26 % идет на нужды населения страны.

Распределение топливно-энергетических ресурсов по секторам экономики представлено на рисунке 2 [3].

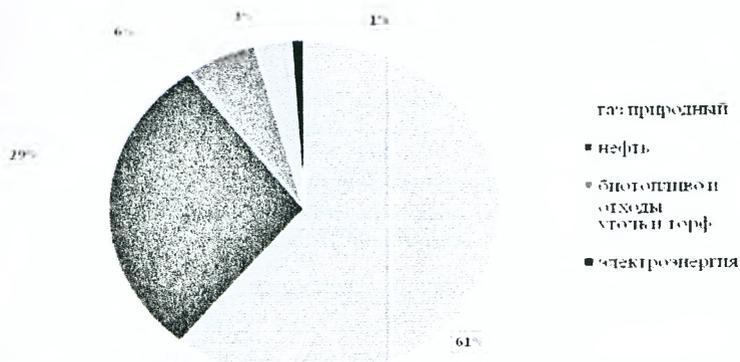


Рисунок 1 – Структура валового потребления топливно-энергетических ресурсов Республики Беларусь в 2017 году

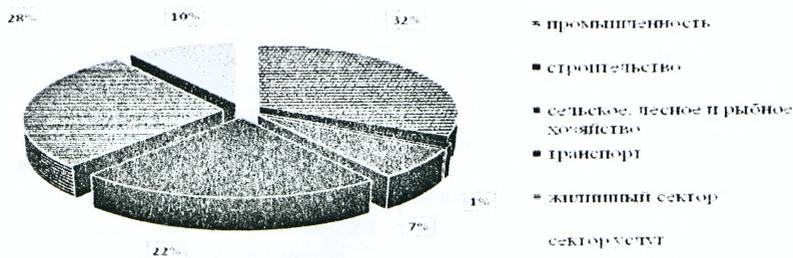


Рисунок 2 – Структура конечного потребления топлива и энергии по секторам, 2017 год

В структуре конечного потребления топливно-энергетических ресурсов Республики Беларусь большая доля приходится на промышленность – 32 %.

Электроэнергетика

Основными документами, регламентирующими дальнейшее развитие энергетики Республики Беларусь, являются [4]:

- концепция энергетической безопасности Республики Беларусь;
- комплексный план развития электроэнергетической сферы до 2025 года;
- Государственная программа «Энергосбережение» на 2016–2020 гг.;
- отраслевая программа развития электроэнергетики на 2016–2020 гг.

Одной из важнейших задач развития электроэнергетической отрасли является повышение эффективности энергетического производства за счет внедрения новейших технологий [5].

Газовая отрасль

Газотранспортная система Республики Беларусь включает в себя сеть газопроводов, газораспределительные и компрессорные станции, автомобильные газонаполнительные компрессорные станции [4].

По трубопроводам, проходящим по территории Республики Беларусь, российский природный газ поставляется в Польшу, Украину, Литву, Калининградскую область Российской Федерации.

Одним из важнейших направлений деятельности ОАО «Белтрансгаз» является внедрение современного и эффективного газоперекачивающего оборудования, а также модернизация систем, срок эксплуатации которых достиг определенного нормативного уровня.

К основным функциям ГПО «Белтопгаз» относятся:

- перевод газовых котлов и технологических топок на местные виды топлива;
- замена технологических топок и реконструкция топочно-сушильных агрегатов;
- модернизация оборудования брикетных цехов;
- замена устаревших и неэффективных котлов;
- повышение эффективности работы систем теплоснабжения;
- внедрение частотных преобразователей и устройств плавного пуска электродвигателей;
- реконструкция теплотрасс;
- установка котлов местного отопления [5].

В рамках Программы социально-экономического развития планируется обеспечение газом потребителей в необходимых объемах. Также планируется изменение подходов к решению задач газификации населенных пунктов Республики Беларусь из-за деятельности белорусской АЭС и роста электропотребления в стране.

Для нефтепереработки основными задачами выступают эффективное производство важнейших видов нефтепродуктов и сырья, а также рост экспорта. Для этого рассматриваются инвестиционные проекты, направленные на улучшение качества выпускаемой продукции и соответствия его требованиям стран Европейского союза.

Атомная промышленность

На данный момент в Республике Беларусь действует Программа социально-экономического развития на 2016–2020 гг. В рамках этой Программы основным мероприятием в развитии энергосистемы будет ввод в эксплуатацию белорусской АЭС мощностью около 2400 мегаватт [6].

Благодаря работе АЭС и использованию энергоснабжающими организациями местных ресурсов, к 2020 г. планируется снижение использования природного газа не менее чем на 1,7 млн тонн условного топлива.

Торфяная промышленность

Развитие данного направления осуществляется в соответствии с Государственной программой «Торф» на 2008–2010 годы и на период до 2020 года. В рамках программы значительно увеличился объем добычи и переработки торфа.

Особое значение для торфяной отрасли имеет рост производства в Республике Беларусь кускового торфа. С 2015 года были реализованы проекты по использованию торфяной сушенки в качестве топлива на цементных заводах [4].

Для обеспечения энергетической стабильности и безопасности Республики Беларусь необходимо повышать надёжность и эффективность деятельности отраслей Министерства энергетики, так как от их стабильной работы зависит развитие экономики страны и рост благосостояния населения.

Литература

1. Топливо-энергетический комплекс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://knigi.link>.
2. Топливо-энергетический комплекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minenergo.gov.by>
3. Статистические данные о результатах деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>
4. Шенец, Л. В. Перспективы развития топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь: доклад, 2016.
5. Озерец, А. В. Топливо-энергетический комплекс Беларуси: надежность и эффективность [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gate.belta.by>
6. Программа социально-экономического развития 2016–2020 годы.

УДК 330.341.12

Додонов О. В., к. э. н., доцент, старший научный сотрудник,
УО «Полоцкий государственный университет»,
г. Новополоцк, Республика Беларусь

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ В СФЕРЕ ТРУДА» И ПОДХОДЫ К ЕЕ ОЦЕНКЕ

На современном этапе постиндустриального развития общества вновь созданная стоимость определяется не столько физическими ресурсами, сколько знаниями, которые проявляются в новых продуктах, технологиях, навыках, отношениях с потребителями. В XXI веке знания становятся доминирующим средством достижения высоких социально-экономических результатов. Традиционные факторы (земля, труд и капитал) в современной экономике действуют только при условии эффективного использования знаний. Знания проявляются в навыках и умениях людей и закрепляются в инновациях во всех их проявлениях. Именно они во многом определяют конкурентоспособность организаций, стран и регионов, выступают ключевым ресурсом развития экономической системы любого уровня.

Степень проявления знаний в процессе внедрения инноваций можно характеризовать как проявление инновационной активности работников, поскольку именно они (работники) являются наиболее ценным ресурсом среди других, обеспечивают инновационное развитие любого предприятия (организации, учреждения), региона, отрасли, национальной экономики в целом.

Принципиальным отличием от активности человека в общем является то, что в трудовой активности четко прослеживается внутренняя составляющая сферы труда, а именно – человек труда и его деятельность, направленная на достижение результатов труда (в том числе – и инновационного (творческого)). Творческий (инновационный, интеллектуальный характер) трудовой деятельности проявляется в ее характеризующих качествах, а именно:

- в качестве и количестве выполненной работы, дисциплинированности участников трудового процесса, характере труда [1];
- профессионализме и значимости труда [2];

- ценностных ориентациях, профессиональных знаниях и навыках, образовании, интеллектуальных, психических и физических возможностях человека и вытекающих отсюда установок к труду, а так же в потребностях работника [3].

Таким образом, критериями оценки и измерения трудовой активности можно считать:

с одной стороны – достигнутый уровень производительности труда или объема выполненной работы в единицу времени, где: показатели, характеризующие качество и количество выполненной работы; показатели использования оборудования, овладение передовыми методами и приемами труда; сроки и степень освоения новой технологии, видов продукции; соблюдение норм и правил внутреннего распорядка, технологической и трудовой дисциплины; участие работников в рационализаторстве, изобретательстве, совершенствовании организации производства и труда и т. д. [1];

с другой – уровень продуктивности работы, мотивационный тип работника, а так же прямые показатели (качество работы, ее количество, степень участия в модернизации и инновационной деятельности, степень участия в процессе управления производством) и непрямые (рост и стабильность продуктивности, степень удовлетворенности работой) [4].

Рассматривая же трактовку понятия «активность инновационная» как «... - характеристика социального поведения человека и организации в сферах инновационной деятельности, выражающаяся в параметрах интенсивности, скорости реакции, многообразии, частоте и объемах работ, связанных с инновационной деятельностью» [5, с. 117], можно выделить некоторые проблемы такой трактовки: отчасти в ней можно выделить возможность реализации потенциала человека, но при этом упускаются такие важные моменты, как потребности и интересы человека – с одной стороны, и цель осуществления инновационной деятельности – с другой; при отсутствии как этих моментов, так и такого важного, как необходимость осознания внешнего воздействия на человека посредством выбора форм и методов стимулирования, нельзя признать такую трактовку и по признаку формы самовыражения и самоутверждения; так же в такой трактовке не выдержаны и важные моменты, определяющие инновационную активность как психологическое понятие, поскольку отсутствуют мотивы и необходимость выбора стимулов с учетом потребностей и интересов человека осуществлять инновационную деятельность.

Очевидно, что для инновационной активности применительно к сфере труда, где активным субъектом является человек (личность, люди, трудовые коллективы), должны быть присущи выделенные однородные признаки активности вообще и трудовой активности – в частности. Понятным является и то, что «инновационная активность» как понятие должно отличаться от понятий «активность» и «трудовая активность», хотя бы потому, что существуют различия между: результатами простого и сложного, неквалифицированного и квалифицированного, физического и умственного труда; субъектами трудовой деятельности вообще и инновационной деятельности – в частности; инновационным трудом и трудом – как целенаправленной деятельности человека, направленной на получение конкретного результата с целью удовлетворения собственных и общественных потребностей.

Для определения самого понятия «инновационная активность в сфере труда» должны быть так же, как и при определении понятий «активность» и «трудовая активность», выделены ее характеризующие качества, свойства проявления, условия повышения, критерии оценки и измерения.

Исходя из вышеизложенного, можно считать, что:

к характерным качествам инновационной активности в сфере труда относятся: стремление и желание человека (личности, людей, трудовых коллективов) существенно улучшать структуру и качество производства и (или) социальной сферы на основе инноваций (вновь созданных и (или) усовершенствованных конкурентоспособных технологий, продукции или услуг, а так же организационно-технических решений производственного, административного, коммерческого или другого характера);

к свойствам проявления инновационной активности в сфере труда относятся: способность человека (личности, людей, трудовых коллективов) к инновациям и творческой деятельности, направленной на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок;

к условиям повышения инновационной активности в сфере труда относятся: воздействие на человека (личность, людей, трудовые коллективы) для формирования у него (них) потребностей к инновационной деятельности (т. е. – внешнее воздействие посредством стимулов) на основе: принятия соответствующих организационно-технических решений производственного, административного, коммерческого или другого характера, которые улучшают структуру и качество производства и (или) социальной сферы; формирование инновационной инфраструктуры производства и предпринимательства в рамках реализации инновационных программ и проектов; обеспечение доступа к получению новых знаний и интеллектуальных продуктов; формирование устойчивых мотивов к рациональному использованию сырьевых ресурсов (средств их добычи и переработки) и производственного оборудования, совершенствованию технологических процессов, увеличению объема производства и реализации качественной продукции на потребительском рынке;

к критериям оценки и измерения инновационной активности в сфере труда относятся: выпущенные на рынок новые конкурентоспособные товары и услуги, результаты научных исследований и (или) научно-исследовательских разработок (инновационные продукты).

С учетом этих элементов возможно дать трактовку самого понятия «*инновационная активность в сфере труда*» на основе выделенных признаков, присущих «активности» и «трудовой активности»:

- как особый вид деятельности человека (личности, людей, трудового коллектива) характеризуется творческими способностями и потребностями к улучшению структуры и качества производства и социальной сферы посредством внедрения инноваций;
- как возможность реализации потенциала человеком (личностью, людьми, трудовыми коллективами) базируется на творческих способностях (преимущественно умственном труде), и создании условий их реализации с целью достижения поставленных целей инновационного развития как отдельного предприятия, так и общества в целом посредством развития устойчивых мотивов к изготовлению и реализации на рынке новых конкурентоспособных товаров и услуг, материализации результатов НИ и НИР в виде готовой инновационной продукции и услуг;
- как форма самовыражения и самоутверждения человека (личности, людей, трудового коллектива) заключается в стремлении к внедрению инноваций посредством мобилизации интеллектуального потенциала на основе сформированных внутренних мотивов к улучшению структуры и качества производства и социальной сферы, повышению эффективности и продуктивности труда, увеличению объема реализации и повышению качества продукции и услуг под внешним воздействием материальных и моральных стимулов в процессе соответствующих проводимых

организационно-технических решений при сформированной инновационной инфраструктуре, в рамках реализации инновационных программ и проектов, на основе доступа к получению новых знаний и интеллектуальных продуктов;

- как психологическое понятие характеризует творческий потенциал и умственные способности в процессе инновационной деятельности, ценностные ориентиры работника, формирующие его отношение к такой деятельности, его потребности и интересы к улучшению структуры и качества производства и социальной сферы на основе инноваций [6, с. 105–110].

Очевидно, что обоснованная экономическая категория «инновационная активность в сфере труда» требует разработки соответствующей методики ее оценки на любом уровне экономики. В то же время, следует отметить, что анализируя систему статистических показателей по инновационной деятельности, приведенных в сборниках «Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь», издаваемых Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь на протяжении последних лет (в частности в 2016 г. [7]), можно лишь поверхностно оценить отдельные показатели по 6 основным разделам сборника («1. Оценка уровня технологического развития отраслей экономики»; «2. Индикаторы науки и инновационного развития»; «3. Организации и кадровый потенциал»; «4. Подготовка кадров»; «5. Экономические показатели научной деятельности»; «6. Инновации»), так или иначе связанных с инновационной активностью в сфере труда. В частности же не возможно определить причины и последствия изменения инновационной активности в сфере труда, ее влияние на общее развитие экономики на интенсивной основе – на инновационное развитие Республики Беларусь в целом и отдельного региона.

С учетом данной практической проблемы, на основе содержания статистических данных, приведенных в сборниках «Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь», и данных официального сайта Интернет-ресурса Белстата [7, 8], перспективным направлением дальнейших научных исследований можно считать отбор показателей, позволяющих дать оценку уровня инновационной активности в сфере труда Республики Беларусь на различных уровнях экономики. При этом отобранные показатели необходимо сгруппировать с их разделением на причинные и следственные в соответствии с характеристикой инновационной активности в сфере труда.

Исходя из этого, проведена следующая группировка:

- ✓ к показателям, непосредственно характеризующим сферу инновационного труда, отнесены: списочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки (включая тех, кто имеет научную степень и исследователей); структура персонала, занятого научными исследованиями и разработками (по категориям); затраты, связанные с технологическими инновациями, на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала;
- ✓ к показателям, определяющим факторы, влияющие на инновационный труд, отнесены: численность обучающихся в учреждениях среднего специального и высшего образования на 10 000 человек населения; номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в образовании региона; номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в науке и научном обслуживании региона; соотношение зарплаты в образовании к средней по региону; соотношение зарплаты в науке к средней по региону; число организаций, выполнявших научные исследования и разработки; число организаций, осуществляющих технологические инновации; удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе организаций; затраты на исследование и разработку новых продук-

тов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов в затратах на технологические инновации; затраты на производственное проектирование, другие виды подготовки производства для выпуска новых продуктов, внедрения новых услуг или методов их производства (передачи) в затратах на технологические инновации; затраты на маркетинговые исследования, связанные с технологическими инновациями;

- ✓ к следственным показателям, характеризующим результат инновационного труда, отнесены: объем выполненных научно-технических работ; инновационная продукция в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг) собственного производства в фактических отпускных ценах (за вычетом налогов и сборов, исчисляемых из выручки);
- ✓ к причинным показателям и факторам, влияющим на уровень инновационного развития в целом, которые могут рассматриваться в качестве опосредованно относящихся к сфере труда, отнесены: внутренние затраты на научные исследования и разработки; внутренние текущие затраты на научные исследования и разработки; затраты в приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями; затраты на технологические инновации в приобретение новых и высоких технологий; затраты на технологические инновации в приобретение компьютерных программ и баз данных, связанных с технологическими инновациями; прочие затраты на технологические инновации;
- ✓ к следственным результирующим показателям, зависящим от результата инновационного труда и факторов, влияющих на уровень инновационного развития в целом, которые могут быть улучшены посредством повышения инновационной активности в сфере труда, отнесены: объем отгруженной продукции (работ, услуг) собственного производства в фактических отпускных ценах (за вычетом налогов и сборов, исчисляемых из выручки).

На наш взгляд, на основе приведенной группировки возможно провести анализ и оценку уровня инновационной активности в сфере труда на региональном и национальном уровнях экономики по официальным статистическим данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Литература

1. Экономический словарь / [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/odoaiaass_aeoeaiinou.html. – Дата доступа: 21.09.2018.
2. Коверзнева, И. А. Психология активности и поведения. – Минск, 2010. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://psyera.ru/trudovaya-aktivnost-250.htm>. – Дата доступа: 21.09.2018.
3. Гайворонюк, В. А. Система факторов мотивации трудовой активности персонала организации / В. А. Гайворонюк // Государственное управление. Электронный вестник. – Вып. № 10, март 2007.
4. Афонин, А. С. Мотивация труда. – К.: МАУП, 1996. – 231 с.
5. Осыка, А. П. Экономические и организационно-правовые проблемы инновационной деятельности: монография. – Донецк: ИЭПИНАН Украины, 1999. – 368 с.
6. Додонов, О. В. Інноваційна активність у сфері праці: теоретичні основи, практичні проблеми та механізми їх вирішення: монографія. – Луганськ: ТОВ «Віртуальна реальність», 2012. – 222 с.

7. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сборник / под ред. И. В. Медведева. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 142 с.
8. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/nauka-i-innovatsii>. – Дата доступа: 21.09.2018.

УДУ 338.46

Зазерская В. В., к. э. н., доцент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА КАФЕДР УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

На сегодняшний день любая организация заинтересована в повышении своей эффективности и результативности. В каждой организации есть управляемая и управляющая часть. И одной из главных функций управляющей части является создание действенных стимулов для управляемой части.

Для эффективного управления персоналом нужно знать его мотивацию. Зная, что же побуждает его к деятельности, можно будет разработать такую систему, которая эффективно бы стимулировала персонал организации. И для этого руководителю организации нужно четко знать, как возникают те или другие мотивы, какими способами мотив можно привести в действие. В настоящее время происходит постоянное повышение требований к профессиональной деятельности преподавателей вузов. В особенности это относится к преподавателям узконаправленных вузов, таких как технические университеты. К функциям преподавателя относится не только непосредственная деятельность, связанная с учебным процессом, составлением учебных программ, внедрением новых учебных курсов, а также активная научно-исследовательская, воспитательная работа. В связи с такой многообразной профессиональной деятельностью преподавателя большое значение имеет ее мотивационная составляющая.

На современном этапе в учебных учреждениях отсутствует система мотивации сотрудников, отвечающая современным требованиям, и качество работы преподавателя в большей степени зависит от внутренней мотивации. Учитывая высокие требования к профессиональной деятельности и большую нагрузку, можно говорить о необходимости изучения особенностей профессиональной мотивации преподавателей и разработки и внедрения на этой основе системы мотивации профессорско-преподавательского состава с целью повышения желания преподавателей проявить себя в учебном процессе и научно-исследовательской работе, а также повышения лояльности к работодателю.

Изучением различных сторон профессиональной деятельности преподавателей вуза занимались А. Л. Бусыгина, З. Ф. Есарева, И. Ф. Исаев, В. В. Лаптев, А. П. Тряпицина, Г. У. Матушанский, А. В. Коржув, В. А. Попков, Л. И. Романкова, Д. В. Чернилевский.

Изучению мотивов профессиональной деятельности преподавателя посвящены работы С. В. Бажановой, Н. Н. Богдана, О. Ю. Василенко, В. В. Дубицкого, З. Ф. Есаревой, Ю. Н. Клешевского, И. М. Машарова, О. М. Михалевой, Е. Б. Мудровой, И. Б. Назаровой и др.

На фоне повышенного внимания к этой проблеме особую актуальность приобретает вопрос о грамотном стимулировании педагогов к высоко результативной и эффективной деятельности, позволяющей достигать целей современной высшей школы. Именно поэтому необходимо определить систему моральных и материальных стимулов как для сохранения лучших педагогов, так и пополнения образовательных учреждений новыми кадрами. Важно побудить педагогических работников к продуктивной деятельности.

Совершенствование системы стимулирования работников УВО необходимо производить на основании анализа существующей системы стимулирования и диагностики типов трудовой мотивации профессорско-преподавательского состава кафедр.

Существующая ситуация требует серьезного внимания, так как сотрудники, считающие, что их потребности не удовлетворены и вознаграждение не является справедливым, могут выполнять свои обязанности на низком уровне, а в дальнейшем и вовсе сменить место работы, что приведет к утечке специалистов высокого уровня в другие вузы и организации. При этом, преподаватели, работающие в разных подразделениях, могут иметь различные потребности в карьерном росте и материальном вознаграждении. В связи с этим, исследование профессиональной мотивации профессорско-преподавательского состава и разработка систем мотивации являются чрезвычайно актуальными задачами.

При изучении особенностей профессиональной деятельности преподавателей структурных подразделений (кафедр) были составлены мотивационные профили преподавателей. На выпускающих кафедрах высокое значение имеет фактор, который показывает, что главной, движущей силой человека являются деньги. Также преподаватели с подобным типом мотивации плохо приспособлены к работе в команде, расценивают материальное поощрение в качестве личного достижения. Следующим по степени значимости фактором являются физические условия работы. Что также подтверждает ориентацию преподавателей на внешнюю мотивацию.

В мотивационном профиле преподавателя общепрофессиональных и гуманитарных кафедр наивысшее значение имеет такой фактор, как интересная работа. Поэтому ключевым моментом в управлении мотивацией преподавателей оказывается организация работы таким образом, чтобы сотрудники могли воспринимать ее как полезную и интересную. Следует расширить содержание должностных обязанностей или разъяснить более широкий контекст, в рамках которого конкретная работа занимает определенное положение и имеет определенный смысл.

Так как факторы высокий заработок и материальное поощрение имеют низкое значение, то мотивация данных сотрудников состоит в поощрении их уверенности, что их интересная работа – достаточная компенсация за низкий уровень заработка. Взгляды на ценности предполагаемого сотрудника должны совпадать с позицией организации.

Следующую группу факторов, которые имеют высокие и примерно одинаковые значения, составляют следующие факторы: разнообразие, креативность и самосовершенствование. Для таких сотрудников также является мотиватором возможность обучения, которое предполагает дальнейшее самосовершенствование.

Таким образом, при стимуляции профессиональной деятельности преподавателей выпускающих кафедр необходимо преобладание материальной мотивации, а также для мотивации может быть использовано улучшение условий труда. Нематериальная мотивация будет иметь меньшее значение. Для стимуляции профессиональной деятельности преподавателей общепрофессиональных и гуманитарных кафедр возможно применение нематериальной мотивации в большей степени. При этом материальная мотивация для преподавателей теоретических кафедр будет иметь меньшее значение.

С учетом вышесказанного для построения системы стимулирования нами выделены основные факторы, влияющие на мотивацию персонала кафедры:

1. Система материального стимулирования (включая заработную плату, всевозможные премирования, надбавки).

2. Способность заведующего кафедрой мотивировать ППС (умение ставить задачи, хвалить и ругать, отслеживать удовлетворенность работой преподавателя, умение правильно распределить дисциплины курсов в расписании и т. д.).

3. Особенности нормирования труда ППС (распределение учебной нагрузки кафедры).

4. Система нематериального стимулирования (система признаний и наград, трудовая мотивация и т. д.).

5. Перспективы профессионального роста (возможность учиться в аспирантуре или докторантуре с последующей защитой степени, непрерывное образование, возможность участвовать в научно-исследовательской деятельности УВО).

6. Условия и содержание труда.

7. Корпоративная культура организации.

Выявив основные факторы влияния на мотивацию ППС кафедры, необходимо составить поочередный план мероприятий для построения оптимальной мотивационной системы персонала. Он состоит из следующих этапов:

1. Оценка персонала. Предлагаем проводить оценку качества работы ППС в УВО по 4 критериям профессиональной компетентности: а) учебно-методическая работа; б) участие в организации самостоятельной работы студентов; в) научная и научно-образовательная работа; г) учебно-воспитательная работа. Сумма баллов по каждому критерию (на основе установленных единиц измерения и индикаторов показателей для каждой категории ППС) подсчитывается с учетом установленных значений показателей по каждому критерию. Данная система оценки качества работы позволяет руководству университета, факультетов и кафедр оценивать вклад каждого преподавателя в развитие университета, четко планировать работу каждого преподавателя на учебный год, учитывая его достижения за предыдущий период.

Система дает уверенность в том, что заслуги каждого будут замечены и оценены руководством, а также помогает преподавателям осознать высокий уровень требований, установленный в университете. В конце каждого учебного года приказом ректора утверждается график проведения оценки качества ППС для каждого факультета и утверждается состав комиссии. Декан факультета в обобщенном виде проводит итоги работы кафедр и оценивает работу заведующих кафедрами. По итогам заседания утверждаются суммарные баллы по каждому критерию оценки и итоговый балл для каждого преподавателя и заведующего кафедрой. В предстоящем учебном году, при установлении университетских стимулирующих доплат и надбавок, заведующий кафедрой учитывает набранные преподавателем баллы.

II. Конкурсный отбор ППС. Законодательно закреплено, что весь научно-педагогический персонал в обязательном порядке должен проходить конкурсный отбор. Порядок и процедура прохождения конкурсного отбора ППС регламентирована «Положением о конкурсном отборе на замещение должностей научно-педагогических работников». Для мотивационной системы конкурсный отбор интересен тем, что заведующий кафедрой имеет возможность формирования своей преподавательской команды, с которой ему придется работать как минимум учебный год. Как руководитель подразделения, заведующий кафедрой будет играть важную роль в применении различных методов действующей системы мотивации на ППС кафедры.

III. Система материального стимулирования ППС кафедры. В УВО применяется тарифная система оплаты труда, как единственно возможная в бюджетных учреждениях. Основополагающим документом в организации системы материального стимулирования является «Положение о премировании преподавателей и сотрудников учреждения образования», где закреплены основания и порядок установления стимулирующих доплат и надбавок, перечень выплат и источники финансирования, категории сотрудников, имеющих право получения той или иной выплаты, утвержден порядок премирования и т. д. Каждый вид выплаты имеет свое мотивационное значение и дополнительно закреплен отдельным приказом ректора.

В связи с увеличением доплат за наличие ученой степени кандидата и доктора наук разница бюджетной составляющей в заработной плате ППС в рамках одной кафедры очень сильно возросла. И в целях социальной справедливости было принято решение о материальной поддержке неостепененной категории старших преподавателей и преподавателей. Данная выплата позволила уменьшить «текучесть» кадрового состава кафедры. Переход ППС с совместительства на штатную основу также повышает заработную плату, т. к. надбавка за непрерывный стаж работы выплачивается только штатным сотрудникам.

Таким образом, вся система направлена на поощрения, в большинстве случаев, штатных преподавателей. Этот фактор объясним с позиции: штатный сотрудник более заинтересован в своем вкладе в развитие вуза, чем внешний совместитель. Однако совместитель – это носитель практической стороны теоретических знаний, а для выпускающих кафедр – это очень важная составляющая, которую нужно мотивировать на дальнейшее сотрудничество.

IV. Система материального стимулирования заведующего кафедрой. Уходя от практики одинаковой оценки труда заведующих кафедрами, предлагаем критерии расчета дополнительной оплаты труда заведующих кафедрами. Данные критерии учитывают ряд показателей, например: а) количественный и качественный состав кафедры (штатные сотрудники) б) Разовые надбавки: – при защите кандидатской диссертации сотрудником кафедры; при защите докторской диссертации сотрудником кафедры; в) единовременные надбавки за разработку и издание учебно-методических, научных работ сотрудниками кафедры (по итогам учебного года): методическая статья; методические разработки; учебное пособие с грифом; научная статья, опубликованная за рубежом, монография и т. д. Заведующий кафедрой должен обладать способностью мотивировать ППС, что проявляется в умении ставить задачи, хвалить и ругать, отслеживать удовлетворенность работой преподавателя, умении правильно распределить дисциплины курсов.

V. Система нематериального стимулирования. Деньги, безусловно, являются мощным стимулом к труду. Однако следует иметь в виду, что люди сильно различаются по своему отношению к деньгам, по своей восприимчивости к этому виду стимулов. Информирование работников по широкому кругу профессиональных и социальных вопросов, связанных с работой в УВО, является эффективным инструментом повышения их удовлетворенности работой и заинтересованности в конечных результатах, формирования у них чувства сопричастности делам организации. В работе по информированию персонала кафедры были выделены следующие задачи:

1. Обеспечение работников информацией, необходимой им для успешного выполнения порученной работы (соблюдение установленных сроков, качества и объема предоставляемой информации, формы изложения).
2. Доведение до работников целей и задач организации, целей и задач подразделений, в которых они работают.
3. Повышение заинтересованности работников в решении поставленных перед ними задач (важна взаимосвязь задач и поощрения за их выполнение).
4. Формирование у работников чувства сопричастности к работе организации, готовности разделять стоящие перед ней цели, повышение их готовности вносить свой вклад в работу компании.
5. Улучшение психологического климата в коллективе за счет своевременного информирования работников по основному кругу важных для них вопросов.
6. Повышение готовности к сотрудничеству работников разных подразделений в процессе решения общих задач.
7. В качестве канала доведения информации так же используются приказы, распоряжения и служебные записки.

Человек, связавший свою жизнь с педагогической деятельностью в вузе, по долгу службы должен повышать свою квалификацию и проходить профессиональную кадровую переподготовку. «Золотой резерв» каждого вуза составляет его кадровый состав, в том числе и профессорско-преподавательский, который диктует место вуза на рынке образовательных услуг. Одним из методов нематериального стимулирования труда является повышение квалификации ППС. Повышение квалификации ППС ведется по двум направлениям: 1) обучение в УВО, 2) обучение в других учебных организациях и учреждениях. Повышение квалификации преподавателей проводится не реже чем 1 раз в 5 лет для совершенствования своих знаний по специальности.

VI. Участие ППС в управлении и осуществлении контроля. Передача ответственности и контроля над работой от руководителей к подчиненным усиливает самостоятельность работников, повышает уровень их трудовой мотивации. Активное участие в постановке целей позволяет работнику почувствовать личную ответственность за успешность их достижения в будущем. Формами участия преподавателей в управлении УВО выступают: конференция научно-педагогических работников, представителей других категорий работников и обучающихся университета; совет факультета; заседание кафедры.

Таким образом, при построении мотивационной системы необходимо одновременно применять различные методы мотивации и их комбинации. Для эффективного управления мотивацией в современных экономических условиях экономические методы управления должны содержать и социально-психологические аспекты мотивации, определяющие внутреннюю мотивацию персонала.

Куган Д. А., студент первого курса энергетического факультета,
УО «Белорусский национальный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИЙ КАК ВАЖНЕЙШАЯ ЗАДАЧА РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ

Внедрение инноваций в настоящее время является одной из важнейших задач экономического развития, и помощь государства в этом вопросе может осуществляться путем сочетания различных способов поддержки инновационной деятельности. Как правило, реализация инновационного процесса осуществляется путем стимулирования инновационной деятельности на предприятиях, в частности предприятиях энергетического комплекса.

При этом инновационная деятельность представляется как комплекс мероприятий, целью которых является коммерциализация получаемых в ходе их реализации усовершенствованных продуктов, технологий, услуг. В настоящее время в Республике Беларусь разработку инноваций осуществляют свыше 300 научных организаций, вузов, крупных производственных предприятий. В них занято 30,7 тыс. человек, в том числе 18,5 тыс. исследователей и 12,2 тыс. техников и вспомогательного прочего персонала [1].

Энергетический комплекс был и остается одной из самых стратегически важных отраслей экономики. При этом основной целью энергетики является обеспечение потребностей страны в топливно-энергетических ресурсах с учетом их рационального использования. В рамках данной цели приоритетными задачами являются не только замена устаревшего оборудования или модернизация действующего с использованием новых технологий, но и снижение энергоемкости ВВП на основе реализации технологического, структурного и организационного потенциалов энергосбережения. Снижение энергоемкости предусматривается осуществлять за счет реализации технологического потенциала энергосбережения и путем структурных и организационных трансформаций экономики в направлении увеличения доли малоэнергоемких отраслей.

Наращивание эффективности функционала энергетической отрасли представляется возможным достигать за счет приращения мощностей, реконструкции и модернизации действующих электростанций с использованием газовых турбин и парогазовых установок, строительства тепловых электростанций на угле и на древесном топливе, гидроэлектростанций, создания ТЭЦ на базе производственно, отопительных котельных, а также поэтапного вывода из эксплуатации устаревших конденсационных блоков.

Кроме того, в качестве задач инновационного развития энергетической отрасли выступают: реконструкция базовых производств, содействие модернизации высокотехнологичных производств.

Государственное регулирование развития инновационных процессов может осуществляться только путем сочетания двух способов: поддержки инновационной деятельности и стимулирования инноваций.

Для США важными направлениями в инновациях являются альтернативные энергетические технологии, «умные электрические сети», автомобилестроение с использованием электрических двигателей, ядерные энергетические технологии и биотопливо [2].

Германия активно развивает конкурентоспособные направления. В частности энергетику, производство автомобилей, медицину и прочее. В разработках учитываются не только экономные расходование ресурсов, улучшение экологии, но и поддержание имеющегося уровня экономики.

«В Великобритании приоритетными высокoeffективными направлениями являются новые материалы; бионауки; электроника, сенсоры и фотоника и информационно-коммуникационные технологии» [3].

«В Китае выделено 7 стратегических наукоемких подотраслей (технологии энергосбережения и охрана окружающей среды; новые информационные технологии; биотехнологии; новая энергетика; новые материалы; электроавтомобили; промышленные технологии машиностроения)» [4].

Проведенное исследование инновационной деятельности предприятий позволило сформулировать основные методы поддержки со стороны государства:

- налоговые (и приравненные к ним) льготы;
- инновационная инфраструктура;
- прямое государственное финансирование инновационных проектов в рамках государственных программ [5].

Даже с учетом государственной поддержки инновационных программ остается проблемой низкая мотивация к деятельности данного вида и слабый спрос на инновации в энергетической отрасли субъектов малого и среднего бизнеса, не вошедших в программы государственной поддержки.

Поэтому для стимулирования инновационной деятельности в энергетических компаниях, с учетом мотивационной составляющей, необходимо использовать внутренние ресурсы предприятий. Такая постановка вопроса позволит привлечь сотрудников к разработке инновационных проектов и использовать их творческий и научный потенциал в интересах компании.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 гг. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я. М. Александрович [и др.] – Минск: Юнипак. – 200 с.
2. Невская, М. А. Стимулирование инновационных преобразований в целях устойчивого развития минерально-сырьевого сектора России / М. А. Невская, О. А. Маринина // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – Том 9. – № 6 (2017). – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/37EVN617.pdf>
3. Анохин, Р. Н. Мировой опыт стимулирования спроса на инновации / Р. Н. Анохин, Г. В. Бобылев, О. В. Валиева, Г. В. Ждан, Н. А. Кравченко, А. В. Кузнецов, В. И. Суслов. – 2014. – Режим доступа: http://www.nsu.ru/rs/mw/link/Media:/33653/2014_2_7.pdf.
4. Цветкова, А. Ю. Основные виды информационных инноваций в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексах // Записки Горного института. – 2013. – Т. 201. – С. 247–253.
5. Иванов, Д. С. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: возможности и ограничения ФОРСАЙТ / Д. С. Иванов, М. Г. Кузык, Ю. В. Симачев. – Т. 6. – № 2. – 2012. – С. 12–42.

Кузьмич Я. С., Дацик М. Г. студенты,
УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность настоящего исследования предопределяется тем, что в современных условиях приоритетной является задача реализации государственной политики перехода к инновационному пути развития экономики и формированию национальной инновационной системы, включающей в себя:

- создание благоприятной экономической и правовой среды;
- построение инновационной инфраструктуры;
- совершенствование механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научных исследований и экспериментальных разработок.

На сегодняшний день развитие мировой экономики требует радикального изменения сложившегося в настоящее время технологического уклада. Развитые страны последние десятилетия активно занимаются технологическим развитием национальных экономик, о чем свидетельствуют разнообразные программы. Программа «Национальная нанотехнологическая инициатива», программа по водородной энергетике США и программы ЕС стали действенным инструментом по обеспечению лидирующих позиций этих стран по научно-техническому и технологическому развитию в мире. Данные программы направлены на развитие перспективных направлений формирования нового технологического уклада: нанотехнологии, водородная энергетика, альтернативные источники энергии, включая новые виды энергоресурсов, биоинженерия и медицинские технологии.

Рассмотрим уровни развития производства по применяемым технологиям (технологическим укладам), под которыми понимается совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства [4].

Выделяют следующие периоды основных технологических укладов, определяющие их ключевые факторы, технологическое ядро и те страны, которые первыми вступили в новый уклад.

1-й технологический уклад. 1770–1830 годы. Ключевой фактор I техноуклада – прядаильные машины, ядро уклада – текстильная промышленность. Новизна данного технологического уклада: механизация труда, создание поточного производства. Страны-лидеры: Великобритания, Франция, Бельгия.

2-й технологический уклад. 1830–1880 годы. Ключевой фактор II техноуклада – паровая машина, ядро уклада – паровое судоходство, угледобыча, железные дороги. Страны-лидеры: Великобритания, Франция, Бельгия, Германия, США.

3-й технологический уклад. 1880–1930 годы. Ключевые факторы III техноуклада – неорганическая химия (конвертер, динамит), ядро уклада – чёрная металлургия, железные дороги, кораблестроение, производство взрывчатых веществ. Страны-лидеры: Германия, США, Великобритания, Франция, Бельгия, Швейцария, Нидерланды.

4-й технологический уклад. 1930–1970 годы. Ключевые факторы IV техноуклада – двигатель внутреннего сгорания, реактивный и турбореактивный двигатели; ракеты; атомное топливо; компьютер; лазер; конвейерное производство, радиосвязь.

Ядро уклада – автомобилестроение, самолётостроение, нефтехимия, объединенные энергосистемы, атомная энергетика, электронная промышленность, космические спутники. Страны-лидеры: США, Западная Европа, СССР.

5-й технологический уклад. 1970–2010 годы. Пятый уклад опирается на достижения в области микроэлектроники, информатики, биотехнологии, генной инженерии, новых видов энергии, материалов, освоения космического пространства, спутниковой связи и т. п. Происходит переход от разрозненных фирм к единой сети крупных и мелких компаний, соединенных электронной сетью на основе Интернета, осуществляющих тесное взаимодействие в области технологий, контроля качества продукции, планирования инноваций.

Ядро технологического уклада:

- электронная промышленность,
- вычислительная техника,
- оптико-волоконная техника,
- программное обеспечение,
- телекоммуникации,
- роботостроение,
- производство и переработка газа,
- информационные технологии.

Ключевой фактор – микроэлектронные компоненты.

Преимущество технологического уклада, по сравнению с предыдущим, заключалось в индивидуализации производства и потребления, в повышении гибкости производства. Страны-лидеры: США, Китай, Южная Корея.

6-й технологический уклад. С 2010 года. Сегодня мир стоит на пороге шестого технологического уклада. Его контуры только начинают складываться в развитых странах мира, в первую очередь в США, Японии и КНР, и характеризуются нацеленностью на развитие и применение наукоёмких, или, как теперь говорят, «высоких технологий».

Как видно, новым катализатором технического прогресса становятся нанотехнологии. Они определяют появление генной инженерии, развитие альтернативной энергетики, новых конструкционных материалов, лекарств и т. п.

Ядро технологического уклада:

- нанозлектроника,
- нанохимия,
- молекулярная и нанофотоника,
- наноматериалы и наноструктурированные покрытия,
- наносистемная техника,
- нанобиотехнологии,
- информационные технологии,
- когнитивные науки,
- социогуманитарные технологии,
- конвергенция нано-, био-, инфо- и когнитивных технологий (так называемая НБИКС-конвергенция, NBIC).

Ключевой фактор: нанотехнологии, клеточные технологии. Преимущество технологического уклада, по сравнению с предыдущим, по прогнозу будет состоять в резком снижении энергоёмкости и материалоемкости производства, в конструировании материалов и организмов с заранее заданными свойствами.

Представляются интересным к рассмотрению факторы, которые способствуют развитию инновационных сегментов и определяют конкурентоспособность развитых национальных экономик. К таким факторам относятся:

1. Экономические и технологические.

Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.

2. Политические и правовые.

Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций.

3. Социально-психологические и культурные.

Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда, создание нормального психологического климата в трудовом коллективе.

4. Организационно-управленческие.

Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирование целевых рабочих групп.

Особое место занимают политические и правовые факторы, дающие толчок к развитию инноваций. Развитые страны посредством совершенствования законодательства, защищают интеллектуальную собственность и обеспечивают преференциями, в том числе налоговыми льготами, участников инновационного процесса.

Экономические и технологические способствуют переходу:

- от совершенствования или создания новой технологии производства инновационного продукта к формированию принципиально новых технологических платформ (линеек производства) определенного класса продукции;

- от формирования производственной цепочки, сопрягающей производителей конечной продукции с поставщиками комплектующих изделий, сырья, материалов, к созданию кластера на основе компаний и организаций научной, технологической, производственной, финансовой и организационной сфер для аккумуляции имеющихся ресурсов, для устойчивого позиционирования на высокотехнологических сегментах мирового рынка.

Существуют следующие подходы к определению уровней преобразования: новшество, нововведение и инновация.

Новшество – это признанный государством, корпорацией или организацией способ воплощения научно-технической идеи, оформленной в виде патентов на изобретения, свидетельства на полезные модели, селекционные достижения, программы ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем и ноу-хау (технологический процесс и т. п.). На их основе формируются объекты интеллектуальной собственности, которые могут быть реализованы на рынке [1].

Нововведение – это выведенный на рынок материализованный результат производственно-технологического освоения новшества в соответствии с требованиями действующего законодательства [1].

Инновация – признанный рынком конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности [2].

Новшество – результат научно-технической деятельности, направленной на генерацию идеи и ее технологическое воплощение [3].

Нововведение – результат производственно-технологической деятельности, направленной на создание платформы воспроизводства инновационного изделия на основе новшества [3].

Инновация – результат маркетинга, направленный на формирование и реализацию стратегии устойчивого позиционирования нововведения на рынке высокотехнологичной продукции [2].

Для формирования инновационной экономики следует выбрать форму инновационных предприятий и направлений развития инновационных технологий.

Переход к современным методам управления организацией в настоящее время неразрывно связан с сетевой их организацией, с сетевыми организационными структурами. Логика сети или внутреннего рынка предполагает создание рыночной экономики внутри компании. В ней организационные единицы продают и покупают товары и услуги друг у друга по ценам, установившимся на открытом рынке.

Перенесение рыночных отношений во внутреннюю среду компаний (создание «внутренних рынков») определяет возможность функционирования сетевых компаний, в которых последовательность команд иерархической структуры заменяется цепочкой заказов на поставку продукции и развитием взаимоотношений с другими компаниями. Сети, таким образом, представляют собой совокупность компаний или специализированных единиц, деятельность которых устанавливается рыночными механизмами вместо командных методов.

Таким образом, организация функционирования национальной инновационной системы предполагает выбор перспективных направлений деятельности в рамках холдинга, определение целей и задач, ресурсов, разработку плана деятельности и отбор команд исполнителей.

Процесс выбора перспективных направлений для создания конкурентного преимущества, определенного сегментом инновационной экономики, включает:

- 1) выявление направлений формирования и развития конкурентного преимущества отечественной инновационной экономики на основе научно-технических, технологических и производственных достижений мирового уровня;
- 2) формирование научно-технической, производственно-технологической и коммерческой составляющих конкурентного преимущества;
- 3) определение команд исполнителей Проекта и формирование сетевых структур в рамках холдинга;
- 4) разработку Проекта инновационной деятельности в рамках холдинга.

Литература

1. Денисов, Ю. А. Прогнозы мирового инновационного развития // Наука Минска и регионов. – 2004. – № 3. – С. 49–55.
2. Инновационная политика в области нано-технологий / В. Н. Киселев, Д. А. Рубальтер, О. В. Руденский // Информационно-аналитический бюллетень. – № 1. – Минск: ЦИСН, 2008.
3. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин [и др.]; под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997.
4. Центры коллективного пользования научным оборудованием, выполняющие в 2007-2008 годах работы в рамках ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса на 2007-2012 годы»: информационные материалы. – М.: Информационно-аналитический центр НИФХИ им. Л. Я. Карпова, 2007.

Лысюк Р. Н., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЕСНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Развитие промышленного производства предполагает в соответствии с Программой развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года формирование конкурентоспособного инновационного промышленного комплекса. Соответственно важнейшими направлениями промышленной политики являются: изменение системы государственного управления промышленностью; системная реструктуризация промышленности и формирование ее рациональной отраслевой структуры, а также создание инновационной инфраструктуры, обеспечивающей создание новых продуктов, образцов техники и технологий [1, с. 9, 11].

Инновационная инфраструктура промышленного развития, как правило, включает технопарки, инновационные центры, финансовые учреждения и другие организации и институты, способствующие организации инновационной деятельности. Основными задачами инновационной инфраструктуры являются: создание эффективных наукоемких производств, отраслей и секторов; реструктуризация экономики и инфраструктуры и др. В свою очередь, развитие инновационной инфраструктуры будет зависеть от особенностей производственной деятельности субъектов хозяйствования, стадий инновационного процесса и свойств конкретной инновации.

Как правило, инновации можно разделить на два основных класса:

✓ *инновации материальной сферы* (производство товаров и услуг), включая инновации, которые создаются в области естественных наук и характеризуются прямым воздействием на инновационный процесс посредством внедрения новых видов техники и технологии;

✓ *инновации нематериальной сферы* включают в себя инновации, создаваемые в области гуманитарных наук, оказывающие на процесс инновационного развития опосредствованное (непрямое) воздействие.

С точки зрения *целевого назначения* инновации непрямого действия условно разделяют на следующие виды: общественные (социальные, экономические, политические, культурные) и функциональные (управленческие, организационные, информационные).

К инновациям *прямого действия*, как правило, относят: производственные инновации, использование которых позволяет достигнуть более быстрого экономического эффекта вследствие одновременного с внедрением повышения уровня конкурентоспособности продукции.

В зависимости *от назначения* производственные инновации подразделяются на: *технические* (продуктовые) или *технологические* (процессные); в зависимости *от уровня прогрессивности*: радикальные, трансформационные и модификационные; в зависимости *от масштаба использования*: мега-, макро- и микро-экономические инновации; по *уровню наукоемкости и технологической укладности*: высокие, средние и низкие [2, с. 40–52].

Применение различных видов инноваций зависит от различных факторов: наличия сырьевых, трудовых, финансовых ресурсов в секторах деятельности либо отраслях народного хозяйства. Лесное хозяйство Республики Беларусь обеспечивает воспроизвод-

ство лесных ресурсов, их охрану и использование, а также заготовку и частичную переработку древесины и других продуктов леса. К нему относятся: лесохозяйственное хозяйство, побочное лесопользование, лесозаготовительное производство, подсосное производство и добыча осмолы и лесопильно-деревообрабатывающее производство. Лесопильно-деревообрабатывающее производство в составе лесного хозяйства носит подсобный, вспомогательный характер и направлено на переработку малоценной древесины.

Лесное хозяйство находится в ведении Минлесхоза, в непосредственном подчинении которого находятся шесть областных производственных лесохозяйственных объединений, в состав которых входят более 90 государственных лесохозяйственных учреждений (лесхозов) и 10 профильных организаций республиканского уровня, каждая из которых решает конкретный спектр задач по обеспечению эффективного ведения лесного хозяйства. Лесхозы расположены в основном в границах административных районов. Управление ими осуществляется по линейно-функциональному принципу. Лесхозы в свою очередь подразделяются на лесничества, являющиеся основными производственными структурными подразделениями лесхозов, мастерские участки и обходы.

Учитывая особенности развития отрасли, с целью повышения ее конкурентоспособности, перспективным является применение инновационных технологий в следующих областях лесного хозяйства:

- лесоустройство и лесопользование;
- лесоводство на основе биотехнологий и методов лесной генетики с целью получения быстрорастущих и высокопродуктивных лесных пород;
- биоэнергетика.

Следовательно, наиболее приемлемыми для данной отрасли будут технологические инновации. Продуктовые инновации будут основаны на использовании новых методов организации производственного процесса, нового оборудования. С целью повышения качества лесов и их устойчивости необходимо применение процессных инноваций в сфере лесной селекции и генетики.

На текущий момент на развитие и внедрение данных видов инноваций оказывает влияние ряд факторов: численность научных работников в лесном хозяйстве; длительность цикла создания инновационного продукта (который в лесном хозяйстве занимает длительный период времени, т. к. период достижения спелых древостоев составляет несколько десятков лет); источники финансирования инновационной деятельности. Следовательно, для применения инновационных технологий в лесном хозяйстве необходимы:

- государственная поддержка новых, инновационных производств посредством целевого финансирования, субсидирования, а также разработки и развития специальных целевых программ;
- совершенствование нормативно-законодательной базы для предприятий, осуществляющих инновационную деятельность;
- применение налоговых льгот, способствующих внедрению инноваций.

Литература

1. Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 5 июля 2012 г., № 622 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018
2. Марков, А. В. Государственная инновационная политика: теоретические основы и механизм реализации / А. В. Марков. – Минск: ИООО «Право и экономика», 2005. – 370 с.

Лю Сяоцзюань,
аспирантка кафедры мировой экономики,
Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕХНОПАРКОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Технопарки, являясь субъектами инновационной инфраструктуры, создают условия, благоприятные для развития производственных предприятий научно-технической сферы только при условии наличия оснащенной опытно-экспериментальной базы и привлечения высококвалифицированных кадров [1, с. 616]. Как, к примеру, определено в Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., инновационная инфраструктура – это совокупность организаций, способствующих осуществлению инновационной деятельности: научно-технические, образовательные, производственные организации и их объединения, технологические инкубаторы, технополисы, технопарки, учебно-деловые центры, инновационные и венчурные фонды, другие специализированные организации, а также инновационно-технологические центры, инновационно-производственные комплексы и офисы коммерциализации разработок [1, с. 617].

Технопарк – наиболее распространенный элемент национальной инновационной системы. В настоящее время технопарковые структуры присутствуют во всех странах с развитой национальной инновационной системой, которые ставят в пример государствам, где данная система находится в начальной стадии становления. По мнению ученых, в данном явлении сконцентрированы все элементы национальной инновационной системы, все элементы «тройной спирали» [2, с. 67].

В развитии технопарков можно выделить поэтапный прогресс (см. табл. 1.1) согласно таким критериям, как преобладающий вид, продукт, базовый процесс и др.

Таблица 1 – Эволюция технологических парков в мировой экономике

Критерии	Этапы		
	50–70-е гг.	80–90-е гг.	90 гг.– наст. время
1	2	3	4
Учредители	Университеты, ТНК	Правительства стран и регионов, муниципалитеты	Инновационные брокеры и агенты, венчурные компании и инвестиционные фонды
Ядро	Университетские лаборатории, комплексные проектные и исследовательские бюро, ТНК	Офисные комплексы технологических инкубаторов	Виртуальные сети, сетевые подразделения технопарков
Основная цель	Внедрение научно-исследовательских разработок	Коммерциализация научно-исследовательских разработок	Синергия сообщества, создание пространств обмена информацией

1	2	3	4
Тип продукта	Инновационный продукт	Технологии и технологические решения	Научные разработки
Основная услуга технопарка	Доступ к источнику знаний (вуз) или источнику практических задач (компания)	Аренда помещений, расширенные сопутствующие услуги	Доступ к экспертному сообществу
Преобладающий вид технопарков	Университетский технопарк, региональный отраслевой технопарк, наукограда	Технологические инкубаторы, специализированные технопарки, центры трансфера технологий	Сетевой технопарк, сообщества технопарков
Страны-лидеры	США, Великобритания	Европейские страны и страны Азии	США

Источник: составлено автором на основе [4–8]

В 2015 г. в мире действовало более 700 технопарков, в том числе 42% – в США, 34% – в странах Европейского союза и 11% – в Китае. Оставшиеся 13% приходятся на все остальные страны мира. Наибольшее количество созданных технопарков приходится на США, где к началу 1990-х гг. функционировало около 70 зон, а в 2016 г. – около 300. Среди них в качестве основных выделяются так называемая Кремниевая долина (Калифорния, США), Шоссе-128 (Массачусетс, США) и Исследовательский Треугольник Северной Каролины (США) [10].

Так, например, один из известных в мире и старейший в Турции технополис «МЕТУТЕК» был создан в 1998 г. при Технологическом университете Ближнего Востока (Анкара). Основные отрасли технопарка представлены информационно-коммуникационными технологиями (47%), электроникой (20%), телекоммуникациями (12%), медицинскими и биомедицинскими технологиями (7%), оборонными технологиями, энергетикой, автоматизированными системами, химической отраслью, биотехнологиями, экологическими технологиями [9].

В китайском технопарке «Куньминь» отраслевая структура экономики зоны представлена производством новых материалов, которое является ключевой отраслью, составляющей 65% промышленного производства зоны, в том числе производство новых типов металлургических материалов, органических функциональных полимерных материалов и инженерных технологий. Именно эти отрасли сформировали кластер зоны высоких технологий и промышленного развития Куньминь. Также в зоне развиты биология и биомедицина, на долю которых приходится 25%, оптоэлектроника – 7%, электроника и информационные технологии – 3% [3, с. 808].

Эффективное развитие технопарков имеет важное значение при разработке стратегического плана развития страны, а также при обосновании социально-экономической политики государства, определении приоритетных направлений развития экономики, государственной структурной, инвестиционной, инновационной политики и мер по стимулированию инвестиционной активности [3, с. 811].

Благодаря технопаркам формируется экономическая инфраструктура, которая позволяет обеспечивать устойчивое развитие инновационного предпринимательства, создавая новые, уникальные малые и средние предприятия, разрабатывая производственные мощности и поставляя на отечественный и зарубежный рынки конкуренто-

способную наукоемкую продукцию. Технопарки нового поколения становятся местом для свободного обмена информацией и коммуникации исследователей, разработчиков и потребителей технологий, работающих на рынках свободного обмена технологиями.

Литература

1. Тюрина, В. Ю. Технопарк – важный элемент инфраструктуры / В. Ю. Тюрина, А. А. Ипполитова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер.: Экономика. Управление. Право. – 2014. – Т. 14. – Вып. 4. – С. 615–620.
2. Фирсова, А. А. Направления развития инвестирования инновационной деятельности в проектах государственно-частного партнерства // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер.: Экономика. Управление. Право. – 2012. – Т. 12. – Вып. 1. – С. 67–71.
3. Lai, H. C. A Comparison of Innovation Capacity at Science Parks Across the Taiwan Strait: The Case Zhangjiang High-Tech Park and Hsinchu Science-based Industrial Park / H. C. Lai, J. Z. Shyu // Technovation. – № 25(7). – 2005. – P. 805–813.
4. Park, S. O. Networks and embeddedness in the dynamic types of new industrial districts // Progress in Human Geography. – № 20 (4). – 1996. – P. 93–476.
5. Park, S. O. Generalizing new industrial districts: A theoretical agenda and an application from a non-Western economy / S. O. Park, A. Markusen // Environment and Planning A 27. – 1995. – P. 81–104.
6. Robertson, M. Translating Breakthroughs in Genetics into Biomedical Innovation: The Case of UK Genetic Knowledge Parks // Technology Analysis & Strategic Management. – № 19(2). – 2007. – P. 189–204.
7. Rodriguez-Pose, A. Technology and Industrial Parks in Emerging Countries: Panacea or Pipedream? / Andrés Rodriguez-Pose, Daniel Hardy // London : Springer, 2014. – 109 p.
8. Russel, M. G. Science Parks and Economic Development / M. G. Russel, D. J. Moss // Interdisciplinary Science Reviews. – № 14(1). – 1989. – P. 54–63.
9. Westhead, P. Employment Change in Independent Owner-Managed High-Technology Firms in Great Britain / P. Westhead, M. Cowling // Small Business Economics. – № 7(2). – 1995. – P. 40–111.
10. Westhead, P. An Exploratory Analysis of the Factors Associated with the Survival of Independent High-Technology Firms in Great Britain / P. Westhead, D. J. Storey, M. Cowling // Small Firms: Partnerships for Growth, edited by F. Chittenden, M. Robertson, and I. Marshall, London, Paul Chapman, 1995.

УДК 339.178:004

Мазаник А. В., Еманова Д. С., студенты 4-го курса,
специальности «Коммерческая деятельность»,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ИННОВАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время происходит смена типа состояния развития мировой экономики. Это обусловлено неспособностью сложившегося технологического уклада демпфировать конъюнктурные колебания, генерируемые нарастающим дефицитом стратегически важных для мировой экономики ресурсов. На повестке дня формирование такого технологического уклада, который обеспечивал бы качественно новый

уровень эффективности использования природных ресурсов, защиты окружающей среды, решение фундаментальных проблем социально-экономического развития. В условиях переходного периода, для которого характерны неустойчивые и нелинейные экономические процессы, необходимы новые принципы организации и механизмы развития инновационной экономики.

Классический механизм развития инновационной экономики, воплощенный в инновационном цикле «исследование – разработка технологий – промышленное производство – продвижение на рынок – сбыт инновационной продукции», способствовал интеграции науки в реальную экономику. Следствием ее стало повышение интенсивности и результативности исследований, восприимчивости бизнес-структур к технологическим нововведениям. Развитые страны посредством совершенствования законодательства, направленного на защиту интеллектуальной собственности и обеспечение преференциями, в том числе налоговыми льготами, участников инновационного процесса, стимулировали инновационную активность, способствовали формированию малого и среднего инновационного предпринимательства, которое стало «локомотивом» развития экономики ведущих стран.

Глобализация мировых рынков содействовала формированию технологических цепочек, которые существенно повысили эффективность бизнес-процессов в инновационной экономике.

В настоящее время наблюдается кризис мировой экономики, эпицентром которого стали экономики ведущих стран ЕС, Японии и США. Это обусловлено рядом фундаментальных факторов. К ним прежде всего относятся:

- разрыв в масштабах реального и гипертрофированного финансового секторов экономики;
- дефицит продовольственных и энергоресурсов, важных для промышленного производства видов сырья и материалов, который, по прогнозам ведущих экспертов, в перспективе будет только углубляться;
- экологические последствия роста промышленного производства, имеющие по ряду направлений кризисный характер.

Масштаб проблем, генерируемых этими факторами, достиг такого уровня, при котором происходит лавинообразное распределение кризисных ситуаций на различные сегменты мирового рынка. Частота возникновения кризисных ситуаций такова, что устойчивая цикличность развития мировой экономики сменяется нелинейными и неустойчивыми экономическими процессами. Это дало повод ряду экономистов утверждать, что в настоящее время классическая теория не в состоянии описать динамику действующих экономических процессов.

По их мнению, выход из сложившейся ситуации лежит в формулировании оснований «так называемой синергетической экономики». В синергетической экономике нелинейность и неустойчивость бизнес-процессов трактуется как источник многообразия и сложности экономической динамики, которые не учитываются в классической экономике.

Все это свидетельствует о том, что указанные фундаментальные факторы сформировали ситуацию, которую невозможно разрешить известными институциональными преобразованиями и инструментами, поскольку сложившаяся в настоящее время структура мировой экономики не в состоянии обеспечить необходимую эффективность использования природных ресурсов, в том числе энергоресурсов. Необходим переход на качественно новый уровень технологий и техники, соответствующий потребностям социально-экономического развития.

Таким образом, на повестке дня радикальное изменение сложившегося в настоящее время технологического уклада. В этом отдают себе отчет администрации многих развитых стран, выступивших с инициативами по технологическому развитию национальных экономик. С их точки зрения, перспективными направлениями формирования нового технологического уклада являются: нанотехнология, водородная энергетика, альтернативные источники энергии, включая принципиально новые виды энергоресурсов, биоинженерия и медицинские технологии.

По мнению экспертов, к 2020 г. половина мировой экономики будет связана с нанотехнологиями. Такой прогноз основан на бурном развитии рынка нанопродукции (среднегодовые темпы роста около 40% в год) (The National Nanotechnology Initiative., 2004; Heit, 2003). Другими прогрессивными направлениями являются: реструктуризация энергетической базы развития экономики ЕС, Японии, США на основе широкого использования возобновляемых источников энергии, прежде всего за счет водородной энергетики; прогресс биоинженерии и медицинских технологий, что позволит обеспечить прорыв в лечении социально значимых болезней, в первую очередь онкологических. В развитых странах стоит практическая задача: увеличить долю пациентов, проживших 5 лет после лечения рака, в среднем более чем 70% для всех видов рака.

Как отмечал известный американский специалист в области инновационных технологий Д. Марбургер, «фундаментальная наука двадцать первого столетия - это не биология, не физика, это - междисциплинарное соединение этих и других традиционных областей. Продолжающееся развитие данного направления во многом способствует развитию информационных технологий и многого другого» [2].

Для решения проблем формирования нового технологического уклада необходимо создать комплекс связанных между собой технологий, включающих в себя принципиально новые как методы воспроизводства соответствующего инновационного продукта (материал, изделие, технологический узел, агрегат и пр.), так и средства производства на их основе. Это невозможно при классическом механизме развития инновационной экономики.

Для реализации нового механизма развития инновационной экономики необходимо сформировать такие организационные формы, в рамках которых возможны следующие функции.

1. Аккумуляция национального научно-технического и организационного потенциала для решения системных проблем формирования нового технологического уклада.
2. Выбор перспективных направлений формирования и развития высокотехнологичных секторов экономики на основе нового технологического уклада с учетом государственных интересов и интересов бизнес-структур в обеспечении на практике принципов государственного и частного партнерства.
3. Формирование и реализация крупных инновационных проектов, направленных на создание технологических, организационных, социально-экономических условий кластеризации в рамках сегментов инновационной экономики на основе обеспечения устойчивого позиционирования отечественных бизнес-структур на мировом рынке.

В США в течение 2009–2017 гг. была сформирована национальная нанотехнологическая сеть из 29 центров, распределенных по территории США и координирующих 11 направлений развития наноиндустрии и наноауки, в том числе: нанобиология и нанопроизводство по шести центрам; наноинформатика – по четырем; наноматериалы – по трем; наносистемы в оборудовании, наноаука, нанотехнологии по два центра в каждом направлении; молекулярные наноструктуры, диагностика на нано-

уровне, нанотехнологии экстремального ультрафиолетового излучения, обучение в области нанонауки и наноинженерии по одному в каждом.

В то же время следует отметить, что в рамках приведенных организационных форм деятельность ограничена только специализированными сегментами научно-технологической сферы. Это не позволяет обеспечить на новом качественном уровне взаимодействие научно-технологической сферы с производственной и финансовой сферами и не может не сказаться на эффективности инновационной деятельности.

Для повышения эффективности программно-целевого метода необходимо обеспечить совершенствование соответствующей нормативно-правовой базы на основе организационных форм, в рамках которых могут быть реализованы указанные функции.

Литература

1. Герасимов, А. Б. Теория инновационной экономики.
2. Перерва, О. Л. Экономика и управление инновационными процессами.
3. Хакен, Г. Синергетика / Пер. с англ. – М., 1980. – С. 226; Концепции самоорганизации: становление нового образа научного мышления. – М., 1994.
4. Карпичев, В. С. Организация и самоорганизация социальных систем. Словарь. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 126 с.

УДК 338.2

Макарук О. Е., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Итоговым этапом инновационной деятельности является коммерциализация инноваций, т. е. включение их в коммерческий оборот и получение дохода от использования или передачи третьим лицам. В общем виде процесс коммерциализации предполагает поиск, оценку и отбор перспективных проектов и разработок как результатов инновационной деятельности для финансирования, привлечение средств, юридическое закрепление прав на результат инновационной деятельности, его внедрение в производство, а также дальнейшую модификацию и сопровождение произведенного продукта [1].

Коммерциализация инноваций нацелена на получение коммерческого результата и начинается с момента выявления перспектив коммерческого использования новой разработки и заканчивается реализацией разработки (технологии, полученного с ее помощью товара или оказанной услуги) на рынке и получением коммерческого эффекта. В ходе коммерциализации инноваций доход может быть получен от любых коммерческих соглашений, связанных с эксплуатацией технологий, включая трансфер технологий; от выполнения исследовательских работ по доведению технологии до уровня рыночного применения; от продаж лицензий на использование технологий третьим лицам, а также от создания разработчиками стартап-компаний или совместных предприятий со стратегическими партнерами для собственного производства продукции, работ, услуг с применением разработанных технологий.

Для субъектов инновационной деятельности важным моментом является выбор способа коммерциализации. Индивидуальность производимых инновационных товаров или услуг диктует необходимость формирования собственного подхода к данному процессу. Выделяют следующие формы коммерциализации результатов инновационной деятельности [2]:

- за счет возмездной – полной или частичной – передачи (т. е. отчуждения) прав на результаты инновационной деятельности, получивших статус объекта интеллектуальной собственности;
- за счет участия в коммерческой деятельности с использованием внедренной технологии и получения доли прибыли от ее использования;
- за счет оказания возмездных услуг с использованием полученных результатов инновационной деятельности без их передачи третьим лицам.

Формируемая в стране инфраструктура коммерциализации результатов инновационной деятельности создает необходимые социально-экономические, материально-технические и технологические предпосылки для качественной динамики экономики:

- способствует повышению инновационной активности всех хозяйствующих субъектов страны;
- формирует платежеспособный спрос на инновационную продукцию, знания, технологии;
- развивает институты посредничества между производителями и потребителями инноваций;
- последовательно реализует государственную инновационную политику;
- развивает образовательно-исследовательскую среду на основе интеграции университетов и научно-исследовательских институтов для обеспечения непрерывности создания инноваций и их адаптации к долгосрочным целям национальной экономики.

Необходимо обратить особое внимание на то, что при коммерциализации результатов инновационной деятельности большое, если не решающее, значение имеет ориентация на потребности и требования рынка, требования инвесторов, а также требования конкретных покупателей новых инновационных разработок, технологий, товаров и услуг.

Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг., утв. Указом Президента от 31 января 2017 г. № 31, развитие инновационной инфраструктуры определено одним из основных направлений государственной инновационной политики страны [3]. Отечественный и зарубежный опыт показывают, что повышение эффективности функционирования инновационной инфраструктуры является одним из главных рычагов повышения уровня коммерциализации результатов инновационной деятельности.

В Беларуси в настоящее время зарегистрировано 24 субъекта инновационной инфраструктуры, в том числе 14 научно-технологических парков, 9 центров трансфера технологий и Белорусский инновационный фонд [4]. В соответствии с поручением Президента Республики Беларусь по формированию «Университетов 3.0» субъекты инновационной инфраструктуры создавались при учреждениях высшего образования. Так, в 2017 г. технопарки созданы при БГУ, Гродненском государственном университете им. Янки Купалы и Горецкой сельскохозяйственной академии, также сформирован новый научно-технологический парк на базе бизнес-инкубатора «Закон и порядок» в Витебске (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели деятельности субъектов инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	9 мес. 2017 г.	2020 г. (план)
Количество технопарков	12	9	10	14	19
Количество резидентов технопарков	84	101	128	128	300
Количество работников резидентов	1034	1137	1416	1493	3000
Общая площадь действовавших технопарков, тыс. м. кв.	107,9	101,0	110,7	112,1	140,0
Площадь помещений, сдаваемых в аренду, тыс. м. кв.	17,7	18,3	20,7	25,6	35,0
Количество созданных рабочих мест резидентами технопарков	125	189	333	574	704
Общий объем произведенной продукции (работ, услуг), млн руб.	28,99	33,65	73,82	50,81	150,0
Объем инновационной продукции собственного производства, млн руб.	19,75	26,68	49,85	36,71	100,0
Удельный вес инновационной продукции в общем объеме произведенной продукции, %	68,1	79,3	67,5	72,3	66,7

Примечание: составлено на основе [4, 5]

Но, вместе с тем, в результате анализа функционирования субъектов инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности Республики Беларусь можно выделить ряд барьеров.

Так, например, незавершенность большинства исследований определяется тем, что во многих организациях, создающих инновации, существует лишь базовый вариант товара-разработки с рядом функциональных характеристик, которые необходимо дорабатывать, чтобы придать им все необходимые свойства товара с точки зрения маркетинга. Существующий образец в таких случаях отображает основные свойства и характеристики будущего продукта, но не определяет конкурентоспособность продукта по сравнению с аналогичными товарами или товарами-заменителями, что, соответственно, снижает ценность самой инновации. Решением проблемы может стать проведение рыночных исследований, выявление основных свойств разработки, которые интересны для потенциальных покупателей подобной продукции, и доработки научно-технической продукции в соответствии с выявленным потенциальным спросом.

Другая важная проблема коммерциализации инноваций посредством различных элементов инновационной инфраструктуры связана с предоставляемыми преференциями и финансированием деятельности в рамках установленных законодательством функций. В частности, налоговый режим работы технопарков их резидентов Республики Беларусь несопоставим с режимами работы Парка высоких технологий, Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» и их резидентов [6].

Так, для резидентов технопарков предусмотрена всего одна налоговая льгота – снижение налога на прибыль с 18 до 10 %. Для сравнения, резиденты Парка высоких технологий и Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» не уплачивают налог на прибыль, освобождены от земельного налога, налога на недвижимость, налога на добавленную стоимость, а также от уплаты таможенных платежей при ввозе оборудования [6, 7].

При этом по своим функциям технопарк отчасти является бизнес-инкубатором малого инновационного предпринимательства, а для начинающих предприятий в первые годы деятельности характерно отсутствие либо небольшой объем прибыли. Кро-

ме того, многие резиденты уплачивают налог по упрощенной системе налогообложения и не могут воспользоваться данной льготой.

В результате общий объем налоговых льгот, предоставленных резидентам технопарков, составляет менее 4,0% от общей величины уплаченных резидентами налогов и сборов, а объем полученных технопарками и его резидентами льгот составляет лишь около 0,2% от общего объема налоговых льгот на стимулирование научной, научно-технической и инновационной деятельности. Для сравнения, Парку высоких технологий и его резидентам оказывается более 50% от общего объема налоговых и иных преференций в области научно-технической и инновационной деятельности, в результате чего они демонстрируют высокую инвестиционную привлекательность и показатели роста [7].

Таким образом, предоставленная льгота по налогу на прибыль хотя и значима для организаций, но не является существенным стимулом для создания и развития малого инновационного предпринимательства.

Практически полное отсутствие льгот для резидентов сопровождается отсутствием у технопарков собственных средств для бизнес-инкубирования малых инновационных предприятий на ранних стадиях их развития. В соответствии с действующим законодательством предоставляемая технопаркам господдержка из республиканского бюджета и инновационных фондов направляется на организацию деятельности и развитие материально-технической базы самого технопарка, но не предназначена для финансирования затрат, непосредственно связанных с бизнес-инкубированием новых предприятий.

Дальнейшее развитие технопарков как субъектов инновационной инфраструктуры связано с внедрением гибких инструментов государственной поддержки, напрямую связанных с бизнес-инкубированием малых инновационных предприятий.

На основе проведенного анализа можно выделить ряд барьеров развития инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности:

- ✓ экономические барьеры, подразумевающие отсутствие материальной заинтересованности у участников процесса коммерциализации результатов инновационной деятельности;
- ✓ организационные барьеры включают неотработанность структуры и функций;
- ✓ правовые барьеры группируются вокруг несовершенства законодательной базы процесса коммерциализации результатов инновационной деятельности;
- ✓ финансовые барьеры включают вопросы недостаточности или отсутствия источников инвестирования инноваций для их дальнейшей коммерческой реализации;
- ✓ управленческие барьеры охватывают проблемные вопросы, связанные с несовершенством системы управления организаций, создающих инноваций и нуждающихся в их коммерциализации;
- ✓ кадровые барьеры возникновения проблем при коммерциализации результатов инновационной деятельности связаны с персоналом организаций их создающих, недостаточный уровень подготовки менеджеров инновационных проектов;
- ✓ поведенческие барьеры состоят из спорных вопросов относительно организационной культуры организаций, создающих инновации, а также их поведения на рынке;
- ✓ информационные барьеры для инновационно-активных предприятий, стремящихся к коммерциализации своих идей и разработок, связана с процессом создания информационной базы инноваций и эффективности ее использования;
- ✓ маркетинговые барьеры включают недостаточную широту использования маркетинговых инструментов для каждого конкретного инновационного проекта;
- ✓ инфраструктурные барьеры связаны с деятельностью субъектов инновационной деятельности, ресурсов и средств, обеспечивающих материально-техническое,

финансовое, организационно-методическое, информационное, консультационное и иное обслуживание процесса коммерциализации инноваций;

- ✓ технические барьеры подразумевают технические возможности обеспечения процесса развития инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности.

Таким образом, существующая инфраструктура коммерциализации результатов инновационной деятельности Республики Беларусь является необходимой, но недостаточной, что не позволяет эффективно организовать сопровождение процесса внедрения перспективных разработок в отраслях реального сектора экономики.

Дальнейшее развитие инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности предполагает внедрение системы поддержки технопарков и их резидентов, при которой объем предоставляемых льгот и субсидий напрямую зависит от эффективности их работы, а высвободившиеся средства позволяют направлять на цели, связанные с развитием инновационного предпринимательства. Внедрение подобной системы позволит технопаркам стать полноценными субъектами инновационного развития и площадками для организации инновационных и высокотехнологичных производств, имеющими необходимые для этого ресурсы, а также позволит сформировать условия для создания и развития технопарков при учреждениях высшего образования как центрах научно-инновационной деятельности в регионах.

Литература

1. Центр коммерциализации технологий – организационное развитие: как создать, управлять, организовать мониторинг и оценку деятельности / О. Лукша [и др.] : под ред. П. Линдхольма – Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий», 2006. – 126 с.
2. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России / В.В. Иванов [и др.]; под ред. В. В. Иванова – Москва : ЦИПРАН РАН, 2006. – 264 с.
3. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 июля 2012 г. № 425-З. // Нац. прав. Интернет-портал Респ. Беларусь – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11200425>. – Дата доступа: 29.10.2018.
4. Субъекты инновационной инфраструктуры Республики Беларусь // ГУ «БелИСА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belisa.org.by/pdf/2018/SII.pdf>. – Дата доступа: 30.10.2018.
5. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index_8305/ – Дата доступа: 31.10.2018.
6. Шумилин, А. Г. О реализации государственной программы инновационного развития Республики Беларусь и предложениях по активизации инновационного развития / А. Г. Шумилин // Новости науки и технологий : научно-практический журнал ГУ «БелИСА». – Минск, 2017. – № 4(43). – С. 4–12.
7. Косовский, А. А. Инновационная инфраструктура Республики Беларусь: состояние, проблемы и пути повышения эффективности функционирования / А. А. Косовский, Е. С. Мальчевский, С. И. Лях // Новости науки и технологий: научно-практический журнал ГУ «БелИСА». – Минск, 2017. – № 4(43). – С. 26–34.

Стишенко В. О., аспирант 1-го курса,
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА СПЛИТА КАНАЛОВ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Бюджет для размещения рекламных материалов на телевидении, как правило, является самым внушительным ввиду дороговизны такого вида размещения. Эффективность использования бюджета в значительной части зависит от качества решения задачи выбора каналов для распределения имеющегося бюджета. На сегодняшний день в практической деятельности компаний решение задачи осуществляется экспертно на основе опыта и знаний специалистов по медиапланированию. В то же время в условиях жестких финансовых ограничений данная задача является многофакторной и многокритериальной, что для обоснования эффективного решения требует выбора оптимального варианта на базе использования математического аппарата.

Целью данного исследования является обоснование методики выбора сплита каналов на основе обзора литературы в зависимости от набора ограничений и заданных целевых параметров распределения. Методика основывается на использовании метода многокритериальных оценок, предусматривающего обоснование набора критериев, весов и вида свертки для расчета интегрального показателя каналов.

В специализированном литературном источнике [1] представлен набор основных критериев, необходимых для расчета интегрального показателя. Нами на основе практического опыта обоснован выбор критериев в зависимости от ограничений и целей. Так, при жестких финансовых ограничениях и цели на максимизацию целевых рейтингов (контактов с целевой аудиторией) обосновывается набор из шести критериев – рейтинг, охват, доля, аффинитивность, цена и качество контента, имеющих количественное представление x_{ij} , где i – индекс канала, $i=1, n$, j – индекс критерия, $j=1, 6$.

Важно заметить, что первые четыре показателя должны рассчитываться только для целевой аудитории рекламируемого продукта. Рейтинг отражает популярность телеканала у вашей аудитории.

$$TRP = \sum TVR = \sum \frac{Ad\ audience}{Target\ audience} \cdot 100$$

Охват показывает, какая часть вашей аудитории контактировала с рекламным сообщением хотя бы раз.

$$Reach = \frac{Contacted\ audience}{Target\ audience} \cdot 100\%$$

С помощью доли можно узнать позицию канала в сравнении с другими.

$$Share = \frac{Channel\ TRP}{All\ TRP} \cdot 100\%$$

Аффинитивность говорит о том, насколько больше или меньше именно ваша аудитория смотрит канал по отношению к генеральной совокупности.

$$Affinity = \frac{TRP}{GRP} \cdot 100$$

А качество контента – это показатель, оценить который медиапланеру предстоит самостоятельно, предварительно проанализировав сетку вещания канала и ознакомившись с теми или иными передачами.

При количественной оценке следует оперировать относительными величинами. Для этого стоит принять самое высокое значение каждого из шести показателей за единицу и рассчитать относительные значения для остальных анализируемых каналов. Таким образом мы получим матрицу x_{ij} размерности $n \times b$ значений, где n – количество каналов, претендующих на попадание в итоговый сплит.

Обоснование весов критериев может быть выполнено на основе экспертной оценки или использования матрицы парных сравнений. В практике медиапланирования принято присвоение каждому показателю собственного веса в зависимости от его значимости для рекламной кампании. Также на этом этапе в дело может вмешаться клиент, с личными пожеланиями которого придется считаться. Для некоторых клиентов решающим фактором станет цена, другие установят нижний предел аффиinitивности, а третьи попросят вообще убрать из рассмотрения качество контента.

Расчет интегрального показателя осуществляется на основе аддитивной свертки критериев:

$$I_i = \sum_{j=1}^n a_j x_{ij},$$

где a_j – вес j -го критерия,

x_{ij} – значение j -го критерия для i -го канала.

Имея в распоряжении агрегированные индексы всех рассматриваемых каналов, можно приступить к финальному выбору.

Для того чтобы принять итоговое решение, медиапланер должен установить минимальную границу агрегированного индекса, которая будет прямо зависеть от полученных результатов на предыдущем этапе. Практический опыт показал, что каналы с индексом менее 2,5 не релевантны целевой аудитории, но решение о нижнем пороге принимает медиапланер в зависимости от индексов всех каналов. Те каналы, индекс которых превышает минимальную границу, попадают в итоговый сплит рекламного размещения.

Данная методика была реализована при работе над годовыми рекламными кампаниями, таких клиентов как: BAYER (финальный сплит для целевой аудитории брендов: РТР, Беларусь-1, ТНТ, СТВ, ВТВ), Berlin-Chemic (ОНТ, РТР, СТВ, ВТВ, ТВ-3 и спонсорство передач на НТВ), Beiersdorf (Беларусь-1, Беларусь-2, Беларусь-5, ТНТ, СТВ, ВТВ), Dr. Reddy's (Беларусь-1, Беларусь-2, ТНТ).

Таким образом, в результате исследования обоснована базовая методика выбора сплита каналов на основе метода многокритериальных оценок. Упомянуты подходы к модификации методики в зависимости от целей рекламной кампании и возможных ограничений, в том числе со стороны клиента. На основе практического опыта описан способ интерпретации результатов, полученных с помощью данного метода. Представлены сплиты каналов, разработанные для телевизионной рекламы крупных клиентов с учетом целевой аудитории брендов.

Литература

1. Katz, H. The Media Handbook. A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research and Buying, 2nd edition / H. Katz. – Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers, 2003. – 185 с.

Фещенко С. Л., магистр экономических наук,
УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
г. Минск, Республика Беларусь

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЭКОНОМИКИ К РЕШЕНИЮ НЕСТАНДАРТНЫХ БИЗНЕС- ЗАДАЧ В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА»

В условиях перехода к информационному обществу, в котором ведущая роль принадлежит экономике знаний, именно креативные организации получают возможность присутствовать на высококонкурентном мировом и локальных рынках [1]. Кроме того, по мнению ряда исследователей (например, российской организации «Агентство стратегических инициатив»), уже в ближайшее десятилетие востребованными останутся только те профессии, в основе которых лежат творческие, креативные способности. Остальные будут заменены роботами или компьютерными программами. Поэтому знания в области креативных технологий ведения бизнеса, решения изобретательских задач расширяют диапазон видения проблем развития организации и проектирования вариантов их решения. Кроме того, они помогают современным менеджерам в условиях постоянно меняющейся экономической конъюнктуры, усложнения социально-психологической структуры современного человека, кардинального изменения образа жизни под воздействием процессов урбанизации, информационного взрыва, технических средств самого различного назначения находить адекватные решения поставленных перед ним задач [2, с. 100].

С целью овладения креативными технологиями и формирования у будущего специалиста мышления, позволяющего их применять для решения профессиональных задач, студентам специальности «Экономика электронного бизнеса» и направления специальности «Информационные системы и технологии» (в бизнес-менеджменте) преподается дисциплина «Креативные технологии бизнеса».

В рамках данной дисциплины изучаются теоретические положения и практические рекомендации по использованию креативных технологий.

В частности, при изучении темы «Креативные технологии бизнеса в системах управления на микро- и макро-уровнях» рассматриваются: роль и место креативного менеджмента в системе бизнес-процессов организации; понятия инноваций, инновационного процесса, инновационного потенциала; взаимосвязь процессов инновационного и креативного менеджмента; понятие национальной инновационной системы; система управления интеллектуальной собственностью в Республике Беларусь.

В теме «Понятие интеллекта и креативности» раскрываются понятия интеллекта, креативности, творчества, их взаимосвязь, рассматриваются критерии и принципы креативности, креативные отрасли.

Изучая тему «Психологические основы креативного мышления», студент знакомится с особенностями мыслительной деятельности человека, понятиями креативного мышления и эмоционального интеллекта, методами их оценки и развития.

Тема «Лидерство в креативном менеджменте» содержит такие вопросы, как: лидерство, лидерский потенциал; эмоциональный потенциал лидерства; роль лидера в активизации и развитии креативной деятельности персонала; организационно-

управленческие методы активизации креативной деятельности персонала; индивидуальные и групповые методы активизации и развития креативной деятельности персонала.

При изучении тем раздела «Технологии креативного мышления» рассматриваются основные задачи, решаемые с помощью методов активизации процесса поиска новых идей: классификация данных методов; инструменты и методы креативного мышления; осуществляется отработка навыков по использованию изученных методов.

Раздел «Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ)» направлен на изучение теоретических основ ТРИЗ, развитие креативного мышления студента по средствам инструментов и методов ТРИЗ, решение творческих бизнес-задач по методологии ТРИЗ.

В разделе «Креативные методы в менеджменте» рассматриваются: основы принятия решений; дескриптивные и прескриптивные процессы принятия решений; процессы разработки и реализации управленческих решений; эвристика; метод Кепнера-Трего; типичные ошибки, допускаемые в процессе принятия решений. При изучении темы «Краудфандинг как современная технология бизнеса» студенты разрабатывают собственный краудфандинговый проект [3].

Таким образом, в результате изучения дисциплины «Креативные технологии бизнеса» студент

знает: методы формулирования и решения творческих задач электронного бизнеса; методы и возможности креативных технологий бизнеса; методы управления творческой работой; пакеты прикладных программ, применяемых при решении творческих бизнес-задач;

умеет: развивать собственное творческое мышление; вести поиск нестандартных организационных решений, новых управленческих технологий и ноу-хау; находить идею нового электронного товара, новой бизнес-модели; управлять креативным потенциалом команды; использовать интеллектуальную технику в практике принятия решений; проводить групповую работу, связанную с творческим процессом в электронном бизнесе;

владеет: навыками групповой работы и активных коммуникаций; креативными технологиями разработки проекта; навыками креативных технологий поиска новых решений [4].

Литература

1. Беляцкая, Т. Н. Экономика информационного общества : уч. - метод. пособие / Т. Н. Беляцкая. – Минск : БГУИР, 2016. – 200 с.: ил.
2. Коротков, Э.М. Исследование систем управления : учебник / Э. М. Коротков. – М. : Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 2000. – 130 с.
3. Беляцкая, Т. Н. Креативные технологии бизнеса : уч.-метод. пособие / Т. Н. Беляцкая, В. С. Князькова, С. Л. Фещенко. – Минск : БГУИР, 2017. – 116 с.
4. Креативные технологии бизнеса : учебная программа для спец. 1-28 01 01 «Экономика электронного бизнеса» и направления спец. 1-40 05 01-10 «Информационные системы и технологии» (в бизнес-менеджменте) / сост.: Т. Н. Беляцкая, В. С. Князькова, С. Л. Фещенко. – Минск : БГУИР, 2016. – 19 с.

Фещенко С. Л., магистр экономических наук,

УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»,

Игнатова Е. А., магистр экономических наук,

УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»,
г. Минск, Республика Беларусь

3D-ПЕЧАТЬ КАК НОВАЯ ФОРМА ПРОИЗВОДСТВА

Анализ большого массива публикаций и данных показал, что в настоящее время идет бурное развитие аддитивных технологий. Данные технологии принадлежат к категории так называемых «взрывных», позволяющих не просто усовершенствовать отдельные технологические процессы, а принципиально изменяющих подход к производству и ведению бизнеса [1].

«Аддитивное производство» (Additive Manufacturing) – официальный отраслевой термин, утвержденный организациями по стандартизации ASTM и ISO (стандарт ISO/ASTM 52900), однако в настоящий момент вместо него чаще используется термин «3D-печать», определение которого также закреплено в данном документе.

В соответствии со стандартом [2] под аддитивным производством (аддитивным технологическим процессом, additive manufacturing) понимается процесс изготовления деталей, который основан на создании физического объекта по электронной геометрической модели путем добавления материала, как правило, слой за слоем, в отличие от вычитающего (субтрактивного) производства и традиционного формообразующего производства.

Под вычитающим (субтрактивным) производством подразумевается механообработка, при которой осуществляется удаление («вычитание») лишнего материала из массива заготовки путем отбивания, высверливания, отрезания. Традиционное формообразующее производство – это литье, штамповка. Данные производственные процессы являются противоположностью аддитивного.

Выделим наиболее существенные преимущества 3D-печати:

- 1) высокая степень кастомизации. Аддитивные технологии позволяют в короткие сроки адаптировать продукт под персональные запросы потребителей;
- 2) гибкость производства. 3D-печать позволяет оперативно изменять размер выпускаемой партии в соответствии с изменяющимся на нее спросом;
- 3) более короткий технологический цикл производства продукта по сравнению с традиционными технологиями за счет исключения этапа сборки компонент изделия;
- 4) возможность быстрого вывода качественного продукта на рынок. 3D-печать позволяет создавать прототипы, на основании изучения которых выявляются их слабые места, вносятся изменения в конструкцию путем корректировки виртуальной модели;
- 5) практически полное отсутствие отходов. Технология послойного добавления материала позволяет снизить соотношение массы материала, необходимой для выпуска объекта, к массе конечного объекта с 20:1 до 1:1;
- 6) возможность реализации сложных дизайнерских решений, которые при традиционных подходах либо невозможно осуществить, либо требуют больших финансовых и (или) временных затрат;

- 7) большое разнообразие материалов. Номенклатура материалов, которые используются в аддитивном производстве значительно шире, чем при традиционном, и она продолжает расширяться. В качестве примера можно привести такие материалы как пластики, металлы, полимерные смолы, бумага, ткань, живые клетки и др.

К факторам, сдерживающим использование аддитивных технологий, можно отнести:

- 1) высокую стоимость 3D-принтеров, расходных материалов и их обслуживания;
- 2) вариативность свойств существующих полимеров и их несоответствие требованиям промышленности;
- 3) дефицит квалифицированных кадров в аддитивном производстве;
- 4) ограничения в размерах печатаемых предметов.

В настоящее время аддитивные технологии активно применяются в автомобильной (Ford, Mercedes, BMW, Peugeot, Daimler AG и др.), авиационно-космической (NASA, Boeing, Airbus и др.) и нефтегазовой промышленности, медицине, ювелирном производстве, военно-промышленном комплексе США и Западной Европы.

В Республике Беларусь для аддитивного производства установлено оборудование на таких предприятиях, как: ЗАО «АТЛАНТ», «ПЕЛЕНГ», «МТЗ», «КАСКАД», 558-й Авиаремонтный завод и др. [3].

Подводя итог, можно сказать, что в результате дальнейшего развития аддитивных технологий произойдет:

- 1) вытеснение 3D-печатью традиционных технологических процессов в единичном и серийном производстве, в перспективе и в массовом. Это в свою очередь приведет к значительному сокращению запасов готовой продукции, ее запасных частей;
- 2) переход от «толкающих» цепей поставок к «вытягивающим» и их сокращение. Производство продукции на основе реального спроса позволит цепям поставок быть более гибкими;
- 3) трансформация рынка грузоперевозок: переход от транспортировки готовой продукции, ее компонент и запасных частей к транспортировке сырья для 3D-принтеров;
- 4) появление объемного рынка 3D-моделирования («цифровые» склады, инженеринговые центры для печати необходимых объектов вместо существующих сейчас заводов и др.) [4];
- 5) снижение отрицательного влияния на окружающую среду за счет снижения объемов грузоперевозок.

Литература

1. Как развитие 3D-печати повлияет на изменение бизнес-моделей производственных компаний в ближайшем будущем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.iqb-tech.ru/3d-printing-business-models-change>.
2. Аддитивные технологические процессы. Базовые принципы. Часть 1. Термины и определения : ГОСТ Р 57558-2017/ISO/ASTM 52900:2015. – Введ. 01.12.17. – М.: Стандартинформ, 2017. – 16 с.
3. 3D – печать <http://in3d.by/3d-printers/3d> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://in3d.by/3d-printers/3d>.
4. Беляцкая, Т. Н. Диффузия цифровых технологий / «Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы» под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 10–29.

Философ Е. А., магистрант,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

К ВОПРОСУ ПЛАНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Планирование, как функция управления, оказывает значительное влияние на эффективность функционирования предприятия, отрасли и всей экономики государства. Недостаточно серьезное отношение к организации планирования на предприятии, стремление к «мгновенному» решению проблем, снижение количества квалифицированных специалистов в области планирования приводит к существенным проблемам в функционировании как предприятий, так и отрасли в целом.

В отечественной литературе экономический потенциал трактуется по-разному – от чрезвычайно узкого его понимания как годового объема производства продукции до таких всеобъемлющих категорий, как социально-экономическая система. В современных публикациях термин «экономический потенциал» чаще встречается применительно к макроэкономике и является многоуровневым и многоаспектным объектом исследования, который по признаку обособления производительных сил можно разделить на потенциалы страны, отрасли, региона или предприятия. Экономический потенциал предприятия можно обозначить как способность самого предприятия к дальнейшей деятельности, опирающаяся на имеющиеся необходимые ресурсы.

Показатели рыночного положения и конкурентоспособности продукции предприятия, организационно-технического и кадрового потенциала, использования ресурсов на предприятии и многие другие позволяют оценить экономический потенциал в динамике и определенным образом влияют на инвестиционную привлекательность предприятия.

Многоуровневая система совершенствования экономического потенциала как элемент стратегического управления.

Одна из наиболее значимых методологических проблем в планировании заключается в увязке друг с другом по-разному направленных планов. Как правило, система управления компанией работает в двухрежимной системе: в режимах стратегического и оперативного планирования. Но в реальной практике двухэлементная система не способна полноценно функционировать из-за постоянного изменения условий окружающей среды, поскольку существует очевидный разрыв между стратегическими долгосрочными целями и оперативными. Из этого можно сделать вывод, что было бы разумным ввести коррективы, поскольку более логично сопоставить стратегическое и тактическое (среднесрочное, краткосрочное и оперативное) планирование и сформировать многоуровневую систему управления.

Говоря о новой многоуровневой системе, необходимо обратить внимание на решение следующих проблем:

1. Процесс планирования должен быть относительно простым теоретически и практически. Его необходимо разделить на отдельные этапы. На каждом этапе определяются основные виды деятельности, ответственность и участие подразделений. Специально организационные структуры, такие как комиссии, помогут достичь стабилизации в принятии решений, связанных с планированием.

2. Необходимо предусмотреть возможность использования внутренних и внешних источников развития. Например, банковских кредитов при условии наличия существенных причин для их использования. Они являются одним из наиболее важных источников развития предприятия.

3. В процессе составления системы планирования экономического потенциала на предприятии необходимо обратить пристальное внимание на переход от долгосрочных к среднесрочному и годовому планированию. Между тем, фактор времени также важен, поскольку он обеспечивает синхронизацию годового и оперативного планирования.

4. И, в конце концов, при формировании планов для улучшения экономического потенциала следует учитывать, что реализация таких планов (стратегий) также требует использования накопленного потенциала (или определенного элемента экономического потенциала).

Таким образом, оглядываясь на вопрос взаимозависимости систем планирования и управления, можно сделать вывод о том, что стратегическое планирование является неотъемлемой частью стратегического управления и должно быть основным элементом новой системы планирования. Анализ значительного количества работ разных авторов, таких как: А. П. Градов, Л. Л. Покрышкина, Л. И. Данькова, И. Ансофф, Ф. Коттлер относительно стратегического планирования, позволил определить отличительные особенности этого явления:

- ✓ преимущественно целевые [1, 5];
- ✓ определение различных средств для достижения поставленной цели [2, 3, 6];
- ✓ гибкость временной ориентации [7];
- ✓ интерпретация будущего с помощью анализа методом пробелов между целями и результатами [4, 5].

В то же время сущность стратегического планирования следует интерпретировать как систему всего разнообразия видов деятельности по планированию на предприятии. Это планирование включает и является обобщением долгосрочного, среднесрочного, текущего (годового), оперативного планирования. Его главная цель – принятие оперативных, текущих управленческих решений, обоснованных, прежде всего, с позиции будущего.

Как неотъемлемый элемент планирования система может быть рассмотрена в двух аспектах. Во-первых, как процесс, и, во-вторых, в результате процесса – документ. Согласно интерпретации, в качестве процесса, план характеризуется как формирование образа будущего и процесс принятия решения для успешной работы производства.

Таким образом, система повышения экономического потенциала должна включать набор различных планов и характеристик от конкретного процесса планирования, естественного для этой системы. Согласно определению Е. Лобановой, планирование – процесс может иметь пять этапов: прогнозирование, постановка целей, определение и выбор вариантов разработки, разработка программы действий, бюджетирование [8].

Термины «прогнозирование» и «долгосрочные планирование» часто рассматриваются как синонимы. Главная разница между прогнозом и долгосрочным планированием заключается в том, что прогнозирование означает попытку предсказать, насколько это возможно, экономические, политические, правовые ситуации в будущем. Прогнозирование может привести к формированию перспективы экономического развития страны, связи между данными, которые характеризуют производство, компании, отрасль, рынки сбыта, конкурентов и экономическое состояние в течение определенного периода времени. В то же время прогнозирование обеспечивает только

основу, на которой программы действий будут построены позже. Цель долгосрочного планирования – это разработка состояния желаемого будущего, выраженного в частности на основе полученных прогнозов.

Таким образом, логически можно различить следующие связанные этапы планирования для экономического потенциала:

1. Этап стратегического планирования. На этом этапе должны быть проанализированы все возможности достижения целей. Рассматривается много альтернативных вариантов и выбираются оптимальные. После этого выбранные оптимальные варианты формулируются как конкретная стратегия или набор стратегий. Особенность этого этапа планирования заключается в распределении обязанностей.

2. Тактическое планирование. На этом этапе происходит трансформация общих стратегических направлений развития в цели и задачи тактических планов.

3. Мониторинг. На этом этапе происходит сбор и анализ всех данных, касающихся процессов реализации каждого этапа планирования повышения экономического потенциала предприятия. После этого, в зависимости от результатов анализа, принимается решение о необходимости исправления или изменения плана.

Для достижения большего результата можно использовать следующий подход при планировании:

Долгосрочное планирование

1. Прогнозирование.
2. Анализ окружающей среды.
3. Определение общих долгосрочных целей развития.

Стадия стратегического планирования

4. Стратегический анализ возможности реализации целей развития.
5. Приведение стратегии (альтернатива стратегия).
6. Окончательный выбор развития стратегия.

Этап тактического планирования

7. Определение тактики (программа действий).
8. Распределение хозяйственной деятельности предприятия, потенциальное повышение в среднесрочной перспективе, краткосрочные и оперативные планы.
9. Реализация хозяйственной деятельности предприятия, потенциальные программы повышения.

Мониторинг

10. Сбор данных о разработке. Результаты.
11. Оценка данных.
12. Принятие решений о возможных исправлениях.

При использовании данной системы в планировании можно достигнуть наибольшего результата при улучшении экономического потенциала предприятия. Следует также учесть то, что использование системного подхода приведет к пере-

смотру всей системы планирования на предприятии, так как его реализация включает в себя разделение планов на разные уровни и дальнейшую интеграцию в единую систему. Таким образом, элементы долгосрочных и стратегических планов будут реализовываться с помощью среднесрочных, краткосрочных и оперативных планов.

Литература

1. Гант, Н. Л. Работа, заработная плата и профили. – Нью-Йорк, 1997. – 124 с.
2. Герцберг Ф. Мотивация к работе. – Нью-Йорк, 1959. – 362 с.
3. Грегор Человеческая сторона. – Нью-Йорк, 1960. – 318 с.
4. Барро, Роберт Дж. Экономический рост / Роберт Дж. Барро, Сала-и-Мартин Ксавьер. – McGraw-Hill, 1995. – 236 с.
5. Джонс, Чарльз Введение в Экономический рост. – 2-е издание. – Нью-Йорк, 2002. – 217с.
6. Ромер, Дэвид Продвинутая макроэкономика. – Нью-Йорк: Макгроу-Хилл, 1996. – 400 с.
7. Питер, Ховитт. Теория эндогенного роста. – Кембридж, Массачусетс, 1998. – 137 с.
8. Гроссман, Джин М. Инновации и рост в глобальной экономике / Джин М. Гроссман, Эльханан. – Кембридж, Массачусетс, 1991. – 234 с.

УДК 339.9

Ших К. В., аспирант,
Белорусский государственный университет,
г. Минск, Республика Беларусь

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ БЕЛАРУСИ СО СТРАНАМИ БЛИЖНЕГО ВОСТОКА НА ПРИМЕРЕ ИЗРАИЛЯ, ИРАНА, КАТАРА, ОАЭ И СИРИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Для Беларуси расширение географии продаж со странами Ближнего Востока приобретает новые очертания в условиях глобализации. В современном мире экономические связи играют весомую роль в раскрытии реального потенциала и состояния бизнес-атмосферы между странами. Уход от устаревших мер, направленных на наращивание экспорта с государствами ближнего зарубежья, позволил переориентировать производство и экспорт отечественной продукции на новые географически-отдаленные рынки. В работе предпринята попытка изучить основные особенности развития торгово-экономических отношений с рядом стран ближневосточного региона, в которых Беларусь представлена на уровне дипломатического представительства. Данные государства выбраны не случайно, поскольку они относятся к «перспективным» и «приоритетным» партнерам в рамках многоформатной кооперации и представляют для Беларуси обоснованный и объективный интерес в силу ряда причин.

Во-первых, экономические контакты с Израилем были налажены еще в середине 1990-х гг. прошлого столетия [1, с. 216–219]. Особый интерес у белорусских производителей продолжает вызывать израильский опыт в сельском хозяйстве, недвижимости, фармацевтической и банковской сферах. В наше время двусторонняя кооперация переориентировалась на инвестиционную составляющую. Корректировка была вызвана улучшением белорусской бизнес-среды, ростом реальных доходов населения и раскрепощением предпринимательской деятельности, сопряженных с выходом на качественно новый уровень производства высокотехнологичных продук-

тов. В данном случае речь идет об IT-сфере, которая по сравнению с остальными отраслями сумела вырваться вперед и привести совершенно новую концепцию ведения бизнеса на интернациональном уровне. Информационные технологии вытеснили классические позиции белорусских товаров и, если в 2010 г. экспорт IT услуг составлял 13 млн долл. США, то в 2017 г. – 27 млн долл. США: по отношению к 2010 г. прирост составил 208%. Что же касается взаимного товарооборота (150 млн долл. США в 2017 г.), то здесь наблюдается сбалансированная картина как для белорусских, так и для израильских производителей, учитывая то, что с 2016 г. отрицательное saldo для Беларуси стало постепенно сокращаться.

Во-вторых, одним из крупнейших возможных рынков сбыта белорусской продукции в данном регионе является Иран. Ключевыми позициями белорусского экспорта являются акриловые волокна и жгут, древесноволокнистые плиты, большегрузные автомобили вместе с комплектующими и запчастями к ним, а также медицинское оборудование, шины, подшипники и косметические средства. Ввиду географического расположения, региональной и климатической специфики региона определенную часть иранского импорта составляют продукты питания, которые в Беларуси по объективным причинам в избытке, а именно фрукты, орехи и сухофрукты. Импорт также составляют медицинское оборудование и лекарственные средства. Отсутствие торгового дефицита в торговле с Ираном (165 млн долл. США в 2017 г.) способствует реактуализации тезиса о необходимости диверсификации и расширении торговых связей Беларуси со странами Ближнего Востока.

В-третьих, экономическое сотрудничество с Катаром и Объединенными Арабскими Эмиратами имеет свою специфику ввиду емкости двух рынков. Первостепенной задачей с Катаром представляется конкретно инвестиционная кооперация. Одним из недавно реализованных проектов считается возведенный в центре белорусской столицы многофункциональный комплекс «Сокол», стоимость проекта которого оценивается в 200 млн долл. США [2, с. 160]. При скромных показателях взаимной торговли (4–6 млн долл. США в 2016–2017 гг.) катарские капиталовложения играют немаловажную роль в двусторонних отношениях. Политический диалог, лишенный каких-либо недопониманий, построенный на основе взаимоуважения и доверия, существенным образом подкрепляет экономическую базу двух стран.

Ситуация же с ОАЭ обстоит несколько иначе. Акцент здесь был сделан на торговле товарами и услугами [3, с. 42–43]. Налажены поставки калийных удобрений, грузовых автомобилей, нефтепродуктов, тракторов для полуприцепов, синтетических волокон, деревянной мебели. За период 2016–2017 гг. объем эмиратских инвестиций составил 55 млн долл. США. Ежегодный прирост белорусского экспорта связан с активизацией бизнес-кругов двух стран, которые инициировали создание Белорусско-Эмиратского Делового совета и проведение каждые два года заседания Совместного комитета по сотрудничеству между Правительством Республики Беларусь и Правительством ОАЭ.

В-четвертых, традиционным партнером Беларуси является Сирия. Государство, в котором более 50% населения занято в сельском хозяйстве и чья отрасль обеспечивает широкий ассортимент продовольственных и технических культур, ежегодно закупает известную в этих краях белорусскую сельхозтехнику. Здесь же активно сотрудничают ведущие отечественные концерны по вопросам создания СП в области машиностроения. Основная цель таких переговоров заключается в дальнейшей локализации производств на территории Сирии с перспективой выхода на рынки соседних государств. Обострение внутренней обстановки в 2013 г. внесло свои коррективы и замедлило темпы роста взаимной торговли.

Таблица 1 – Торгово-экономическое сотрудничество Беларуси с рядом стран Ближнего Востока в 2010–2017 гг. (млн. долл. США). Рассчитано по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь

Страны	Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Израиль	Товарооборот	77,9	82,1	109,2	110,5	126,9	129,6	93,4	114,3
	экспорт	10,9	20,0	12,0	11,9	20,9	19,3	45,1	61,5
	импорт	67,0	62,1	97,2	98,6	106,0	110,3	48,3	52,8
	Сальдо	-56,1	-42,1	-85,2	-86,7	-85,1	-91,0	-3,2	8,7
Иран	Товарооборот	110,2	145,3	127,3	70,4	113,4	71,1	61,5	165,8
	экспорт	102,1	136,2	117,2	60,1	102,1	59,1	55,1	83,5
	импорт	8,1	9,1	10,1	10,3	10,3	12,0	6,4	82,3
	Сальдо	94,0	127,1	107,1	49,8	91,8	47,1	48,7	1,2
Катар	Товарооборот	0,461	2,6	3,2	2,6	18	2,0	4,8	6,3
	экспорт	0,06	1,9	0,304	0,07	16,3	0,371	0,680	1,5
	импорт	0,395	0,703	2,9	2,6	1,7	1,7	4,2	4,8
	Сальдо	-0,335	1,1	-2,8	-2,5	14,6	-1,6	-4,1	-3,3
ОАЭ	Товарооборот	13,5	23,4	37,9	56	71,4	32,7	41,4	93,7
	экспорт	7,6	19,2	20,4	46,1	60,9	27,8	31,9	80,9
	импорт	5,9	4,2	17,5	9,9	10,5	4,9	9,5	12,8
	Сальдо	1,7	15	2,9	36,2	50,4	22,9	22,4	68,1
Сирия	Товарооборот	54,2	30,7	29,5	12,7	35,1	43,8	40,8	51,5
	экспорт	44,7	11,8	24,3	4,4	32,2	27,2	32,1	44,1
	импорт	9,5	18,9	5,2	8,3	2,9	16,6	8,7	7,4
	Сальдо	35,2	-7,1	19,1	-3,9	29,3	10,6	23,4	36,7

Из всего вышесказанного следует, что стремление Беларуси установить долгосрочные контакты с ближневосточными партнерами обусловлено необходимостью расширения международных контактов и деловых связей. На фоне скромных экономических показателей следует отметить, что государства Ближнего Востока являются, прежде всего, дополнительным источником инвестиций в белорусскую экономику, и поддержание с ними тесных отношений видится очень важным. Таким образом, у Беларуси имеются все необходимые рычаги для наращивания своего присутствия в регионе, с целью ускорить реализацию новых и перспективных проектов.

Литература

1. Тихомиров, А. В. Внешняя политика Республики Беларусь в 1991–2011 гг. / А.В. Тихомиров. – Минск: Право и экономика, 2014. – 278 с.
2. Климович, Л. А. Внешнеэкономическое сотрудничество Республики Беларусь и Государства Катар: современное состояние и перспективы развития / Л. А. Климович, О. Е. Никитина // Беларусь в современном мире: материалы XV Международ. науч. конф., посвящ. 95-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 27 окт. 2016 г. – Минск, 2016. – С. 159–160.
3. Шадурский, В. Г. Арабские государства во внешней политике Республики Беларусь (1992–2013 гг.) / В. Г. Шадурский // Тр. фак. междунар. отношений: науч. сб. / Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2013. – Вып. 4. – С. 38–47.

Яковчук В. Н., к. с. н., доцент,
УО Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО»»,
г. Минск, Республика Беларусь

ИННОВАЦИОННОСТЬ КАК БАЗИСНАЯ ЧЕРТА ЛИЧНОСТИ ДЛЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

Одним из определяющих ориентиров современного мирового развития выступает переход к инновационной экономике. В движении к этому глобальному тренду позиционирует себя Беларусь, обозначив приоритетные векторы развития национальной экономики на ближайшую и отдаленную перспективу. Среди них – принятие Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, динамичное развитие Парка высоких технологий, формирование Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень», курс на цифровизацию экономики и др.

Актуальной проблемой выступает осознание социальных возможностей общества, качественных характеристик его личностного потенциала для решения стоящих задач. Среди существующих методологических подходов социальной типологии личности в социологической литературе используют выделение наряду с идеальным (идеализированным) типом и модальным (господствующим) так называемого базисного типа личности. Последний означает обобщенный тип личности с присущими социально значимыми качествами, которые наилучшим образом отвечают потребностям социально-культурного и экономического развития общества на данном историческом этапе.

Современный канадский ученый, авторитетный эксперт в области бизнес-стратегий Дон Тапскотт одним из важнейших звеньев движения к цифровому обществу определяет эффективную личность. Выполняя центральную креативную роль в развитии цифровой экономики представители «сетевое поколение», по мнению Д. Тапскотта, «...являются высокомотивированными и социально ответственными людьми, эффективно включенными в цифровую экономику личностями, ориентированными на знания, владеют цифровой формой представления и использования информации и ее практического применения» [1, с. 13–14].

Эффективной или базисной личностью для белорусской экономики в эпоху революционных научно-технологических перемен общественного производства и социальной жизни (вступление человечества в четвертую промышленную революцию) может быть личность инновационная, то есть способная и мотивированная к инновациям. Под инновациями в широком историческом контексте понимаются культурные изменения, когда в результате внутренних либо внешних процессов появляются новые элементы культуры, которых не было на предыдущей стадии развития [2, с. 225]. В других случаях под инновациями понимают открытия и изобретения (С. С. Фролов), освоение нового знания в экономике, реализацию особой предпринимательской функции (Й. Шумпетер) и т. д.

В классическом для мировой социологии труде У. Томаса и Ф. Знанешко «Польский крестьянин в Европе и Америке» приведена социальная типология личности в зависимости от сформированных установок характера: филистерский тип, божественный и творческий. В отличие от «филистерского» или костно-обывательского типа личности (неспособность к быстрым переменам, жесткая структура индивидуаль-

ных установок) и «богемного» или открыто-валяжного типа (незавершенность формирования базовых социальных установок, отсутствие их стабильности и упорядоченности) «творческая личность» – это организованно-сформированный тип, способный к изменениям, нацеленный на развитие и созидательную деятельность. Разнообразие возможностей взаимодействия индивида с жизненной средой, его дальнейшего развития обуславливаются, во-первых, особенностями сформированных установок его характера, во-вторых, схемами (образом) его жизнедеятельности, в-третьих, способом взаимосвязи первых со вторыми.

Для творческого типа личности, по выводам авторов названного исследовательского труда, характерны стремление к изменению и расширению организации своей жизни ради определенных целей, даже если это связано с отказом от ранее принятых социальных ценностей. При этом жизненные цели творческой личности могут быть направлены на разные сферы общества - экономику, политику, мораль и др. Творческий человек прилагает усилия для расширения своих знаний, способностей, раздвигает рамки взаимодействий с обществом, ищет новые возможности для расширения и использования в своих интересах новых областей социальной действительности [3, с. 177–180].

Инновационная личность выступает одним из проявлений творческой личности. Применительно к сфере экономической деятельности филлистерская и богемная личности являются носителями репродуктивного, рутинного отношения к делу. Творческая личность, наоборот, выступает субъектом продуктивной деятельности. При этом лишь та продуктивная творческая деятельность является инновационной, которая имеет практическую направленность. Наличие особых качеств «...делает творческую личность инновационной, отличая ее от других творческих личностей и противопоставляя традиционной личности» [4, с. 56].

Эверетт Хаген (ему приписывают авторство в использовании понятия «инновационная или новаторская личность») среди инновационных личностных качеств выделяет любознательность, упорство, ответственность, стремление к изменениям, терпимость к другим людям и их идеям. По мнению исследователя, широкое распространение и востребованность инновационной личности в обществе связаны с особыми историческими обстоятельствами, «...когда рушатся предписанные статусы, характерные для закрытого общества, а на смену им приходят интенсивная социальная мобильность, открытые социальные стратификации» [там же, с. 57].

Инновационность личности выступает содержательной компонентой человеческого капитала – неотъемлемого ресурса развития современной экономики. Основоположник белорусской школы экономической социологии Г. Н. Соколова приводит определение понятия «человеческий капитал» как «...сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, содействуют росту производительности труда и эффективности производства и тем самым влияют на рост заработков (доходов) человека». Здесь автор выделяет следующие функционально сущностные предназначения этого понятия: 1) накопление определенного запаса знаний, навыков и т. д.; 2) целесообразное использование накопленного запаса в общественном воспроизводстве; 3) достижение роста доходов работника за счет накопленного запаса и его использования; 4) новое инвестирование человека в повышение своих знаний, навыков и т. д. [5, с. 413].

Таким образом, инновации выступают частью социально-экономических и культурных изменений общества. В условиях динамичных изменений неприятие инноваций «...порождает застой социальной жизни...закостеневшее общество отстает от других обществ, стремящихся к инновациям, и не может претендовать на благополучие...» [6, с. 259]. Инновационная личность выступает базисом человеческого капитала, увеличение которого – императив времени. Дальнейшее исследование социально-личностных факторов экономического роста, путей их формирования может способствовать более полному включению гуманитарного ресурса белорусского общества в инновационное развитие.

Литература

1. Приведено по: Бабосов Е. М. Контуры грядущего: цифровизация экономики и других сфер жизнедеятельности человека // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2018. – № 3.
2. Арутюнов, С. А. Инновации культурные // Энциклопедический социологический словарь / Общ. ред. Г. В. Осипова – ИСПИ РАН, 1995.
3. Приведено по: Лапин Н. И. Социология. Хрестоматия: в 2 т. / Н. И. Лапин, А. Г. Здравомыслов / Под общ. ред. Н. И. Лапина. – 2-е изд. пер. и доп. – Москва, 2016. – Том 1.
4. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики / Н. И. Лапин. – Москва, 2008.
5. Соколова, Г. Н. Состояние и использование человеческого капитала в Республике Беларусь // Социологический альманах. – Минск, 2015. – Выпуск 6.
6. Фролов, С. С. Социология: учебник. – 3-е изд. доп. – Москва, 1999.

4 СЕКЦИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

УДК 339.543

Афанасьева Н. А., старший преподаватель,
Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск, Российская Федерация
Соколова М. Г., к. ф. н., доцент, Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск, Российская Федерация

ЗНАЧЕНИЕ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Существенные финансовые затраты требуются для развития всех сфер общественной жизни Российской Федерации, на данный момент существует дефицит финансовых ресурсов. В период с 2017 по 2020 годы государственная казна, по данным Министерства финансов Российской Федерации, может недосчитаться 5,6 триллиона рублей на выполнение базовых государственных программ, данную задачу можно решить привлечением в экономику иностранных инвестиций.

Однако регулирование иностранных инвестиций имеет ряд проблем, которые негативно сказываются на взаимоотношениях иностранных инвесторов и российских предпринимателей. выделяется несколько основных проблем привлечения иностранных инвестиций в Россию, таких как правовая нестабильность, административные барьеры, низкий уровень привлечения иностранных инвестиций.

Таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности базируется на сложной системе многосторонних межгосударственных соглашений, регламентирующих и унифицирующих правовые, технические и административные стороны деятельности таможенных органов, обеспечивающих соблюдение указанных мер. В отношении товаров, ввозимых из зарубежных стран, в Евразийском экономическом союзе действует Единый таможенный тариф ЕАЭС, в котором систематизированы ставки ввозных таможенных пошлин, являющиеся инструментом таможенно-тарифного регулирования [2].

Предусмотрены тарифные льготы для предприятий, привлекающих иностранные инвестиции в качестве вклада в уставной капитал, при условии, что товар не является подакцизным, относится к основным производственным фондам, импортируется в сроки, указанные в учредительных документах, и участвуют в формировании уставного капитала.

Особую значимость для привлечения иностранных инвестиций имеют таможенные процедуры временного ввоза, переработки на таможенной территории, переработки для внутреннего потребления, свободный склад и свободной таможенной зоны, так как представляют интерес для иностранных инвесторов, таможенные процедуры с условным начислением таможенных платежей.

Важным условием, для иностранных инвестиций, определяющим привлекательность страны, считаются: уровень ставок таможенных пошлин, налогов и льгот, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу. Единый таможенный тариф ЕАЭС, действующий в настоящее время в отношении некоторых товаров, относящихся к основным производственным фондам и ввозимым в качестве вклада в уставный фонд предприятий с иностранными инвестициями, предоставляет

льготы. На оборудование в большинстве случаев установлена ввозная ставка таможенной пошлины 0 %, это в значительной мере способствует увеличению притока иностранных инвестиций именно в производство, направленных на развитие внутреннего рынка. На аналоги оборудования, которое не производится в стране, утвержден перечень технологического оборудования, не подлежащего обложению НДС при ввозе на территорию России. Предоставляются тарифные льготы на ввоз сырья и материалов, комплектующих и запасных частей в целях реализации приоритетного инвестиционного проекта [3, с. 199].

Основные производственные фонды российских предприятий во многих отраслях экономики морально устарели и серьезно изношены. Иностранный капитал необходимо привлекать: для развития потенциала российской экономики в станкостроении, авиа- и судостроении, а также для модернизации добывающей промышленности, безопасного и эффективного освоения новых месторождений.

В краткосрочной перспективе планируется развитие энергомашиностроительной индустрии, предусмотрено уменьшение ставок импортной таможенной пошлины на отдельные виды частей газовых турбин на определенный срок, это будет способствовать инвестиционной привлекательности энергетической и машиностроительной отрасли и в конечном итоге приведет к увеличению производства энергетического оборудования в стране и повышению его конкурентоспособности. Понижение ставок импортных таможенных пошлин на компоненты для химической промышленности также, безусловно, повлечет рост конкурентоспособности отечественной продукции вышеупомянутой отрасли.

В лесопромышленном комплексе также большие перемены к лучшему. Так, действия переводу большинства заказов на производство печатной продукции в Россию и увеличению загрузки отечественных полиграфических мощностей способствует пониженная ставка ввозной таможенной пошлины на мелованную бумагу и картон. Таким образом, снижая ввозные таможенные ставки, государство стимулирует те области промышленности, которые необходимы стране. Например, лесопромышленный комплекс, группа товаров классификационный код 4703210009 «целлюлоза древесная, натронная или сульфатная, кроме растворимых сортов, прочая» в 2010 году ставка ввозной таможенной пошлины составляла 10% в 2018 году 5%.

Манипулируя ввозными и вывозными пошлинами, с помощью таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности, возможно привлечение иностранных инвестиций в различные отрасли промышленности [5, с. 7].

Рассмотрим динамику прямых инвестиций в РФ, базой для исследования послужат данные Росстата и Банка России.

Прямая иностранная инвестиция – приобретение иностранным инвестором не менее 10 % доли, долей (вклада) в уставном (складочном) капитале коммерческой организации [4, с. 83].

Прямые инвестиции – один из самых рискованных способов инвестирования, обычно вложения происходят на этапе «идеи», в развивающиеся компании.

Распределение прямых инвестиций в РФ по видам деятельности за 2016 год представить можно следующим образом:

- добыча полезных ископаемых – 19%;
- торговля розничная и оптовая – 36%;
- обрабатывающие производства – 19%;
- деятельность страховая и финансовая – 8%;
- предоставление прочих видов услуг – 6%;
- прочие – 12%.

На сегодняшний момент можно выделить несколько проблем касательно иностранных инвестиций в РФ.

Фактически часть инвестиций на самом деле прибыль российских компаний, проведенная через систему офшоров и возвращенная обратно в экономику.

Не секрет, что часть крупных компаний зарегистрированы за рубежом, для снижения налогов. Ситуация, в которой компании считают неблагоприятным регистрировать организацию в стране, крайне отрицательно влияет на инвестиционный климат.

Касательно структуры инвестиций в РФ, большую часть занимает розничная торговля. Снижение инвестиций в обрабатывающие производства – плохой знак. Необходимо стремиться к развитию самих производств, и это уже видно при анализе инвестиционных вложений в 2017 году [10, с. 67]:

- добыча полезных ископаемых – 21%;
- обрабатывающие производства – 9%;
- торговля розничная и оптовая – 36%;
- деятельность страховая и финансовая – 13%;
- деятельность с операциями с недвижимостью – 9%;
- прочие – 12%.

Анализ распределения прямых инвестиций в РФ по видам экономической деятельности показывает, что в 2016 году основными отраслями являлись: добыча полезных ископаемых (19%), торговля (36%), обрабатывающие производства (19%), финансовая и страховая деятельность (8%), предоставление прочих видов услуг (6%) и прочие (12%).

В 2017 структура незначительно изменилась, лидерство сохранила торговля, незначительно на 3% увеличилась доля добычи полезных ископаемых.

Самые значительные изменения произошли в отрасли обрабатывающих производств (снижение на 10%), финансовая и страховая деятельность увеличила на 5% свою долю в структуре прямых инвестиций [55, с. 69].

Анализ современной ситуации иностранного инвестирования в России позволяет выделить две основные тенденции. Первая тенденция – это увеличение количества стран, которые осуществляют инвестиции в экономику России, а также разнообразие отраслей, которые интересуют зарубежных инвесторов. Вторая тенденция – сокращение объема прямых иностранных инвестиций.

В настоящее время практически все развитые страны (к таким принято относить независимые государства, признанные ООН), которых насчитывается около двухсот, являются членами различных международных экономических организаций и участвуют как инвесторы в крупных предприятиях России.

Международное право не препятствует участию стран одновременно в нескольких международных экономических организациях или проектах.

Представим некоторые перспективные инвестиционные проекты, которые реализованы в последнее время или же продолжают реализовываться.

Например, весьма продуктивным стало инвестиционное сотрудничество Франции и России. Наиболее известный проект – создание сборочного производства концерна ПСА «Пежо-Ситроен» на территории Калужской области. Французские инвестиции на первом этапе реализации данного проекта составили 200 млн евро.

Ещё один успешный инвестиционный проект Франции в России – это строительство завода в Нижегородской области «Либхерр-Нижний Новгород». Инвестиционные вложения были направлены на строительство завода по производству компонентов гидравлики, строительной техники, стальных конструкций и башенных кра-

нов, а также комплектующих для авиационной промышленности. Суммарный объем инвестиций равняется порядка 200 млн евро [6, с. 172].

Ещё одним успешным крупным инвестиционным проектом Франции в России можно назвать заключение договора между компанией «АвтоВАЗ» и компанией «Рено» о предоставлении российскому производителю прав на производство и дистрибуцию автомобилей «RF 90» и платформы «ВО». Стоимость предоставляемой лицензии 100 млн евро.

Также можно представить успешные инвестиционные проекты Бразилии в России. Из известных и перспективных проектов можно отметить завод по производству гамбургеров «МартРуссия» в Московской области. Сфера деятельности – поставка полуфабрикатов мяса птицы. Стоимость проекта составила 90 млн евро, мощность переработки – 25 тыс. тонн мяса в год, создано 400 рабочих мест, выручка 40 млн евро в год.

Также известен проект инвестиций в строительство завода по производству холодильного оборудования в Калининградской области. Сфера деятельности – поставка стоек холодильников и горизонтальных морозильников для торговых сетей. Выручка по данному проекту оценивается в 50 млн долл. США в год.

В России реализуется ряд проектов в разных отраслях экономики, прежде всего наукоемких – космос, медицина, энергетика, ядерные и IT-технологии. Подписано соглашение между «Роснано» и компанией Oerlikon Corporation в сфере производства солнечных батарей. Реализуется программа ГК «Ростех» по воссозданию станкостроительной отрасли. Уже создано «РТ-Станкоинструмент», приоритетом в работе которого станет привлечение ведущих зарубежных компаний, производителей и разработчиков, к совместной деятельности.

Что касается перспектив инвестирования восточных стран, то например ОАЭ подготовили совместный проект «Экспоцентр Россия». Цель данного проекта – создание возможности вывода российской высокотехнологичной продукции и инновационных разработок на международный рынок к 2020 году [7, с. 237].

Отдельно стоит отметить проявленный интерес со стороны зарубежных стран к региональным инвестиционным проектам России, связанным с развитием сельскохозяйственной отрасли. Например, такие страны, как Франция, Бельгия, Нидерланды на период до 2025 года собираются реализовать строительство крупных ферм по разведению мясного и молочного хозяйства в таких регионах России, как: Саратовская, Пензенская, Тамбовская, Липецкая, Воронежская области.

Кроме того, скандинавские страны – Норвегия и Швеция – проявляют интерес к совместным инвестиционным проектам по строительству крупных деревообрабатывающих и деревоперерабатывающих заводов в ряде северных российских регионов (Карелия, Вологодская область, Республика Коми).

Инвестиционному развитию в России способствует развитие и внедрение высокотехнологичных парков, особых экономических зон (ОЭЗ) и промышленных кластеров, которые предлагают дополнительные налоговые и инфраструктурные стимулы для привлечения инвестиций.

ОЭЗ созданы для развития обрабатывающей промышленности, высокотехнологичных отраслей, развития туризма, санаторно-курортного сектора, портовой и транспортной инфраструктуры.

Инвесторы могут получать широкий спектр льгот, включая освобождение от налога на добавленную стоимость, налога на прибыль, налога на имущество и импортных пошлин и частичного освобождения от уплаты в социальные фонды.

Технопарк – научно-производственный территориальный комплекс для высокотехнологичных предприятий малого и среднего бизнеса. Комплекс представляет собой систему обслуживания, которая предоставляет комплексные и простые услуги.

Таким образом, от уровня инвестиционной привлекательности зависит приток прямых и портфельных иностранных инвестиций, влияющих на развитие каждой национальной экономики.

Литература

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза [Приложение №1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11.04.2017, в редакции от 01.01.2018]
2. Решение Совета Евразийской экономической комиссии № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза» [принято 16.07.2012г.: по состоянию на 13.07.2018]
3. Гургулия, А. А. Анализ развития правового регулирования иностранных инвестиций в России // Правовое государство: теория и практика. – 2018. – № 51. – С. 199–204.
4. Кириллова, Л. Г. Государственное регулирование прямых иностранных инвестиций // Наука и образование: новое время. – 2017. – № 3(20). – С. 83–85.
5. Рахматов, К. У. Роль иностранных инвестиций в модернизации экономики // Вопросы экономики и управления. – 2018. – № 2(13). – С. 7–9.
6. Яцина Региональные особенности привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику России // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. – 2018. – № 1–2(7). – С. 172–176.
7. Селюков, М. В. Роль прямых иностранных инвестиций в экономике России // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 9–1. – С. 237–242.

УДК 338.2

Беликова Е. Г., старший преподаватель
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПРИМЕЧАНИЕ ОБЗОРНЫХ ПРОВЕРОК В РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современных условиях аудиторские организации предлагают новые виды аудиторских услуг. В то же время реформирование белорусских стандартов аудиторской деятельности в сторону сближения с международными стандартами вызвало появление в белорусском законодательстве понятия «обзорная проверка». Безусловно, введение в действие национальных правил по обзорной проверке стало заметной вехой в развитии профессии вследствие того, что аудиторскому сообществу в официальном порядке заявили о расширении круга сопутствующих услуг, среди которых значилась обзорная проверка финансовой (бухгалтерской) отчетности. Полезность такой практики и для аудиторов, и для организаций неоспорима, поскольку вырастет практическая ценность аудиторских рекомендаций, увеличится эффективность ведения бизнеса.

Раскрытие термина «обзорная проверка» дано в национальных правилах аудиторской деятельности "Обзорная проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности", утвержденных постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.12.2013 N 92 (ред. от 28.04.2018). Национальные правила основываются на Международных стандартах обзорных проверок "Соглашения по обзору финансовой отчетности" (ISRE 2400).

В аудиторской практике обзорные проверки применяются в отношении, как правило, небольших филиалов крупной организации, деятельность которых занимает незначительную долю в деятельности организации в целом. К обзорным проверкам можно отнести и проверки по инициативе руководителя или собственника имущества (учредителей, участников) организации, направленные на общую оценку состояния бухгалтерского учета в организации [2].

Как и любая другая аудиторская деятельность, обзорная проверка служит для создания независимого заключения о достоверности предоставляемой информации. Особенностью проведения обзорной проверки является тот факт, что заключение носит негативный характер, то есть показывает отсутствие выявленных нарушений, а не доказывает, в отличие от аудита, достоверность исследуемых данных.

Главная цель обзорной проверки – получение квалифицированного заключения и рекомендаций аудиторов в предельно сжатые сроки и при минимальных затратах.

В ходе проведения обзорной проверки выполняется оценка системы внутреннего контроля и общая система организации бухгалтерских и финансовых служб, оценивается принятая учетная политика, анализируются учредительные, финансовые и бухгалтерские документы и проводится общий анализ системы документооборота.

Если в ходе аудита используются процедуры наблюдения, подтверждения, запросов, инспектирования, аналитические процедуры, то при проведении обзорной проверки – запросы и аналитические процедуры. Примерный перечень процедур, которые могут быть использованы в ходе обзорной проверки финансовой (бухгалтерской) отчетности по объектам учета приведены в национальных правилах аудиторской деятельности "Обзорная проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности", утвержденных постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.12.2013 N 92 (ред. от 28.04.2018).

Однако процедуры, проводимые при обзорной проверке, не обеспечивают всех доказательств, необходимых для аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности, в связи с этим обзорная проверка не является аудитом. Вместе с тем при проведении обзорной проверки используются такие же методы и подходы, как и при аудите [2].

В процессе осуществления общего аудита аудитор должен проверить всю первичную документацию по проводимым операциям в соответствии с выбранным уровнем существенности за проверяемый период.

Проведение же обзорной проверки отличается тем, что аудитор занимается проверкой общего порядка оформления документов. Проводит аналитические процедуры, такие как сопоставление показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности и данных регистров бухгалтерского учета. По необходимости получение информации может осуществляться путем направления запросов клиенту. Процедуры проверки первичных учетных документов сводятся к минимуму. Например, участие аудитора в инвентаризации активов и обязательств не осуществляется, в то время как при общем аудите этот факт присутствует. Именно это и обеспечивает снижение временных затрат на проведение обзорных проверок.

Основная сложность внедрения обзорных проверок в практику современного белорусского аудита состоит в концептуальном отличии подходов к их проведению от подходов к выполнению общего аудита. Руководство не в полной мере понимает назначение обзорных проверок, их роль в выявлении на ранних стадиях ведения бизнеса ошибок. Рассматривая отличительные черты обзорной проверки финансовой отчетности, можно отметить следующее:

- в обзоре исполнитель обращает внимание на факты, свидетельствующие о несоблюдении установленных правил ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, при этом не выражается мнение о достоверности проверяемой отчетности, как в аудите. Тем не менее по результатам обзорной проверки при наличии существенных несоответствий исполнитель может сделать вывод о недостоверности отчетности и выразить это в своем заключении. Таким образом, при обзорной проверке достоверность отчетности не устанавливается, а недостоверность может быть установлена;
- уровни и виды уверенности, а также объем и набор выполняемых процедур взаимосвязаны. При проведении обзорной проверки аудитор обеспечивает ограниченный уровень уверенности, так как она ограничивается объемом и видом проведенных процедур. Обнаружение возможных существенных искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности менее вероятно по сравнению с общим аудитом. Так же уровень уверенности при обзорной проверке ниже уровня уверенности при общем аудите. Позитивная уверенность при аудите означает, что аудитор имеет право выражать мнение о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, так как он обеспечил высокий уровень уверенности за счет качества и количества проведенных процедур. Негативная уверенность при проведении обзора (в отличие от позитивной) указывает на то, что проведены обзорные процедуры, не предоставляющие полного объема доказательств о достоверности отчетности, поэтому подобного вывода аудитор делать не вправе, но зато он может засвидетельствовать отсутствие фактов, которые говорили бы о несоблюдении правил ведения бухгалтерского учета и составления отчетности. Поэтому уверенность при этом ограничена объемом и видом проведенных процедур;
- заключение по результатам обзора не является аудиторским заключением, именно поэтому аудитор, выполняющий обзорную проверку, именуется исполнителем, а проверяемое лицо – не аудируемым лицом, а хозяйствующим субъектом.

Еще одним принципиальным отличием обзорной проверки от аудита является то, что в этом случае первичную документацию сторонние независимые аудиторы не подвергают тщательному изучению. Главный упор делается на анализе работы всей организации в целом. Следует проверить основные направления, в которых ведется деятельность организации, алгоритмы работы, применяемые в налоговом и бухгалтерском учете. Благодаря этому аудиторы имеют возможность выявлять в данных алгоритмах определенные недостатки, способные привести к серьезному искажению информации в отчетах организаций и величинах налоговых обязательств.

Однако, несмотря на это, в решении экономических проблем развития организаций могут быть применены обзорные проверки в следующих случаях:

1. При смене директора или главного бухгалтера. Новый руководитель, как правило, желает знать, в каком состоянии ему досталась организация. Он хочет получить информацию о наиболее важных проблемах и в кратчайший срок. В ходе проведения проверки в сжатые сроки аудиторы обозначают самые глобальные нарушения, требующие исправлений. В своем отчете аудитор также обозначит пути решения воз-

никших проблем. В результате заказчик получает общую картину положения дел на предприятии и не переплачивает за проведение общей аудиторской проверки.

2. Перед выдачей кредита. Перед этой процедурой производится обязательная проверка заемщиков банком. Главные критерии: надежность клиента, его платежеспособность. Проверая платежеспособность клиента, банк создает безопасные условия для функционирования надежной банковской системы. Существует множество способов выяснения уровня платежеспособности клиента и в каждом случае используются разные способы проверки. Перед выдачей крупных сумм банк обязан высчитать риски, применяя варианты анализа. Ему необходима информационная база. Чем больше ее объем, тем более точный прогноз надежности даст кредитор. Вот здесь на помощь и приходит обзорная проверка.

3. Для выявления основных проблем и проведения более глубоких проверок или ревизий.

4. При продаже бизнеса в целом, когда возникает необходимость квалифицированной независимой оценки не столько достоверности учета и отчетности, сколько отдельных аспектов финансово-хозяйственной жизни организации.

5. Если требуется оценить организацию для проведения той или иной сделки при недостаточном знакомстве инвестора с её бизнес-процессами. В качестве средства сбора предварительной информации об организации (к примеру, для предоставления возможному инвестору как данных для инициации процесса переговоров о крупной сделке).

6. Для осуществления анализа:

- правильности составления налоговых деклараций;
- расчета основных финансовых показателей, например, чистых активов, собственных оборотных средств, постоянных и переменных затрат, выручки, себестоимости, динамики прибыли, ликвидности, платежеспособности; рентабельности, финансовой устойчивости.

Результаты анализа могут быть оформлены графиками и использоваться для принятия управленческих решений, а также для определения, какие места в учете требуют более пристального внимания.

7. В качестве быстрого и экономичного средства снижения возможных рисков хозяйственной деятельности организации. Например, при разработке нового вида продукции, которая может оказаться неудачной и привести к возникновению обязательств и риску ухудшения репутации; внедрение новых или изменение уже применяемых информационных систем; новые технологии; новые подходы к ведению хозяйственной деятельности, новые виды товаров, работ, услуг; реорганизация аудируемого лица.

8. Как возможность профилактики тех или иных проблем, связанных с деятельностью организации, маркетинговыми, управленческими и другими стратегическими решениями.

Обзорная проверка может проводиться в отношении:

- отчетности за согласованный период;
- согласованного блока информации.

Обзорная проверка за согласованный период предполагает проведение процедур в отношении финансовой отчетности за период, согласованный с клиентом в договоре. Период проверки может соответствовать одному или нескольким отчетным годам, при этом объектом проверки будет являться бухгалтерская отчетность за соответствующий период. Также период проверки может ограничиваться кварталами, ме-

сящими, при этом объектом проверки будет являться промежуточная отчетность за соответствующий период.

Обзорная проверка согласованного блока информации предполагает проведение процедур в отношении отдельных показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности. Например: проверка по отдельным счетам бухгалтерского учета, операции с конкретным субъектом.

В завершение следует отметить, что обзорные проверки позволяют удовлетворить различные информационные потребности заказчиков. Однако результат проверки будет зависеть от того, насколько обеспечен эффективный двухсторонний обмен информацией между аудитором и заказчиком в целях достижения взаимопонимания по вопросам, связанным с обзорной проверкой. Аудиторская деятельность всегда содержит элемент творчества и во многом зависит от интуиции конкретного специалиста. Поэтому в каждом конкретном случае аудитору следует получить максимум информации для обеспечения индивидуального подхода к каждому клиенту. Следует помнить, что установление конструктивных рабочих взаимоотношений возможно только при сохранении аудитором независимости.

Таким образом, применение на практике обзорных проверок позволит:

- выявить существенные риски хозяйственной деятельности;
- определить проблемы в бухгалтерском и налоговом учете.
- проанализировать общую картину положения дел и оценить отдельные направления финансово-хозяйственной деятельности организации;
- спрогнозировать с помощью аналитических процедур изменения в финансовом состоянии организации при реализации различных сценариев развития внешней и внутренней среды.

Вот почему обзорную проверку можно применять в решении проблем экономического развития организаций.

Литература

1. Об утверждении национальных правил аудиторской деятельности "Обзорная проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности": постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30.12.2013 N 92. – Ред. от 28.04.2018.
2. Рыбак, Т. Обзорная проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности / Т. Рыбак, Е. Касперович // Финансы. Учет. Аудит. – 2014. – № 8.

УДК 338.512

Белоглазова О. П., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КПУИ «БРЕСТВОДОКАНАЛ»)

Предприятия водопроводно-канализационного хозяйства оказывают потребителям услуги по подаче воды с заданными показателями качества в требуемом количестве и с заданным напором (водоснабжения) и отвода сточных вод с последующей очисткой до нормируемых показателей (канализации). Эти услуги удовлетворяют потребности населения и предприятий в водоснабжении и канализации и относятся к

числу социально значимых, доступность которых должна сохраняться для всех потребителей при одновременном повышении их качества.

Среди множества показателей, характеризующих производственно-хозяйственную деятельность, особое место занимает себестоимость.

Себестоимость продукции (работ, услуг) составляют выраженные в стоимостной форме затраты предприятия, связанные с ее производством (выполнением, оказанием) и реализацией.

Данный показатель очень точно отражает расходы, понесенные предприятием в процессе производственно-хозяйственной деятельности и ориентирует на поиск резервов для их снижения. Отношение отдельных элементов к общей сумме затрат характеризует структуру себестоимости и является очень важным для планирования и анализа фактических расходов. Структура себестоимости находится в тесной связи со спецификой производства.

В целях обеспечения единства методологических подходов при планировании и учете затрат в организациях, осуществляющих финансово-хозяйственную деятельность в сфере обслуживания жилищного фонда и предоставления коммунальных услуг Министерством ЖКХ Республики Беларусь разработана «Инструкция о порядке планирования и калькулирования затрат на оказание услуг по техническому обслуживанию, теплоснабжению (по услугам, оказываемым организациями, Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь), водоснабжению, водоотведению (канализации), пользованию лифтом, вывозу, обезвреживанию и переработке твердых коммунальных отходов [1].

Затраты на оказание жилищно-коммунальных услуг при планировании и калькулировании формируются по месту возникновения, объектам планирования и калькулирования и группируются по **статьям затрат и экономическим элементам**, учитываемым при планировании и калькулировании затрат на оказание услуг по техническому обслуживанию, теплоснабжению, водоснабжению, водоотведению (канализации), пользованию лифтом, вывозу, обезвреживанию и переработке твердых коммунальных отходов.

Для изучения затрат использован «Отчет по формированию себестоимости по водоснабжению и канализации» коммунального производственного унитарного предприятия «Брестводоканал» за 2015 год, в соответствии с которым:

- поднято воды 24156,6 тыс. куб. метров, реализовано всем потребителям 20000,3 тыс. куб. метров; затраты на оказание услуг по водоснабжению составили 110 056 млн руб.;
- перекачено и очищено стоков от всех потребителей – 21750, 7 тыс. куб. метров; затраты на оказание услуг по водоотведению (канализации) составили 114 881 млн руб.

На рисунках 1 и 2 представлена соответственно **группировка затрат по экономическим элементам** по услугам водоснабжения и канализации.



Рисунок 1 – Структура себестоимости услуг по элементам затрат (водоснабжение)

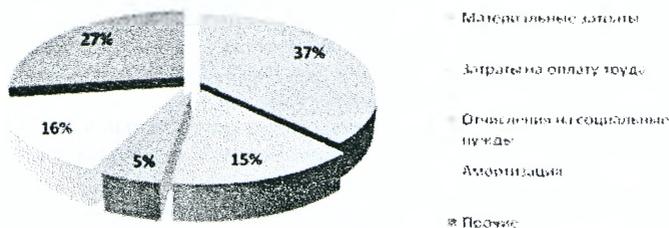


Рисунок 2 – Структура себестоимости услуг по элементам затрат (канализация)

В структуре себестоимости услуг (водоснабжение и канализация) наибольший удельный вес занимают материальные затраты и прочие затраты. Отличие заключается в цифровых значениях, которые отражают особенности оказания услуг по водоснабжению, требующих выполнения требований по подаче в заданных количествах, обеспечивая при этом требуемый напор.

Представляет интерес **группировка затрат по статьям калькуляции**. В соответствии с [1] *затраты на оказание услуг по водоснабжению* состоят из следующих затрат: затраты на подъем воды; затраты на очистку воды (включая затраты на эксплуатацию станций обезжелезивания и т. п.); затраты на транспортировку и подачу воды; затраты на проведение аварийно-восстановительных работ; прочие прямые затраты; управленческие расходы.

После определения затрат по каждой статье определяются общие затраты на оказание услуг по водоснабжению и затраты на 1 куб. метр реализованной воды.

Затраты на оказание услуг по водоотведению (канализации) на 1 куб. метр отвода стоков в канализацию включают затраты на перекачку, очистку, транспортировку и утилизацию стоков в канализацию.

Затраты на оказание услуг по водоотведению (канализации) состоят из следующих затрат: затраты на перекачку стоков; затраты на очистку стоков; затраты на транспортировку и утилизацию стоков; затраты на проведение аварийно-восстановительных работ; прочие прямые затраты; управленческие затраты. После определения затрат по каждой статье определяются общие затраты на оказание услуг по водоотведению (канализации) и затраты на 1 куб. метр отвода стоков в канализацию.

Как видно из диаграммы (рисунок 3) наибольший удельный вес в себестоимости приходится на транспортировку и подачу воды (34 %) и подъем воды (24 %).

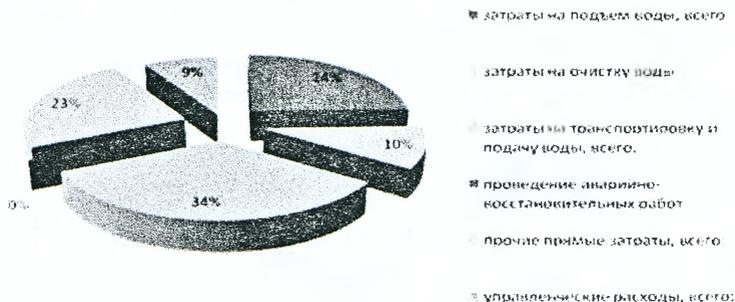


Рисунок 3 – Структура себестоимости услуг (водоснабжение)

Эти затраты связаны с технологическими особенностями предоставляемых услуг, такими как использование насосного оборудования на различных стадиях процесса подъема воды из водозаборных скважин и подачи потребителям. В связи с чем можно сделать предположение о том, что затраты на электроэнергию являются доминирующими в составе себестоимости.

Далее определим структуру себестоимости для услуг по канализации.

Проследить технологические особенности предоставляемых услуг по водоотведению возможно при изучении структуры себестоимости (рисунок 4). Наибольшую часть составляют затраты на перекачку стоков (28 %) и очистку стоков (28 %), суммарное значение которых превышает все остальные составляющие себестоимости.

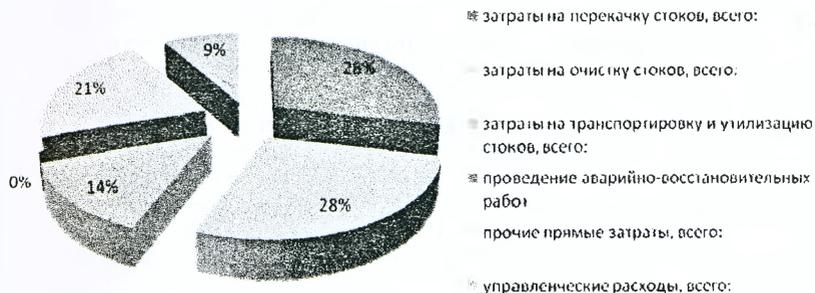


Рисунок 4 – Структура себестоимости услуг (канализация)

О стабильной работе предприятия свидетельствует отсутствие затрат на проведение аварийно-восстановительных работ при оказании услуг по водоснабжению и водоотведению. Однако натуральные показатели производственной программы по водоснабжению указывают на наличие технологических потерь воды в размере 3 318 тыс. куб. метров, что находится в пределах установленных лимитов. Тем не менее, потери оказывают влияние на формирование затрат при подъеме воды.

Одним из направлений снижения себестоимости, по мнению автора, будет разработка мероприятий технологической и организационной направленности, следствием которых послужит уменьшение технологических потерь. Разработать такие мероприятия наряду с другими приемами позволит изучение передового опыта, технологий и методов организации производства в сфере предоставления услуг, внедрение рационализаторских предложений работников предприятия и др.

Однако отсутствие в структуре себестоимости услуг по водоснабжению водоотведению (канализации) затрат на рационализаторскую работу свидетельствует о низкой мотивации работников к разработке и внедрению изменений в устоявшийся производственный процесс. Традиционных подходов, таких как замена насосного оборудования на его энергоэффективные типы в современных условиях явно недостаточно, в связи с чем изменение подходов предприятия к рационализаторству может усилить инновационную составляющую в себестоимости и привести к ее снижению.

Более подробно следует изучить состав *прочих прямых затрат* и *управленческих расходов*, которые имеют либо равные значения (9 % для управленческих расходов), либо незначительно различаются (прочие прямые затраты для водоснабжения 23 %, для водоотведения – 21 %), что свидетельствует о схожести составляющих элементов для различ-

ных услуг. Однако приведение в данной статье выполненных исследований выходит за рамки предъявленных требований к публикациям, в связи с чем находится за ее рамками.

Несомненный интерес представляет для автора изучение динамики изменения затрат предприятия. Однако получение данных о работе КПУП «Брестводоканал» за 2016 и последующие годы на данном этапе сопряжено с ограничениями, изложенными в письмах Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь на получение информации о работе предприятия.

Декларируемая на высшем государственном уровне необходимость проведения реформирования отрасли связана со снижением издержек производства при оказании жилищно-коммунальных услуг и доведением уровня их оплаты потребителями до 100 процентов. Выполнение задач, поставленных государством перед отраслевым министерством, требует совместных усилий хозяйствующих субъектов и научных коллективов, к которым могут быть отнесены кадры университетов республики.

В этой связи невозможность выполнять исследования с использованием конкретных данных, характеризующих производственно-хозяйственную деятельность предприятий ЖКХ, снижает их эффективность и прикладную направленность.

В заключение следует отметить, что имеющиеся задачи снижения себестоимости на предприятиях, оказывающих услуги по водоснабжению и водоотведению (канализации), носят системный характер и требуют комплексного решения с максимальной ориентацией на внедрение инноваций. В рассматриваемом контексте изучение изменений структуры себестоимости услуг позволит отследить тенденции в формировании себестоимости, выявить положительные и отрицательные аспекты и разработать предложения для хозяйствующего субъекта с учетом специфики и особенностей производственно-хозяйственной деятельности.

Литература

1. Инструкция о порядке планирования и калькулирования затрат на оказание услуг по техническому обслуживанию, теплоснабжению (по услугам, оказываемым организациями Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь), водоснабжению, водоотведению (канализации), пользованию лифтом, вывозу, обезвреживанию и переработке твердых коммунальных отходов // утв. Пост. Министерства жилищно-коммунального хозяйства Респ. Беларусь 3 июня 2014 г. № 11 [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.centr-cen.by/upload/11\(1\).pdf](http://www.centr-cen.by/upload/11(1).pdf) – Дата доступа: 12.10.2018.

УДК-341:336.227

Боровский А. А., аспирант,

УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБМЕН НАЛОГОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО УКЛОНЕНИЯ ОТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Глобальное расширение деятельности бизнеса в офшорных юрисдикциях и странах с особыми режимами налогообложения, постоянный рост объема бесконтрольных финансовых потоков на протяжении последних десятилетий вызвал толчок к созданию и укреплению международного регулирования указанных процессов с целью повышения прозрачности и снижения секретности движения капиталов между

юрисдикциями, инициированного, в первую очередь, банками и транснациональными компаниями. Усилия в данном направлении были начаты как на национальном уровне в различных странах, так и на глобальном уровне.

Соглашения по обмену налоговой информацией можно условно разделить на две группы: межправительственные соглашения об избежании двойного налогообложения и международные соглашения, регулирующие сотрудничество и оказание взаимной помощи по вопросам соблюдения налогового законодательства. Межправительственные соглашения затрагивают отношения между двумя конкретными странами и регулируют отношения в области налогообложения. В свою очередь международные соглашения имеют глобальный характер и распространяются на широкий круг стран, пожелавших присоединиться к международным соглашениям.

Соглашения об избежании двойного налогообложения (далее – «СОИДН»)

Данные соглашения заключаются между правительствами двух стран и определяют механизм избежания двойного налогообложения, а также определяют основы начала сотрудничества уполномоченных органов соответствующих государств в области взимания налогов. По состоянию на 1 ноября 2018 года Беларусь имеет 70 действующих соглашений с другими государствами [1]. Фактически, СОИДН является инструментом, способствующим началу сотрудничества между Беларусью и иностранным государством в области налогообложения. Все СОИДН имеют обязательную статью, определяющую порядок обмена информацией между двумя странами.

Конвенция о взаимной административной помощи по налоговым делам от 25 января 1988 года (далее – «Конвенция»)

Конвенция является основным международным соглашением, определяющим правовую форму взаимодействия налоговых органов различных стран. По состоянию на 24 сентября 2018 года Конвенцию подписали 125 государств [2]. Конвенция подразумевает следующие формы обмена налоговой информацией со странами, в отношении которых действует конвенция:

- обмен информацией по запросу;
- автоматический обмен информацией;
- инициативный обмен информацией.

Обмен информацией по запросу представляет собой запрос налоговых органов, переданный иностранным коллегам с целью получения сведений по конкретной компании, физическому лицу либо операции.

Автоматический обмен информацией подразумевает, что страна, с которой налажен автоматический обмен информацией, будет сама регулярно формировать и предоставлять информацию, важную для исчисления налогов. На сегодняшний день автоматический обмен информацией является наиболее эффективным и оперативным инструментом взаимодействия между налоговыми органами различных стран.

Инициативный обмен информацией формируется по инициативе налоговых органов иностранного государства в виде запроса и направляется в адрес иностранных коллег [3].

Многостороннее соглашение компетентных органов (далее – «Многостороннее соглашение»)

Как было указано выше, Конвенцией предусмотрена возможность автоматического обмена информацией на основе взаимного соглашения между сторонами Конвенции. При этом автоматический обмен требует наличия отдельного соглашения между компетентными органами сторон. Таким соглашением является Многостороннее соглашение (Multilateral Competent Authority Agreement – МСАА). В рамках Многостороннего соглашения предусмотрены дополнительные инструменты, регулирующие

ющие правила автоматического обмена информацией. К данным инструментам относится Единый стандарт отчетности по автоматическому обмену информацией о финансовых счетах (Common Reporting Standards – CRS) и Многостороннее соглашение компетентных органов об автоматическом обмене страновыми отчетами (Multilateral Competent Authority Agreement on Country-by-Country Reporting – MCAA CbCR).

– *Единый стандарт отчетности по автоматическому обмену информацией о финансовых счетах (далее – «CRS»).*

CRS – это международный стандарт автоматического обмена информацией, разработанный Организацией по Экономическому Сотрудничеству и Развитию (далее – «ОЭСР») в целях предотвращения глобального уклонения от уплаты налогов с использованием офшорных юрисдикций и обеспечения прозрачности информации. Более 100 юрисдикций приняли на себя обязательство по внедрению требований CRS [4], включая 54 страны, которые в 2017 году совершили первый обмен информацией за 2016 год.

– *Многостороннее соглашение компетентных органов об автоматическом обмене страновыми отчетами (далее – «CbCR»)*

CbCR – это отчет по международной группе компаний, который предоставляется в налоговые органы зарубежных стран (по странам присутствия группы компаний) в автоматическом режиме с информацией о распределении доходов и прибыли между участниками международных групп, а также иных данных, необходимых для оценки рисков, связанных с размыванием налогооблагаемой базы и выводом прибыли из стран [5].

Эффективность различных конвенций и соглашений об обмене налоговой информацией долгое время имела ограниченный характер ввиду того, что носила неравномерный характер. Реализация многосторонних международных соглашений зачастую замедлялась по причине отсутствия координации между сторонами таких соглашений и не налаженных механизмов подотчетности и контроля выполнения обязательств стран в рамках таких соглашений. Аналогично двусторонние соглашения между двумя странами имели свои недостатки и ограничения. Необходимость развития международной координации в области движения денежных средств и налогообложения привело ОЭСР к созданию революционного и комплексного плана борьбы с эрозией (размыванием) налоговой базы и выводом прибыли из-под налогообложения (Base erosion and profit shifting – BEPS). BEPS стал основополагающим планом действий по реформированию международной налоговой системы, а также пошаговой инструкции к реформированию локальных законодательств не только стран-членов ОЭСР, но и всех стран мира [6, с. 67].

Несмотря на активные действия ОЭСР и появление BEPS, важнейшей проблемой остается то, что офшорные юрисдикции и компании, стремящиеся к сокрытию своих доходов, являются очень мобильными и зачастую способны быть на шаг впереди регуляторов и контролирующих органов. В свою очередь, международная налоговая интеграция не успевает развиваться такими же скоростными темпами. Международная координация в области борьбы с офшорными юрисдикциями становится сложной задачей ввиду того, что все «налоговые гавани» по-своему уникальны и могут быть представлены как развитыми странами, так и отдельными зонами с особыми налоговыми условиями либо быть представлены беднейшими странами мира [7, с. 395].

Долгое время налоговые системы развивались в условиях, когда каждая отдельная страна вырабатывала собственную внутреннюю налоговую политику и фокусировалась на нуждах внутренней экономики. Все налоговые договоры, конвенции и т. д. заключались при приоритете национального суверенитета. В настоящее время процессы глобализации экономических связей и финансовых потоков, создания мирового рынка товаров и услуг, ориентированного на информацию, являются доминан-

той экономического развития всего мирового хозяйства и его отдельных составных частей [8, с. 129]. Сегодня правительства стран понимают, что страна не может существовать и развиваться только в рамках своих границ, обособившись от реалий происходящих мировых процессов. Именно поэтому налоговый суверенитет и определение его направлений является важнейшей задачей для многих стран.

Литература

1. Соглашения об избежании двойного налогообложения / Сайт МНС Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/soglashenie-vo-izbejanie-2-nalogooblojeniya-ru/>. – Дата доступа: 28.10.2018.
2. Jurisdiction participation in the Convention on MAA in tax matters, status – 24 September 2018 / OECD official web site [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.oecd.org/tax/exchange-of-tax-information/Status_of_convention.pdf. – Дата доступа: 28.10.2018.
3. Конвенция о взаимной административной помощи по налоговым делам (Заключена в г. Страсбурге 25.01.1988) (с изм. и доп. от 27.05.2010), статья 5–7 раздела 1.
4. Signatories of the MCAA CRS, status – 7 August 2018 / OECD official web site [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.oecd.org/tax/automatic-exchange/international-framework-for-the-crs/MCAA-Signatories.pdf>. – Дата доступа: 28.10.2018.
5. Россия присоединилась к многостороннему Соглашению компетентных органов об автоматическом обмене страновыми отчетами (MCAA CBCR) / EY official web site [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Tax-Alert-27-January-2016-Rus/\\$File/EY-Tax-Alert-27-January-2016-Rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Tax-Alert-27-January-2016-Rus/$File/EY-Tax-Alert-27-January-2016-Rus.pdf). – Дата доступа: 28.10.2018.
6. Борьба с оффшорами как инструмент экономической безопасности: современные аспекты международного и национального нормотворчества и законодательства / Н. В. Токмачева // Северо-Кавказский юридический вестник. – 2016. – № 2. – С. 64–70.
7. Mobile people, mobile capital and tax neutrality: Sustaining a market for offshore finance centres / Rawlings, G. // Accounting Forum. – 2005. – № 29. – P. 289–310.
8. Международное налогообложение: учебник / А. И. Погорлецкий – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 384 с.

УДК 33. 332

Будурия Т. А., ст. преподаватель, **Филипова Т. В.**, ассистент,
Василюк А. В., студент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ИМИДЖЕОБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ РЕГИОНА

Процесс формирования имиджа территории представляет собой достаточно сложную и многоступенчатую работу, затрагивающую всю социально-экономическую систему региона, многие аспекты жизнедеятельности граждан. В основу управления имиджем региона должны быть положены результаты его оценки, позволяющие сформировать основные направления его дальнейшего развития либо преобразования.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью выявления новых факторов устойчивого развития территории и инструментов управления ими для повышения конкурентоспособности регионов и привлечения инвестиций. К числу таких факторов относится позитивный имидж региона, стимулирующий повышение деловой активности и интерес бизнес-сообщества к реализации эффективных инновационных проектов, освоению ресурсного потенциала территорий, а также созданию новых рабочих мест.

В числе основных преимуществ позитивного имиджа региона можно отметить следующее. Во-первых, позитивный, целостный имидж делает регион более узнаваемым в других государствах, информация о нем лучше запоминается, так как она систематизирована, продумана и не содержит лишних элементов, размывающих формируемый образ. Известность региона и события, происходящие в нем, привлекают активное внимание различных групп общественности и политиков, широко обсуждаются в СМИ соседних стран, а это, в свою очередь, способствует улучшению экономического потенциала региона.

Во-вторых, работа по созданию имиджа региона позволяет подчеркнуть его преимущества и положительные черты. Благоприятный имидж региона делает его более привлекательным. Такая работа позволяет гибко реагировать на негативные события, происходящие в регионе, и предотвращать их негативное влияние на имидж территории. В случае, когда образ региона формируется спонтанно, негативная информация может стать неотъемлемой частью данного образа и отрицательно влиять на отношение к данной территории со стороны самых различных аудиторий.

В-третьих, формируя имидж региона, мы подчеркиваем его «конкурентное преимущество», что позволяет рекламировать данный регион целевым аудиториям [1].

Следует выделить наиболее важные имиджеобразующие факторы, которые, по нашему мнению, позволяют позиционировать регион как территорию, благоприятную для ведения бизнеса, вложения капитала и условий жизнеобеспечения: инвестиционный климат; уровень и динамика экономического развития; ресурсный потенциал; состояние инфраструктуры и коммуникаций; степень свободы движения капитала, товаров, рабочей силы.

Целенаправленная систематическая работа в направлении формирования и укрепления имиджа региона напрямую влияет на конкурентоспособность региона. Регионы получают конкурентные преимущества благодаря различиям в экономической структуре, а не ее общим чертам. В каждом из них есть свой, только ему присущий, набор конкурентных отраслей. Наиболее перспективны регионы, обладающие развитым научно-производственным комплексом, с высоким инновационным потенциалом, способные формировать, развивать и удерживать квалифицированные кадры. При оценке их конкурентоспособности важно учитывать не только традиционные природные и экономические ресурсы, но также степень развития рыночной, инновационной и внешнеэкономической инфраструктуры, инвестиционную привлекательность, наличие предприятий, производящих востребованные товары и услуги.

Потенциал развития территории, а в частности Брестского региона, начинает зависеть от того, насколько успешно реализуется выбранная имиджевая стратегия, позволяющая показать все преимущества территории, что, в свою очередь, обуславливает создание в регионе дополнительных «точек роста» – начиная от финансовых инвестиций и заканчивая привлечением дополнительных трудовых и интеллектуальных ресурсов в регион. Поэтому можно говорить о том, что успешность реализации имиджевой стратегии Брестского региона может быть оценена в частности с помощью показателей, характеризующих объём и структуру иностранных инвестиций, поступивших в регион.

Региональный имидж может быть рассмотрен с различных точек зрения: международный имидж региона, общегосударственный имидж и внутренний имидж для населения области. Устоявшиеся механизмы оценки международного имиджа региона нет, но существуют кредитные рейтинги территории, которые в определенной степени могут выступать в качестве индикаторов состояния международной узнаваемости и успешности регионального позиционирования. Однако в целом эти рейтинги фиксируют лишь сравнительно небольшую группу факторов, влияющих на ведение в регионе бизнес-процессов, что существенно снижает их значение в качестве единственного основания для оценки международного имиджа территориального образования.

Значительные диспропорции наблюдаются в территориальном распределении поступающих в страну прямых иностранных инвестиций. Большая их часть направляется в Минск, тогда как в Брестскую область прямые инвестиции из-за рубежа поступают в крайне незначительных объемах.

Согласно информации Главного статистического управления Брестской области, в 2017 году в реальный сектор экономики региона (за исключением банков) иностранные инвесторы вложили 230 млн долларов США. Основными инвесторами были субъекты хозяйствования Литвы (28,7% от всех поступивших инвестиций), Российской Федерации (24,1%), Польши (18,8%), Германии (7,2%). Поступление прямых иностранных инвестиций составило \$199,7 миллиона, или 86,8% от всех поступивших иностранных инвестиций [2].

Общереспубликанский имидж может быть оценен на основе целого ряда показателей, общее число которых достаточно велико. За основу при оценке имиджа предложено взять показатели, характеризующие уровень развития региона:

- 1) плотность населения;
- 2) среднемесячная заработная плата;
- 3) численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите;
- 4) валовой региональный продукт на душу населения;
- 5) выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух на 1 км² площади;
- 6) ввод в эксплуатацию жилых домов на 1000 чел. населения, м² общей площади;
- 7) оборот розничной торговли на душу населения;
- 8) индекс инвестиций в основной капитал;
- 9) число организаций, выполнивших научные исследования и разработки;
- 10) объем промышленного производства.

По каждому из экономических показателей проведено сравнение достигнутого уровня в шести областях Республики Беларусь и определен рейтинг области. Рост суммы мест в рейтинге означает наличие отрицательных тенденций в социально-экономическом развитии области, снижение – наличие благоприятных тенденций. С учетом того, что г. Минск занимает в рейтинге 1-е место, значение суммы мест может варьироваться от 10 (область по всем 10 показателям занимает 1-е место) до 60 (область по всем 10 показателям занимает 6-е место).

Итоговое место области определено по сумме мест в рамках указанного диапазона. Интегральным показателем является индекс социально-экономического развития региона IR:

$$IR = 1 - R / 60, \quad (1)$$

где R – сумма мест в рейтинге.

Значения показателя варьируют от 0,00 (1 – 60 / 60) до 0,833 (1 – 10 / 60). Нулевое значение индекса получает аутсайдер по всем 10 оценочным показателям, максимальное (0,833) – лидер по всем показателям. Среднее значение IR = 0,4285. Сред-

нее значение индекса можно применить при рейтинговой экспресс-оценке социально-экономического развития региона. Для этого необходимо сопоставить фактический индекс со средним.

Данный показатель можно применить как для ранжирования регионов по уровню социально-экономического развития, так и для выявления тенденций социально-экономического развития отдельного субъекта в динамике. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг Брестского региона по основным социально-экономическим показателям среди шести регионов Республики Беларусь

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
Плотность населения, чел. на 1 км ²	42,39	42,33	42,34	42,29	42,27	42,21
Место в рейтинге	6	6	6	6	6	6
Среднемесячная номинальная з/п, руб.	318,5	443,1	529,4	575,7	617,4	699,1
Место в рейтинге	6	6	6	6	4	4
Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите, чел.	5385	4008	3972	6562	5632	4075
Место в рейтинге	6	5	5	5	5	5
Валовой региональный продукт на душу населения, руб.	3572,2	4542,8	5585	6014,2	6531,9	7601,1
Место в рейтинге	6	6	5	5	4	4
Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух на 1 км ² площади, т	1,1	1,2	1,6	1,5	1,6	1,5
Место в рейтинге	1	1	1	1	2	1
Ввод в эксплуатацию жилых домов на 1000 чел. населения, м ² общей площади	467	568	594	667	501	432
Место в рейтинге	3	3	3	2	2	2
Оборот розничной торговли на душу населения, руб.	1917,9	2479,4	2874,9	3075,9	3249,5	3545,4
Место в рейтинге	4	4	4	4	4	4
Индекс инвестиций в основной капитал, % к предыдущему году	75,6	113,4	89,8	75,7	83,1	115,8
Место в рейтинге	6	3	5	6	4	2
Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки	28	26	26	27	31	32
Место в рейтинге	3	3	3	3	2	2
Объем промышленного производства, в % к предыдущему году	103,1	102,8	99,4	95,4	104,0	105,8
Место в рейтинге	4	3	5	6	1	3
Общий рейтинг	45	40	43	44	34	33
IR	0,250	0,333	0,283	0,267	0,433	0,450

Таким образом, оценка общереспубликанского имиджа регионов дает возможность сделать следующие выводы.

По плотности населения Брестский регион занимает последнее 6-е место среди регионов. Плотность населения Витебской области составляет 69,72 % плотности населения региона-лидера (Брестский регион) в 2017 г.

Среднемесячная номинальная заработная плата в стране с 2012 г. по 2015 г. максимальное значение имела в Минском регионе, минимальная – в Брестской области. За период 2015–2017 гг. ситуация в Брестском регионе улучшилась на два пункта. Разница между двумя регионами в 2017 г. составила 113,8 руб. (812,9 – 699,1).

Рейтинг по численности безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите с 2012 г. по 2017 г. отличался достаточно равномерной динамикой [3].

Показателями, наихудшим образом повлиявшими на рейтинг Брестского региона, являются высокая плотность населения, а также численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите.

Лидером по вводу в эксплуатацию жилых домов на 1 000 чел. населения на рассматриваемом промежутке времени была и остается Минская область, аутсайдером – Витебская область.

Индекс инвестиций по регионам отличался неустойчивой динамикой. В среднем за шесть лет наибольший индекс наблюдался в Витебской области (128,7%), наименьший – в Гомельской области (64,3%). Брестский регион занимает вторую позицию в рейтинге по этому показателю.

Данные свидетельствуют о том, что данный регион занимает далеко не лидирующие места в оценке. Вывод подтверждается и интегральным показателем. Индекс социально-экономического развития региона с 2012 по 2017 г. ниже среднего уровня (0,4285) и составляет 0,336.

В 2015-2017 гг. ситуация в Брестской области улучшилась. По большинству показателей Брестский регион имеет общий рейтинг выше среднего в рассматриваемом промежутке времени.

Исследовательский центр ИПМ в отчете «Конкурентоспособность регионов Беларуси в 2017–2018 гг.: от базовых факторов к эффективности рынков» опубликовал Индекс конкурентоспособности регионов Беларуси [4].

Как отмечается в данном исследовании, среднее значение Индекса конкурентоспособности регионов (показатель для Беларуси в целом) в 2017 году выросло с 3,03 до 3,07 пунктов. При этом минимальное значение не изменилось (2,73 – Могилевская область), максимальное увеличилось с 3,57 до 3,65 – в Минске. Наибольшее увеличение индекса в 2018 году произошло в Гродненской области (на 7,1%), наибольшее снижение – в Брестской области (на 5,2%). В 2017 году выше среднего по стране были индексы конкурентоспособности Минска и Брестской области, а в 2018 году – только Минска.

Результаты анализа могут быть использованы не только для ранжирования регионов по уровню их развития, но и для выделения их слабых сторон, затрудняющих формирование благоприятного имиджа, а также для выявления сильных сторон, которые могут быть положены в основу создания имиджа.

Достаточно интересной представляется оценка внутреннего имиджа регионов для населения Республики Беларусь [5]. Основные критерии, которые формируют благоприятную репутацию региона, следующие (по степени предпочтения):

1. Уровень доходов населения и занятость (25%);
2. Финансово-экономическое состояние региона (23,2%);
3. Уровень развития рыночной инфраструктуры (21,4%);
4. Уровень развития реального сектора экономики (17,9%);
5. Природно-ресурсная база (14,3%).

Брестский регион является менее привлекательным на фоне г. Минска и Минской области, однако занимает позиции выше среднего по большинству экономических показателей.

Таким образом, представленные подходы к оценке показателей, характеризующих существующий имидж регионов Республики Беларусь, позволяют выявить направления формирования нового или укрепления существующего имиджа Брестского региона, основанные на выявленных сильных сторонах. В дальнейшем это потребует развития инфраструктуры, позволяющей продвигать положительный имидж региона, что в свою очередь будет способствовать укреплению его конкурентоспособности.

Литература

1. Кизима, М. А. Имидж региона как фактор устойчивости его развития в условиях глобализации / М. А. Кизима // Современный мир в условиях глобализации: противостояние кризису и модернизация политических систем. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2010. – С. 22–27.
2. [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://1reg.by/2018/02/15/predpriyatiya-brestskoy-oblasti-bolshe-investirovali-za-rubezh-chem-inostrancyi-v-brestskiy-region/> – Дата доступа: 25.09.2018.
3. [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://brest.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/public_compilation/index_10907/ .– Дата доступа: 26.09.2018.
4. [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://region.ej.by/minsk/2018/09/26/sostavlen-reyting-konkurentosposobnosti-regionov-belarusi.html>. – Дата доступа: 26.09.2018.
5. Лисиченок, Е. П. Репутация (имидж) региона как нематериальный фактор, определяющий его конкурентоспособность: сущность и подходы к оценке / Е. П. Лисиченок // Инновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука: сборник научных статей / Редкол.: Т. В. Борздова (отв. ред.) [и др.]. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2013. – С. 98–100.

УДК 338

Булатова А. С., Бабок Е. А., студенты,
УО «Белорусский национальный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

ИНВЕСТИЦИИ КАК ОСНОВНОЙ РЕСУРС РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Основой устойчивого развития и обеспечения социально-экономической безопасности является экономика, базирующаяся на инновациях, эффективном использовании национальных ресурсов и сравнительных конкурентных преимуществ страны.

Нужна смешанная стратегия структурной перестройки экономики: в одних секторах – догоняющее развитие при активном заимствовании передовых зарубежных технологий и институтов, в других – стратегия лидерства с максимальным использованием собственных продвинутых разработок и инноваций и конкурентных преимуществ.

Логика структурной перестройки экономики исходит из того, что акцент должен быть сделан на опережающее развитие науки и высокотехнологичных производств.

продвижение инновационных технологий и их продуктов в традиционный сектор экономики. Качественно новое развитие человеческого потенциала предполагает ускоренное развитие секторов экономики, определяющих его воспроизводство и обеспечивающих высокий уровень качества жизни населения. Критериями для выбора приоритетов в отраслевом разрезе являются: растущие рынки сбыта, доступность сырья, наличие научного задела, низкая материалоемкость и высокая наукоемкость [1, с. 41].

В течение последних двух десятилетий проблема инноваций постоянно находится в центре внимания экономистов и ученых разных стран мира. Вопросы инновационной деятельности являются ключевыми для большинства индустриально развитых стран, поскольку в условиях глобализации и выхода экономики на постиндустриальный уровень развития инновации превращаются в важнейший фактор конкурентоспособности. Способность к созданию и практическому использованию инноваций становится необходимым условием достижения качественного экономического роста.

Национальная инновационная система представляет собой совокупность государственных органов (организаций), регулирующих отношения в сфере инновационной деятельности, юридических и физических лиц, осуществляющих и (или) обеспечивающих осуществление инновационной, научной, научно-технической и образовательной деятельности в пределах национальных границ, а также комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационный процесс и функционирование системы в целом.

Термин «инновация» происходит от латинского «*novatio*», что означает «обновление» (или «изменение») и приставке «*in*», которая переводится с латинского как «в направлении», если переводить дословно «*Innovatio*» — «в направлении изменений».

Основным документом, обеспечивающим реализацию важнейших направлений государственной инновационной политики, является Государственная программа, которая направлена на достижение приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы в области эффективных инвестиций и ускоренного развития инновационных секторов экономики.

Стратегия инновационного развития республики, предусмотренная Государственной программой, заключается в синтезе внедрения технологий, относящихся к V и VI технологическим укладам, и индустриально-инновационного развития традиционных секторов экономики. При этом в одних секторах предстоит реализация стратегии лидерства на основе собственных разработок и инноваций, а в других – «догоняющее» развитие при активном заимствовании передовых зарубежных технологий и институтов.

Целью Государственной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов, базирующихся на производствах V и VI технологических укладов.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач: 1) формирование и ускоренное развитие высокотехнологичных секторов национальной экономики; 2) обеспечение конкурентоспособности традиционных секторов национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий; 3) развитие и повышение эффективности функционирования национальной инновационной системы на основе формирования рынка научно-технической продукции и благоприятной среды для осуществления инновационной деятельности.

Приоритетными направлениями инновационной деятельности на 2016–2020 годы являются: энергетика, в том числе атомная энергетика, и энергоэффективность; агро-

промышленные технологии и производство; промышленные и строительные технологии и производство; медицина, фармацевтика; химические технологии, нефтехимия; национальная безопасность и обороноспособность, защита от чрезвычайных ситуаций [2].

Для реализации стратегии инновационного развития предприятий, а также для стабильного развития экономики, обеспечения устойчивого экономического роста необходимы инвестиции. Инвестиции играют весьма важную роль в экономике. Активный инвестиционный процесс предопределяет экономический потенциал страны в целом, способствует повышению жизненного уровня населения. Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов зависит в значительной степени от объемов и форм осуществляемых инвестиций.

"Инвестиции" – слово иностранного происхождения (от лат. *investire*, нем. *investition*), в переводе – долгосрочное вложение капитала в какие-либо объекты, социально-экономические программы, проекты в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода и социального эффекта [2, с. 13]. Под инвестициями понимаются денежные средства, ценные бумаги и иное имущество, в том числе имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. В современных условиях многообразных и сложных экономических процессов на внутреннем и внешнем рынках острой проблемой является эффективное вложение капитала с целью его приумножения, или инвестирование.

Стратегической целью инвестиционной политики является привлечение инвестиций в основной капитал и их приоритетное направление в инновации, производство с высокой добавленной стоимостью, развитие человеческого потенциала и сферы, призванные обеспечить экологическую и социально-экономическую безопасность страны [1, стр. 140].

Инвестиционная политика на период 2021–2030 годы предусматривает приоритетное использование инвестиционных ресурсов в человеческий потенциал, развитие высокотехнологичного сектора экономики на основе использования инновационных технологий, обеспечивающих выход на лидирующие позиции в мире по отдельным направлениям научно-технического развития, вхождение в группу стран-лидеров по ряду прорывных производств.

Сегодня, как никогда, очевидно, что конкурентоспособность экономики государства достигается, когда научно-технический прогресс, новые и высокие технологии становятся приоритетным направлением развития народного хозяйства. Учитывая это, Республика Беларусь стремится урегулировать научную и инновационную деятельность путём создания правовых, экономических, социальных, организационных и других условий, обеспечивающих создание "под ключ" производств новой конкурентоспособной продукции на основе современных экологически чистых, безопасных, энерго- и ресурсосберегающих технологий в интересах развития экономики и повышения уровня жизни населения.

Литература

1. [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 20.02.2018.
2. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы: указ Президента Республики Беларусь 31 января 2017 г. № 31.

Бунько С. А., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ ГОРОДА

В Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года отмечается необходимость переориентирования региональной политики на приоритетное развитие городов, располагающих для этого благоприятными предпосылками, являющихся центрами и подцентрами региональных систем расселения. Исходя из этого, принципиальной особенностью региональной политики в ближайшие годы является переход от поддерживающих мер, применяемых на всей территории страны, к мерам, обеспечивающим концентрацию ресурсов на ключевых направлениях, способных обеспечить максимальную отдачу и получение долгосрочных эффектов устойчивого развития регионов и республики в целом, а именно:

- разработка и реализация во всех административно-территориальных единицах областей местных стратегий устойчивого развития на принципах партнерства местных органов власти и общественности;
- переход от централизованного перераспределения государственных ресурсов между административно-территориальными единицами к их самофинансированию с использованием стимулирующих механизмов.

В настоящее время в Беларуси стратегия устойчивого развития разрабатывается только на национальном уровне. В рамках проекта международной помощи ЕС «Поддержка регионального и местного развития в Беларуси» сформированы рекомендации по разработке региональных стратегий устойчивого развития, на основе которых в 2015 году всеми областями сформированы их проекты. В основе рекомендаций лежат основополагающие принципы устойчивого развития, сформулированные Европейской сетью устойчивого развития. Однако данными рекомендациями не предусматривается использование сценарного подхода, предполагающего проведение качественного и количественного анализа возможных альтернатив развития города, определение наиболее вероятных сценариев развития.

Сценарный подход является наиболее приемлемым для прогнозирования и планирования развития территориально-административных образований ввиду высокой степени неопределенности и нестабильности их развития. Данный подход представляет собой имитационное моделирование без использования жесткой формализации, то есть не требует использования математических моделей. Сценарный подход предполагает формулирование долгосрочных целей развития территорий (прогнозирование), среднесрочных и краткосрочных (планирование), а также определение путей их достижения, сущность которых состоит в наиболее эффективном использовании ресурсов, в том числе, с точки зрения различной их комбинации.

Таким образом, будем под сценарным подходом понимать способ моделирования возможных путей развития города в будущем в условиях неопределенности развития с учетом факторов, влияющих на протекающие социально-экономические процессы.

На основе ранее проведенных исследований [1, 2] нами разработаны сценарии развития г. Бреста на долгосрочную перспективу с учетом основных внешних вызовов развития: а) усиление глобальной конкуренции, как на рынках товаров, финансов.

технологий, так и систем управления; б) возрастание роли нематериальных активов, человеческого капитала в устойчивом развитии; а также с учетом, что конкурентоспособность г. Бреста относительно других областных центров Беларуси находится на высоком уровне и характеризуется большей устойчивостью.

Пессимистический сценарий развития Бреста

Условием развертывания такого сценария является ухудшение как внутренних, так и внешних условий развития, снижение конкурентоспособности города. Празднование тысячелетия Бреста и связанные с ним реализация инвестиционных проектов строительства объектов инфраструктуры; благоустройство городского пространства, преобразование облика г. Бреста в первое время создадут видимость благополучия. Вполне возможно, запланированные мероприятия вызовут недовольство со стороны населения города, в связи с тем, что в сложных экономических условиях выделенные на празднование финансовые средства целесообразнее было бы направить на стабилизацию экономического положения и развитие экономики.

Относительная стабильность и некоторый рост будет наблюдаться в транспортной сфере благодаря выгодному географическому положению и развитию транспортной инфраструктуры. Однако, ввиду специализации экономики г. Бреста на производстве пищевой продукции, в условиях сокращения спроса на товары брестского производства (как внешнего, так и внутреннего) в результате снижения реальных доходов населения, нарастания запрещающих мер к ввозу белорусских пищевых продуктов на территорию Российской Федерации, предприятия города сократят производство продукции. В отсутствие действий по формированию и продвижению конкурентоспособного туристического продукта, преимущества г. Бреста будут не реализованы и туризм не сможет стать драйвером развития сопутствующих сфер. В результате сократится объем налоговых поступлений, вследствие чего снизятся возможности городского бюджета осуществлять расходы на реализацию городских программ, что может повлечь за собой нарастание экологических проблем, проблемы занятости, увеличение оттока молодежи. Неблагоприятная ситуация негативно повлияет на возможности осуществления функций областного центра в части проведения масштабных событий национального и международного уровня, финансирования благоустройства города, реализации городских программ. Возможен отказ от традиционных городских, республиканских, международных культурных и спортивных мероприятий.

Несколько снизятся темпы роста численности населения. В ближайшие 1–2 года, вероятно, будет сохраняться небольшой естественный прирост населения, в первую очередь, благодаря государственной политике поддержки рождаемости. Однако в дальнейшем возможно возвращение к отрицательному сальдо естественного прироста населения. Ухудшение качества городской среды, снижение темпов роста реальных доходов населения (возможно, и их отрицательной динамики) приведет к оттоку трудоспособного населения, в первую очередь, высококвалифицированных специалистов. Скорее всего, выровняются показатели миграционного притока и оттока, поскольку ожидания мигрантов относительно повышения уровня жизни не будут оправдываться. Вследствие этого, качественно и количественно понизится уровень трудовых ресурсов, поскольку уровень квалификации прибывающих в Брест в рамках миграционного процесса будет существенно ниже, чем у уезжающих из Бреста. В целом пессимистический сценарий еще 2–3 года будет создавать видимость благополучия. Однако износ основных фондов, высокий уровень издержек ввиду отставания технологического развития, низкая инноватизация производства основных видов продукции, значительно снизят конкурентоспособность продукции предприятий Бреста.

Развитие данного сценария будет характеризоваться стагнацией экономики, сохранением среднелюдского валового городского продукта (ВГП) на прежнем уровне либо его колебаниями в пределах $\pm 1,0\text{--}2,0\%$, потерей привлекательности для инвесторов и усилением социальной напряженности.

Умеренно-оптимистичный сценарий

Сценарий предполагает сохранение конкурентных позиций г. Бреста и умеренное их улучшение по сравнению с сопоставимыми городами, для чего в настоящее время существует ряд предпосылок:

- развитая обрабатывающая промышленность с накопленным маркетинговым потенциалом;
- большое количество реализуемых инвестиционных проектов в преддверии тысячелетия города;
- внимание к развитию туристической отрасли со стороны органов власти;
- предстоящее масштабное празднование тысячелетия Бреста;
- формирующийся имидж города как столицы гандбола и существенные шаги в развитии футбола.

Основой для развертывания умеренно-оптимистического сценария является формирующийся позитивный имидж г. Бреста как города с успешной свободной экономической зоной, высокой предпринимательской активностью населения; города, где заботятся об экологии и активно развивается спорт; города, дружественного детям, и руководством города, открытым для инноваций.

Сценарий предполагает умеренное развитие города, в большей степени, за счет развития традиционных отраслей, существующих и новых предприятий. Сохранится тенденция направления основной части инвестиций в основные фонды (строительство производственных помещений и закупка оборудования). Экономический рост будет обеспечиваться умеренным развитием транспортной отрасли, более глубоким проникновением обрабатывающих предприятий на существующие рынки и их выходом на новые рынки. Широкомасштабное празднование тысячелетия г. Бреста в совокупности с реализацией проектов, направленных на изменение облика города, станет толчком развитию туризма впечатлений. В свою очередь, развитие туризма даст дополнительный импульс для развития малого и среднего предпринимательства и создания новых рабочих мест, однако революционных изменений в сфере туризма не произойдет.

Качество городской среды будет улучшаться за счет реализации программ развития велосипедной сети города, дальнейшего расширения парковых зон, благоустройства дворовых площадок. Существующие культурные проекты сохранятся и получат развитие.

Повышение уровня доходов населения, улучшение качества городской среды, реализация социальных программ позволит сохранить уровень рождаемости и естественного прироста населения, сократить отток молодежи из Бреста, переломить тренд последних лет уменьшения миграционного прироста и повысить качество миграционных ресурсов. Темп роста ВГП составит порядка $2,0\text{--}4,0\%$ в год. При этом основой роста будет промышленное производство (в первую очередь, обрабатывающая промышленность) и транспортная сфера. Однако такое развитие является неустойчивым, поскольку в значительной степени зависит от темпов роста промышленного производства.

Оптимистичный сценарий.

Сценарий базируется на стимулировании инновационной, творческой активности населения и предполагает опережающее развитие Бреста по сравнению с сопостави-

мыми городами в направлении создания «умного города» («smart city»). Основными предпосылками разворачивания такого сценария развития Бреста являются:

- открытость инновациям со стороны руководства города;
- активизация деятельности Брестского научно-технологического парка, разработка стратегии научно-технического развития Брестской области; поддержка стартап-идей молодежи; опыт организации для студентов школ лидерства;
- высокая предпринимательская активность населения;
- подготовка к реализации проекта "Брест СимбиоСити";
- развитая научно-техническая база БрГТУ;
- активная работа по созданию бренда Бреста к его тысячелетию;
- повышение активности городского сообщества: увеличение количества общественных организаций, в том числе в сфере экологии.

Реализация сценария означает переход к экономике, основанной на создании высокой добавленной стоимости за счет инновационной деятельности. В его рамках приоритетом является превращение инноваций в ведущий фактор экономического роста во всех секторах экономики, снижение энергоемкости, увеличение доли инновационной продукции в общем объеме выпуска. Это предполагает создание условий для инновационной деятельности, стимулирования инновационной активности населения. Можно будет ожидать возвращения в город жителей, уехавших в г. Минск либо за пределы страны из-за отсутствия возможности реализовать свой потенциал в г. Бресте, а также привлечения молодежи из других регионов страны.

Максимальное использование коммуникационных конкурентных преимуществ, в основе которых лежит празднование тысячелетия города, даст толчок развитию туризма впечатлений, придаст большую известность существующим объектам событийного туризма, а также медицинского, косметологического и спортивного туризма.

Качество городской среды улучшится за счет ее интеллектуализации и экологизации в соответствии с концепцией «умного города», которая является не просто трендом социально-экономического и научно-технического развития, но новой философией города, понимающей сам город как инновацию, решающую задачи интеллектуализации его различных систем: энергетики; транспорта; водоснабжения и водоотведения; управления городом и безопасности. Значительно увеличится площадь зеленых насаждений и зон отдыха, включая благоустройство выходов к реке Мухавец. Существующие культурные проекты сохранятся и дополнятся новыми проектами, связанными с научными и деловыми контактами.

Повышение уровня доходов населения, улучшение качества городской среды, реализация социальных программ позволит сохранить уровень рождаемости и естественного прироста населения, не только сократить отток населения из Бреста, но и обеспечить устойчивую положительную динамику миграционного сальдо, привлечения высококвалифицированных трудовых ресурсов. Город станет привлекательным для активной, креативной молодежи из других регионов ввиду создания условий для самореализации молодежи, что обеспечит социально-экономический эффект, состоящий в комплексном развитии г. Бреста, обусловленный развитием человеческого потенциала новых поколений. Формируется имидж г. Бреста как восприимчивого к инновациям, самого здорового и экологически чистого города Беларуси. Темп роста ВВП составит порядка 4,0–6,0% в год, а диверсификация экономики создаст условия меньшей зависимости от динамики роста отдельных отраслей.

Характеристика сценариев развития г. Бреста с учетом предпосылок для его реализации, основных принципов и направлений реализации, а также возможных рисков развития приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика сценариев развития Бреста

Характеристика	Пессимистичный	Умеренно-оптимистичный	Оптимистичный
Предпосылки реализации	нарастание внешних угроз, пассивность органов власти; недостаток квалифицированных кадров; сокращение налоговых поступлений	стабилизация внешних условий, недостаточная активность органов власти	стабилизация внешних условий, активная позиция органов власти и городского сообщества; готовность к сотрудничеству в целях достижения устойчивого развития
Основные принципы реализации	концентрация усилий на сохранении достигнутых результатов	содействие дальнейшему развитию тягачей экономики, малого и среднего предпринимательства	стимулирование инновационной и творческой активности населения
Основные направления реализации	сбалансированная социальная политика по поддержке населения	улучшение предпринимательского климата; развитие логистического потенциала; развитие туризма по доступным ценам	создание условий для самореализации молодежи; повышение туристической привлекательности и комфортности среды жизнедеятельности
Возможные риски развития	сокращение производства, дефицит инвестиций; сокращение налоговых поступлений; нарастание социальных и экологических проблем; увеличение оттока населения	снижение рентабельности традиционных отраслей; нарастание экологических проблем; отток молодежи на прежнем уровне; усиление зависимости от традиционных рынков	неблагоприятные внешние условия для активного развития экономики; сложности с привлечением инвестиций в новое производство; увеличение расходов городского бюджета

В целях повышения конкурентоспособности г. Бреста и обеспечения его устойчивого развития рекомендуется в качестве базового выбор оптимистичного сценария и разработка механизмов его реализации.

Литература

1. Бунько, С. А. Методика оценки конкурентоспособности города на примере г. Бреста / С. А. Бунько // Вестник Брест. гос. техн. ун-та. – 2017. – № 3 : Экономика. – С. 66–71.
2. Бунько, С. А. Имидж города как фактор его конкурентоспособности / С. А. Бунько // Вестник Брест. гос. техн. ун-та. – 2018. – № 3 : Экономика. – С. 73–77.

Voytovych Nataliya, Ph.D., Associate Professor of Marketing Department
Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine
and Biotechnologies Lviv, Lviv, Ukraine

Polyak Yliya, postgraduate of Marketing Department
Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine
and Biotechnologies Lviv, Rivne, Ukraine

THE REAL SITUATION OF FOREIGN DIRECT INVESTMENTS OF DEVELOPED COUNTRIES AND UKRAINE

Introduction. The international investment has been shaped to take on an important new dimension in recent years with the expansion of FDI from developed, developing and transition economies. The rapid economic growth, high commodity prices and liberalization have been feeding a boom in outward investment from these groups of economies, reaching together \$193 billion in 2011, the highest level ever recorded, and corresponding to 16% of world outflows; ten years ago that share was only 7%. This rise is of particular relevance to low-income countries since most of the outflow investment remains within developing and transition economies.

Although the bulk of South-South FDI is intraregional in the nature, there are some indications that TNCs based in developing countries and transitions economies are increasingly venturing beyond their neighbouring regions and have begun to invest in each other included technology transfer. However, technology and other firm-specific advantages are the key to further growth of investment amid intensified competition in FDI.

Literature review. FDI refers to long-term participation by a country in another country, and this involves participation in management, Zhang [12], joint-venture, transfer of technology, and expertise. There are two types of FDI as indicated by Damooei and Tavakoli [3], that is, inward foreign direct investment and outward foreign direct investment, resulting in a net FDI inflow (positive or negative). For an investment to be regarded as an FDI, the parent firm needs to have at least 10% of the ordinary shares of its foreign affiliates, but investing firm may also qualify for an FDI if it owns voting power in a business enterprise operating in a foreign country [7].

It is acknowledged that technology upgrading constitutes a critical element of the development process. In this regard, the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) member countries placed a strong emphasis on attracting DFI flows as a means of promoting technology transfer [5].

It is argued that technology transfer through FDI has the effect of stimulating competing firms in the domestic market to carry out technological upgrading. Employees can also learn the technology while working for the firm, and some of them may start their own ventures using the acquired technology [2]. For industry, in long term, it is a cost-efficient opportunity to get the newest knowledge and the best solutions for their technological problems [11].

In their respective positions towards DFI and technological upgrading, ASEAN economies have exhibited a diversity strongly conditioned by their economic situation and policy experience [1].

The common thread in the ASEAN experience included; ASEAN economies consistently sought multinational production technology for purpose of modernizing their manufacturing sector with economies undertaking an import-substitution strategy seeking external investments in the "mainline" development industries such as textile production and automobile assembly,

eventually switching to export-promotion stances, seeking multinational enterprises (MNEs) serving global markets; provision of investment incentives and assistance for upgrading of labor skills; and undertaking policies, including lower tariffs or duty-free importation and tax deductions for various categories of costs, to assist companies relocating their production in reducing variable production costs, especially in the sourcing of inputs [5].

A study examining national R&D projects for technological learning in Korea showed that R&D plays an important role in indigenous technology capabilities (TCs) building in not only searching for appropriate technology but also absorbing, adapting, and “innovating” the technology [4].

Research results. The moderate recovery in global FDI flows expected in 2017 reflects accelerating economic growth in all major regions, a strong performance of stock markets and a rebound in world trade volume. The improving macroeconomic outlook has had a direct positive effect on the capacity of MNEs to invest. The 2017 UNCTAD Business Survey indeed indicates renewed optimism about FDI prospects [9, p. 3].

Developing economies are likely to see a 10 per cent increase in inflows in 2017, not yet fully returning to the 2015 level, while flows to developed economies are expected to hold steady. Among regions, FDI prospects vary (table 1).

Table 1 – FDI inflows by group of economies and region, 2014–2016, and projections, 2017 (Billions of dollars and per cent) [9, p. 4]

Group of economies/region	2014	2015	2016	Projections
				2017
World	1 324	1 774	1 746	1 670 to 1 870
Developed economies	563	984	1 032	940 to 1 050
Europe	272	566	533	560
North America	231	390	425	360
Developing economies	704	752	646	660 to 740
Africa	71	61	59	65
Asia	460	524	443	515
Latin America and the Caribbean	170	165	142	130
Transition economies	57	38	68	75 to 85
<i>Memorandum: annual growth rate (per cent)</i>				
World	-8	34	-2	(-4 to 7)
Developed economies	-18	75	5	(-9 to 2)
Europe	-20	108	-6	~5
North America	-15	69	9	~-15
Developing economies	4	7	-14	(2 to 15)
Africa	-4	-14	-3	~10
Asia	9	14	-15	~-15
Latin America and the Caribbean	-3	-3	-14	~-10
Transition economies	-33	-34	81	(10 to 25)

Ukraine is currently in a very tense macroeconomic and financial situation. One problem area is the attraction of foreign direct investment (FDI). In 2014, only about USD 400 ml (equivalent to 0.2% of GDP) have been attracted on a net basis, which is a multi-year low [10]. The inward stock of FDI declined 2014 by about USD 52 bn to USD 47 bn over the year (table 2).

Table 2 – Foreign direct investment (FDI) overview in Ukraine, selected years [10]
(Millions of dollars and per cent)

FDI flows	2005–2007 (Pre-crisis annual average)	2014	2015	2016	2017	<u>as a percentage of gross fixed capital formation</u>			
						2005–2007 (Pre-crisis annual average)	2015	2016	2017
Inward	7 768	410	2 961	3 284	2 202	26.7	25.0	20.1	12.9
Outward	272	111	-51	16	8	0.9	-0.4	-	-
FDI stock	1995	2014	2015	2016	2017	<u>as a percentage of gross domestic product</u>			
						1995	2015	2016	2017
Inward	897	52204	47049	48385	50970	2.3	51.7	51.9	53.1
Outward	84	7 584	7 443	7 469	7 473	0.2	8.2	8.0	7.8

These adverse developments give rise to a number of concerns, as FDI flows serve a dual purpose: They provide stable, long-term capital inflows that can support the external balance of the country, which is still rather shaky, and add to the country's overall investment levels, which are under severe pressure, despite significant reform efforts to improve and deregulate the business and investment climate [9].

Despite the difficult time for the Ukrainian economy, investors say that Ukraine has not lost its reputation in their eyes. Yes, we are still observing a falling economy, political instability and armed conflict, and as a result is a significant rate decline in the inflow of foreign capital investments in our country. However, according to 2016 statistics, everything is not lost. So, it totaled \$ 2.9 billion for the first half of 2016, according to the State Statistics Service, the inflow of direct foreign investments in the Ukrainian economy [6].

In order to increase the likelihood of the attraction of genuine foreign capital to Ukraine, significant obstacles to attracting foreign direct investment must be eliminated. The volumes of foreign direct investment from EU countries to the Ukrainian economy are shown in the table 3.

According to the data provided (Table 2), Cyprus remains the key investor with an investment of \$ 9925,4 million over the period. The largest volumes of foreign direct investments were made to the industry – \$ 464,4 million, financial and insurance activities – \$ 248,8 million. Also, the volume of foreign direct investments (equity) of enterprises – residents of Ukraine in the economy of the world for 9 months amounted to \$ 10,2 million [8].

Table 3 – Foreign direct investment (equity) from EU countries to the economy of Ukraine * [8]

	Volumes of foreign direct investment as of July 1, 2017 (USD million)	In% to the total
Total from EU-28	27387,3	100,0
Cyprus	9925,4	36,2
Netherlands	6326,1	23,1
United Kingdom	2155,8	7,9
Germany	1741,0	6,4
France	1334,1	4,9
Austria	1307,3	4,8
Luxembourg	988,2	3,6
Poland	800,4	2,9
Hungary	791,6	2,9
Other EU countries	2017,4	7,3
<i>Reference:</i>		
Total in Ukraine	38981,5	x
Total from EU-15 countries	15134,0	x

* (without taking into account the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol, and parts of the zone of conducting an antiterrorist operation)

Ukraine is considered as a leader in investment potential in the agribusiness sector. The share of agrarians in total exports exceeds is 40%. For comparison, the share of exports of steel products is in a half less and engineering products – three times less. In addition, because of a permanent global rise of food prices, agriculture in the extremely attractive for investment industry. According to various estimates, Ukraine has from 25 to 30% of world reserves of black earth. So, it created the opportunities for growing environmentally friendly (organic) products, whose worldwide consumption is growing rapidly. Besides, we already got the experience in this field. About 400 thousand hectares of Ukrainian land are certified for organic farming. And the products grown on these lands are demanded in the European Union [6]. The prospects for FDI flows to Ukraine, the country most affected by conflict, are unlikely to pick up in the short term. Even though industries such as agribusiness and information technology offer good potential, the perceived risk of investing in the country remains high.

Conclusions. It can be concluded that foreign direct investment may promote economic development by contributing to productivity growth and exports in the host countries. However, the exact nature of the relation between foreign direct investment and the host economies vary between industries and countries. It is reasonable to assume that the characteristics of the host country's industry and policy environment are important determinants of the net benefits of FDI which include industrial growth, improved technology, and infrastructure in the country. It is contended that FDI not only provides the countries with much needed capital for domestic investment but also creates employment opportunities and helps transfer of managerial skills and technology, all of which contribute to economic development. Thus, there is recognition for the need to foster a favourable climate for attracting FDI in order to contribute economic development Ukraine.

References

1. Chia, S. Y. Foreign direct investment in ASEAN economies // Asian development review. – 1993. – P. 60–102.
2. Chia, S. Y. Singapore: advanced production base and smart hub of the electronics industry. In W. Dobson & S. Y. Chia (Eds.). Multinationals and East Asian Integration. – 1997. – P. 31–61. Canada and Singapore: International Development Research Centre, Canada and Institute of Southeast Asian Studies.
3. Damoeei, J., & Tavakoli, A. The effects of foreign direct investment and imports on economic growth: a comparative analysis of Thailand and The Philippines // Journal of Developing Areas. – № 39(2). – 2006. – P. 79–100.
4. Lee, T. J. Technological learning by national R&D: the case of Korea in CANDU-type nuclear fuel // Technovation. – № 24. – 2004. – P. 287–297.
5. Montes, M.F. Direct foreign investment and technology transfer in ASEAN // ASEAN Economic Bulletin. – Vol. 14. – No. 2. – 1997. – P. 176–189.
6. Prospects for the retention and attraction of investments into the economy of Ukraine News Flash, Accace Ukraine. – URL: <https://accace.com/3-fastest-growing-ukrainian-industries-invest-2017/>. – 2017.
7. Sharma, B., & Gani, A. The effects of foreign direct investment on human development // Global Economy Journal. – № 4(2), 9. – 2004.
8. State Statistics Service of Ukraine. – URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. UNCTAD. World Investment Report. Investment and the Digital Economy: United Nations Conference on Trade and Development, 2017 – 252 p.
10. UNCTAD. World Investment Report. – URL: <http://unctad.org/wir> or <http://unctad.org/fdistatistics>. – 2018.
11. Voytovych N. The role of international technology transfer offices in EU countries // Management and Education. – Burgas, Bulgaria, 2017. – Vol. 13 (2). – P. 32–39.
12. Zhang, K. How does FDI affect economic growth in China? Economics of Transition. – № 9(3). – 2001. – P. 679–693.

УДК 331.101.262

Высоцкий О. А., д. э. н., профессор,

Хвисевич Н. Ю., м. э. н., аспирант,

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТА, ПРЕУСПЕВАЮЩЕГО В СВОЕМ РАЗВИТИИ

Цель Комплекса мер на 2016–2020 гг. по стимулированию внедрения в экономику страны передовых методик и современных международных систем управления качеством [5] повысить конкурентоспособность организаций за счет внедрения современных систем менеджмента и передовых техник эффективного менеджмента.

Для достижения этой цели в Комплексе мер поставлена задача – «обеспечить повышение компетентности, стимулирования, мотивации руководителей и специалистов для перехода на требуемые рынком новые уровни стратегического мышления, системного менеджмента и внедрения инноваций».

В Комплексе мер разработаны мероприятия для научных исследований и разработки передовых подходов к менеджменту для приоритетных отраслей экономики. В мероприятия включены задачи, предусматривающие:

- развитие методологии мотивации и стимулирования руководителей и специалистов организаций для повышения эффективности менеджмента и устойчивого развития организаций в рыночных условиях;
- развитие моделей и методологии применения и внедрения в практику работы инженерно-экономических методов, техник качества и эффективного менеджмента.

Компетентность в области качества и эффективного менеджмента предусматривает:

- повышение уровня подготовки студентов инженерно-технических специальностей в области техник качества и эффективного менеджмента;
- создание методик обучения новым востребованным рынкам дисциплинам в области техник качества и эффективного менеджмента.

Программа в комплексе мероприятий предусматривает включение в типовые учебные планы и программы по учебным предметам профессионального компонента профессионально-технического, среднего специального и высшего образования вопросов нормирования, стандартизации оценки соответствия, техник качества и эффективного менеджмента для получения обучающимися знаний и навыков создания отечественной конкурентоспособной продукции.

В стандарте качества ISO/DIS 9004 (2008 – 02 –31) «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиции менеджмента» [2] включены вопросы: менеджмента человеческих ресурсов, компетентности персонала, вовлеченности и мотивации персонала, знаний, инноваций и обучения. Все эти вопросы должны сформировать новый образ специалиста, обладающего стратегическим мышлением, способного управлять процессами устойчивого развития организации и создавать условия устойчивой конкурентоспособности организаций на современных рынках. Практически речь идет о внедрении в практику производственно-хозяйственной деятельности организаций Инновационных Технологий Эффективного Менеджмента создающих условия устойчивого развития организации.

Десятки имен у главного достопримечательности японского города Киото и, вероятно, самой большой его ценности, и десятки толкований сути, какую вложил столетия назад мудрый монах Соами в пятнадцать черных необработанных и разных по величине камней, разбросанных по белому песку. Пятнадцать камней и столько их указано в путеводителе. Но на самом деле замечаешь лишь четырнадцать. Пятнадцатого же камня перед глазами нет. Его загораживают соседние. Делаешь шаг по деревянной галерее, протянувшейся вдоль края песчаного прямоугольника, и снова четырнадцать камней. Пятнадцатый – тот, что до сих пор прятался, теперь оказался в их числе, а исчез другой камень [1].

Характеристики делового человека, специалиста, выпускника высшего учебного заведения, в каждой конкретной ситуации его профессиональной деятельности, то появляются, то исчезают, и от того, насколько полно они проявляются, зависит уровень грамотности в процессах принятия решений специалистом.

Япония обошла американского и западноевропейского конкурентов по многим показателям. С 1950 по 1973 гг. среднегодовой рост в Японии внутреннего продукта составил 10,5 процента. Для всего остального мира он был вдвое меньше. В 1985 году объем японского валового продукта, достигший 1348 миллиардов долларов США, уступал лишь американскому. Производительность труда в японской обрабатываю-

щей отрасли в течение 1970-х и 1980-х годов возрастала в среднем на 8,2 % в год, в то время как в США – на 3,3 %, и соответственно, в ФРГ – на 5,5% [1]. «Трудолюбие – вот основа духовного сплочения в структуре нашего промышленного производства», – провозгласила Федерация японских предпринимателей.

Владимир Цветов [1] пишет. Разговор с менеджером Рюити Хасимото начался с моего вопроса: почему американский бизнесмен вкладывает деньги сначала в капитальное строительство, в технологию, в оборудование и только потом в персонал, тогда как, японский бизнесмен прежде в персонал, а уж затем в строительство, технологию, оборудование?

«– «Нынешняя научно-техническая революция требует», – сказал Хасимото, – максимального использования человеческих способностей, знаний, энтузиазма». Орудовать кувалдой можно было силой, но думать силой не принудишь, причем думать так, чтобы это было полезно и выгодно фирме.

Так в Японии была разработана подготовка специалистов, которые проходили обучение в так называемой школе «дьяволов» (ШД). В данной школе был армейский режим проживания: ранний подъем, поднятие флага, исполнение гимна ШД, зарядка, занятия и отбой. На рукаве формы нашиты семнадцать лент позора, которые необходимо снять, т. е. защитив свою работу. Вот некоторые из них:

- дисциплина – составление отчета, который должен быть лаконичным, четким и полным, а главное – точным;
- занятие – разговор по телефону должен быть вежливым, информативным, коротким (за две минуты дать ответ на любой поставленный вопрос);
- каждый должен объяснить другому быстро и столь же понятно, чтобы тот в одиночку проделал путь, не блуждая и никого не спрашивая (коротко и доходчиво объяснять подчиненным производственные задачи);
- позитивное мышление – совершенно бессмысленный текст в 600 слов надо выучить наизусть без единой ошибки четко грамотно и уверенно, подобным образом и требуется передавать подчиненным приказы;
- научиться быстро и правильно принимать решение на основе полученного приказа;
- не опаздывать с действиями, т. е. ускорить реакцию на «события»;
- добиваться цели, собрав воедино все душевные и физические силы;
- наиболее частая причина невыполнения приказа – чувство стыда за поступок, застенчивость.

Данная теория и подготовка специалиста говорит о том, что необходимо выбирать самые низкие показатели у человека, уже начиная со школы, и доводить их до нужного уровня.

Определив, с какими проблемами сталкиваются молодые специалисты, можно нейтрализовать их влияние на процессы достижения целей.

Вопросы, возникающие у молодых специалистов:

- как прогнозировать свой успех;
- как вести деловой дневник;
- как выполнить анализ эффективности использования своего рабочего времени;
- почему Вы откладываете дела на потом;
- почему Вы пытаетесь слишком много сделать за один раз;
- трудно увязать цели с повседневными планами;
- как освоить самоменеджмент.

Самоменеджмент [3] включает ответы на вопросы делового человека, помогая ему совершенствовать свои деловые качества. Наиболее часто требуются разъяснения по вопросам:

- учёт использования делового времени;
- учёт временных потерь;
- постановки целей;
- формулирование и планирование целей;
- метод АБВ анализа видов работ;
- метод Парето;
- графика трудоспособности человека;
- организация процесса достижения цели.

Проведя диагностику личного уровня организованности, деловой человек анализирует:

- какова техника личной работы;
- насколько он организован;
- какие поглотители времени;
- какие временные потери присутствуют в его графике работы;
- насколько хорошо он справился со своей работой.

Самоменеджмент предлагает деловому человеку два метода самоанализа и самосовершенствования:

- 1) метод самоанализа деловых качеств личности;
- 2) метод самоформирования деловых качеств делового человека.

Теоретический путь делового человека (рисунок 1) практически начинается со школьной скамьи. Годы, прошедшие за школьной партией, определяют основные характеристики творческого развития личности. Десять или одиннадцать лет обучения в общеобразовательной школе определяют первый этап развития личности. Практически именно со школы начинается длинный марафон протяженностью в шестьдесят и более лет, состоящий из девяти этапов и позволяющий молодому человеку определить свое место в жизни.

Завершая обучение в школе и выбирая профессиональный рост, он решает «что завтра?»: рабочий, учащийся ПТУ, техникума или вуза? Человек определяет, куда идти с учетом всех обстоятельств его жизни. Человек входит во второй этап своего «завтра». Студенческие годы пролетают быстро, через четыре – пять лет снова предстоит принять решение «кто ты?» завтра или через пять – десять лет. Этот процесс принятия решения самый ответственный в его жизни, так как решение принимается на всю оставшуюся жизнь. Завершив обучение в вузе, молодой человек становится специалистом, и он должен обладать уже определенным набором деловых качеств, позволяющих ему стать деловым человеком, способным создавать, улучшать и совершенствовать свои деловые качества, свои жизненные цели, свое социальное и общественное положение, свое материальное состояние, свое будущее. Фактически третий этап, этап принятия решений, самый короткий в его творческой биографии, но в то же время он самый ответственный. Он длится год или два, но его влияние распространяется на все остальные этапы, и тут главное правильно распределить скорость своего развития, путь, который надо пройти, условия, при которых придется «бороться» за свое будущее, и ту полноту жизни и творческих сил, которые заложены сопутствовать тебе в твоей жизни.

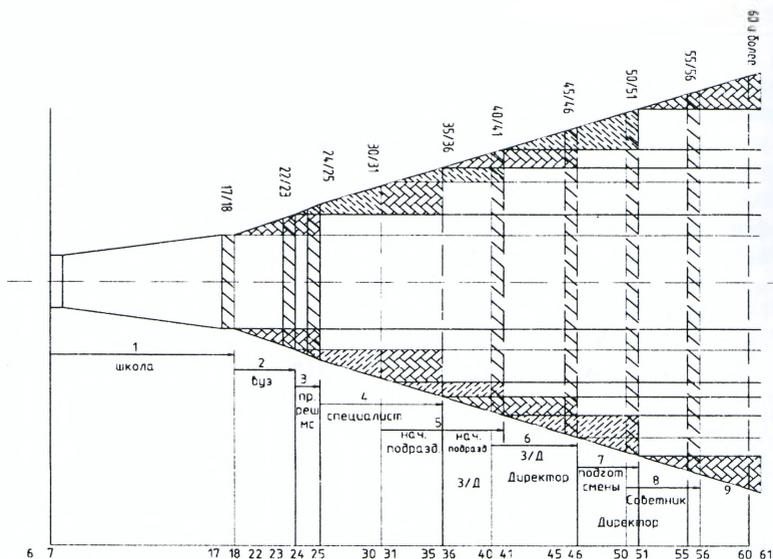


Рисунок 1 – Творческий путь делового человека

Четвертый этап должен длиться примерно от четырех до десяти лет. Специалист на этом этапе опять учится, он пополняет свои знания в области человеческих отношений, в области практики принятия решений, в области совершенствования процессов управления, процессов профессиональной грамотности и надежности устойчивого развития личности. Этот этап определяет специалиста в скорости его развития, в скорости карьерного роста (его движение по служебной лестнице). Специалисту необходимо понимать, что следующая ступень роста – это начальник подразделения, что нужны новые качества, способности, знания, чтобы справиться с этой должностью начальника подразделения. Ему потребуется больше внимания уделять процессам управления производством, людьми и сотрудничества с руководителями разных уровней управления. Он будет отвечать не только за качество своей работы, но и за организацию работы своего подразделения, за качество и своевременность выполнения всех производственных заданий.

Выходя на пятый этап своего развития, на этап начальника подразделения, сотрудник, руководящий небольшой группой специалистов и отвечающий за своевременное и качественное выполнение всех задач подразделения, не допускает срыва производственных заданий, но у него появляются задачи поддержания в коллективе морального климата, позитивных дружеских отношений, взаимопонимания и взаимовыручки. Пятый этап открывает перед специалистом новые знания, новые полномочия, новые обязанности и условия его творческой деятельности. Оглядываясь по сторонам и учитывая скорость его развития, специалист понимает, что следующий этап – это еще больше ответственности, больше обязанностей и соответственно больше людей, с которыми необходимо выстраивать свои взаимоотношения.

Шестой этап – должность заместителя директора предприятия. Специалист достигает этой должности в возрасте 36–41 года и вынужден быть готов к работе уже с рядом подразделений, отвечая за процесс управления одной или несколькими специальными функциями управления. Его ожидает более высокая ответственность, более сложные задачи, большой объем работы, и ему надобно подготовить себя к процессам

управления, охватывающим интересы всего предприятия. Попадая в новую, более высокую среду управления, он словно вступает в процедуру соревнования «кем он является среди прочих заместителей директора». Авторитет и признание его руководителем на уровне заместителей директора еще раз расширяет его профессиональные знания. его возможности управленца, его компетентность в процессах управления организацией.

Седьмой этап наступает в возрасте 40–45 лет, когда специалист достигает зрелости в знаниях процессов управления предприятием и занимает должность директора. Его адаптация к этой должности осуществляется при поддержке заместителей директора и самого директора, который в возрасте 50–56 лет переходит на должность «советника директора» и передает свой опыт в руководстве предприятием «молодому директору».

На следующем, седьмом этапе директор через 5–6 лет начинает отбор резерва кадров и подготовку «будущего» директора из своих заместителей. Директор готовит себе замену, зная, что, когда он станет «советником директора», его опыт и знания будут нужны молодому директору, а его материальное благосостояние не ухудшится.

На восьмом этапе директор становится советником нового директора в возрасте 50–56 лет и более, а ответственность за принимаемые решения и за условия развития предприятия ложится на плечи нового директора.

Завершающий девятый этап у делового человека – специалиста связан с анализом процессов управления устойчивого развития предприятия и с участием во всех представительских мероприятиях, во всех Советах и в процессах подготовки руководящего состава предприятия.

Деловой Человек, зная «модель карьерного роста», готовит себя с учетом личных качеств специалиста и приобретаемых профессиональных знаний и умений, поддержания уровня достаточного здоровья для работы на каждом этапе карьерного роста специалиста.

На базе вышеизложенной информации можно описать модель развития личности делового человека (рисунок 2):

I. Уровень развития профессиональных знаний (УР ПЗн):

- 1) уровень развития профессиональных знаний университета (УР ПЗнУн);
- 2) уровень развития профессиональных знаний производственных технологий (УР ПЗнПрТ);
- 3) уровень развития профессиональных знаний экономики (УР ПЗнЭк);
- 4) уровень развития профессиональных знаний управления (УР ПЗнУпр).

II. Уровень развития здоровья (УР Зд):

- 1) уровень развития физического здоровья (УР ЗдФ);
- 2) уровень развития психологического здоровья (УР ЗдПс).

III. Уровень развития знаний экономики и управления (УР ЗнЭУ):

- 1) уровень знаний основы экономики (УЗн ОЭ);
- 2) уровень знаний делового администрирования (УЗн ДА);
- 3) уровень знаний экономики предприятия (УЗн ЭП);
- 4) уровень развития знаний инновационных технологий эффективного менеджмента (УРЗн ИТЭМ);
- 5) уровень развития знаний стратегии развития личности (УРЗн СтРЛ).

IV. Уровень развития производственных и психологических качеств (УР ПрПсК):

- 1) уровень развития производственно-функциональных качеств личности (УР ПрФКЛ);
- 2) уровень развития деловых качеств личности (УР ДКЛ);
- 3) уровень развития ситуационно-комплексных качеств личности (УР СКО КЛ);

- 4) уровень развития сложности выполняемой работы (УР СВР ДК);
- 5) уровень развития результатов труда при изучении качеств личности (УР РТ КЛ);
- 6) уровень развития стратегического мышления (УР СтМш);
- 7) уровень развития производственно-психологических качеств личности (УР ПрПс КЛ);
- 8) уровень развития организованности личности (УР ОргЛ);
- 9) уровень развития целеустремленности личности (УР ЦЛ);
- 10) уровень развития коммуникативных способностей личности (УР КЛ);
- 11) уровень развития тревожности личности (УР ТрЛ).

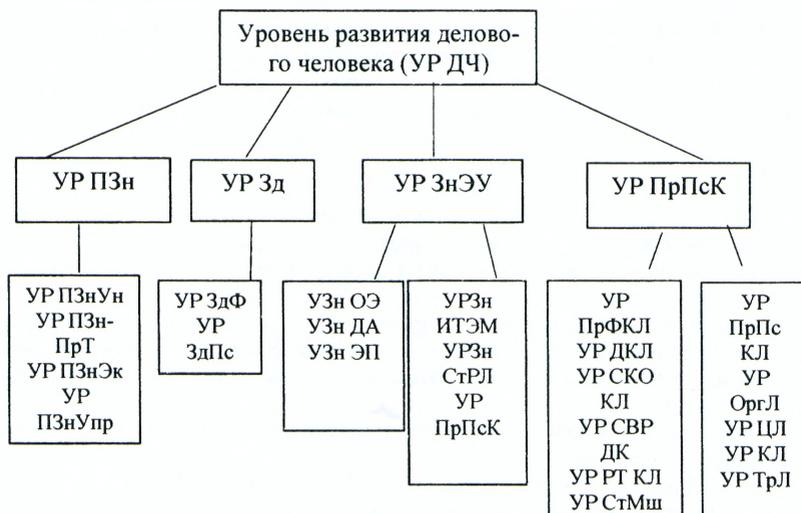


Рисунок 2 – Модель устойчивого развития делового человека

Математическое описание имеет следующий вид:

$$F(\text{УЧ ДЧ}(t)) = (\text{УР ПЗн}(t); \text{УР Зд}(t); \text{УР ЗнЭУ}(t); \text{УР ПрПсК}(t)).$$

Используя модель устойчивого развития делового человека, можно реализовать государственную программу Комплекс мер и сделать конкурентоспособными наших специалистов.

Литература

1. Цветов, В. Я. Пятнадцатый камень сада Рёандзи. – 2-е изд., доп. – М.: Политиздат. 1987. – 366 с., ил.
2. Менеджмент качества. Методические материалы по стандартам ISO серии 9000 версии 2008 года / Под общей редакцией В. Л. Гуревича – Минск: БелГИСС, 2009. – 152 с.
3. Высоцкий, О. А. Руководство по самоменеджменту или деловая книга менеджера. – Брест: Брестский политехнический институт, 1993. – 123 с.
4. Официальный сайт ИСО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iso.org/iso/ru/> – Дата доступа: 05.12.2016.
5. Постановление Совета Министров РБ от 15.09.2016 г № 07/312-255/11704р. Комплекс мер на 2016 – 2020 годы по стимулированию внедрения в экономику страны передовых методик и современных международных систем управления качеством.

Гавриленя Е. В., м. э. н.,
УО «Барановичский государственный университет»,
г. Барановичи, Республика Беларусь

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ЗЕРНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ НА ОСНОВЕ КООПЕРАЦИИ И ИНТЕГРАЦИИ

О необходимости модернизации в нашей стране в последнее время говорится очень много. Теперь речь идет не только о технической модернизации (закупка новых технологий, оборудования, производство новых видов товаров и услуг), а о комплексном подходе – это и техническая, и экономическая модернизация, которая предусматривает внедрение самых совершенных форм управления предприятиями и отраслями, решение вопросов повышения экспортных возможностей и конкурентоспособности экономики. Приоритет модернизации отдан не случайно. В условиях постоянно возрастающей конкуренции на мировых рынках, вступления основных государств-партнеров Беларуси во Всемирную торговую организацию, вхождения Республики Беларусь в состав ТС (Таможенный союз), ЕЭП (Единое экономическое пространство) и ЕАЭС (Евразийский экономический союз), вопросы повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий становятся решающими [1, с. 75-76]. И внесение в Директиву Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 г. №3 «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» изменений и дополнений – тому подтверждение. Новая редакция Директивы Президента Республики Беларусь «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства» предусматривает наращивание экспортных поставок, создание условий для выпуска инновационной и высокотехнологичной продукции, изменение качества управления промышленным комплексом страны [2].

Кардинальным способом повышения эффективности и конкурентоспособности отечественных предприятий ученые видят их интеграцию в крупные межгосударственные вертикально-интегрированные холдинги, создаваемые соответствующими предприятиями стран ЕАЭС. Рассмотрим в данной статье мнения некоторых из них относительно зерноперерабатывающих предприятий Республики Беларусь.

Немало научных работ проблематике кооперации и интеграции посвятил В. Г. Гусаков. В своих работах он пишет о том, что процессы кооперации и интеграции имеют различные уровни (их около десяти) – от внутрихозяйственного кооперирования до республиканского и международного, но основных три: местный (хозяйственный, межхозяйственный, районный и областной), республиканский и международный (транснациональный).

В отечественном агропромышленном комплексе кооперация и интеграция не приобрели еще необходимого масштаба и размаха, подчеркивает ученый. Дело ограничивается созданием пока небольшого числа объединений первичного (низового) уровня при отсутствии форм республиканской, межрегиональной и трансрегиональной значимости [3, с. 2].

По мнению В.Г. Гусакова, местные объединения должны консолидироваться по продуктовому принципу и войти в состав сквозных интеграционных структур республиканского или международного уровня. Белорусскому агропромышленному комплексу необходимо неотложно выстраивать сквозные рыночноориентированные

продуктовые компании, охватывающие всю технологическую цепь получения и продвижения агропромышленной продукции от сельскохозяйственного сырья до готовых продовольственных товаров. Важно, чтобы такие продуктовые компании имели самодостаточный (завершенный) характер по количеству входящих в них предприятий, организаций и подразделений и были способными работать на принципах самохозяйствования и саморазвития. В отличие от мелких и разрозненных предприятий, мощные компании по конкретному продукту будут способны обеспечивать устойчивую конкурентоспособность и поставлять товар на любой рынок как внутри страны, так и за рубежом, определять режимы и политику сбыта и формировать взаимовыгодный потребительский спрос. В этой связи продуктовые компании должны быть хорошо выстроены и структурированы, их должно быть немного – примерно по одной по каждому основному продукту (одна льняная, одна сахарная, одна зерновая, одна-две молочные, одна свиноводческая, одна скотоводческая, одна-две, возможно три птицеводческие), считает ученый. Отечественные компании не должны конкурировать на внешних рынках, а напротив – они должны действовать слаженно и согласованно. В противном случае разрозненные предприятия будут по-прежнему конкурировать между собой не только на внутреннем рынке, но и на внешнем, ослаблять свои возможности, сбивать цены, что только на руку мощным международным компаниям. Преимущество продуктовых компаний в том, что они могут создавать конкурентоспособную продукцию с высокой потребительской стоимостью при оптимальных и даже снижающихся удельных затратах, что происходит за счет масштабов производства и продаж, а также массы доходов. К тому же появление продуктовых компаний потянет за собой всю остальную цепь экономических факторов развития – устойчивую доходность, самофинансирование, инвестиции, инновации, модернизацию, экономичность, расширенное воспроизводство, качество продукции, стимулирование труда и производства [4, с. 10; 5; 6, с. 5-6; 7, с. 9; 8, с. 43].

О значении интеграции применительно к агропромышленному производству пишет в своих научных работах и Г. М. Лыч. Значение интеграции в том, подчеркивает автор, что она позволяет выстроить завершенную вертикально интегрированную цепочку по всему производственно-торговому циклу, охватывающему все стадии производства и реализации готового продукта, начиная от производства исходного сельскохозяйственного сырья и заканчивая продажей созданного на его основе готового продукта конечному потребителю через сеть розничной торговли. Агропромышленная интеграция позволяет их участникам в короткие сроки провести радикальную сквозную модернизацию своего производства в целом по всей технологической цепочке, а затем благодаря этому добиться существенного повышения качества выпускаемой продукции, при этом уменьшив издержки производства. Кроме этого, агропромышленная интеграция создает возможности для оптимизации специализации и концентрации производства с целью получения эффекта масштаба; упрощает решение задач, связанных с созданием собственной товаропроводящей сети; содействует обеспечению инвестиционной прозрачности, важной с точки зрения повышения привлекательности агропромышленного бизнеса для внешних инвесторов, в том числе иностранных, и формированию единой системы менеджмента и маркетинга, позволяющей кардинально повысить качество управления при существенном снижении затрат на его осуществление.

Обращает внимание ученый и на то, что в странах с развитой рыночной экономикой в роли инициаторов и координаторов интеграционных процессов в агропромышленной сфере, как правило, выступают крупные промышленные компании, перерабатывающие предприятия, которые присоединяют к себе существующие либо со-

здают новые агрофирмы, специализирующиеся на производстве исходного сельскохозяйственного сырья, а крупные агропромышленные холдинги и вовсе, помимо сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, объединяют в своем составе предприятия, изготавливающие для агропромышленного производства средства и предметы труда, а также осуществляющие его производственно-техническое обслуживание и реализацию произведенной холдингом конечной продукции. В Беларуси же инициаторами создания агропромышленных интегрированных формирований, в том числе холдинговых компаний, чаще всего выступают государственные органы власти и управления, которые при этом принимают на себя главенствующую роль. Реже инициаторами создания агрохолдингов становятся промышленные предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственное сырье [9, с. 56–57].

Жизненно необходимо включаться агропромышленному комплексу Беларуси в интеграционные процессы, однако этому мешает ущербное положение отечественных сельхозтоваропроизводителей, подчеркивает Г. М. Лыч. Ущербность экономического положения белорусских сельхозтоваропроизводителей проявляется, прежде всего, в различном соотношении уровней цен на агропродовольственные товары и производственные ресурсы промышленного происхождения, используемые в сельскохозяйственном производстве. В худшем положении находятся белорусские сельхозтоваропроизводители и с точки зрения перераспределения добавленной стоимости, создаваемой на различных стадиях единой технологической цепочки «производство исходного сельскохозяйственного сырья – его промышленная переработка – реализация готовых агропродовольственных товаров», которое, как правило, осуществляется в пользу последующих и в ущерб предыдущим стадиям. Из-за такого положения сельскохозяйственные производители не могут в полной мере воспользоваться для своего развития благами вертикальной агропромышленной интеграции, так как инициаторы интеграционных процессов в АПК в преобладающем большинстве случаев избегают включения сельскохозяйственных организаций в состав создаваемых интегрированных формирований, из-за огромных долгов, которые те накопили за предыдущие годы, и ежегодных потерь, обусловленных перекосами цен. Вот и получается, что проблема обеспечения перерабатывающих предприятий сельскохозяйственным сырьем решается апробированным еще в советский период административным способом – посредством прикрепления в приказном порядке сельскохозяйственных организаций соответствующей специализации к тому или иному перерабатывающему предприятию, подчеркивает ученый [10, с. 67, 70; 11, с. 25–26].

О том, что в сложившихся условиях требуется решение комплексных мер по преодолению антагонизма интересов между сельскохозяйственными товаропроизводителями, перерабатывающими и обслуживающими предприятиями, установлению более тесных взаимосвязей участвующих сторон на этапах от производства до реализации продукции с выделением во всей этой цепочке приоритетов сельхозтоваропроизводителей, пишут и другие сотрудники НАН Беларуси (А. А. Попков, В. И. Бельский, А. С. Сайганов, З. М. Ильина, В. В. Лапа, З. В. Ловкис, Ф. И. Привалов, А. В. Мелешня, Н. А. Попков, Я. Н. Бречко, А. В. Горбатовский, А. А. Клега, И. А. Казакевич, А. А. Лопатнюк, Н. И. Соловцов). Исследователи обращают внимание на то, что зернопродуктовый подкомплекс, в современных экономических условиях, в виде законченной вертикально-интегрированной агропромышленной системы еще не до конца сформировался ни на областном, ни на республиканском, ни на международном уровне. Его экономические и организационно-правовые связи характеризуются несовершенством, несбалансированностью, неравномерными темпами развития ком-

плексообразующих отраслей, производств и видов деятельности. Все это требует дальнейшего совершенствования интеграционных процессов, разработки перспективных моделей интегрированных формирований, способствующих повышению эффективности производства зерна и продуктов его переработки. Ученые НАН Беларуси такой моделью интегрированного формирования на основе создания единого замкнутого технологического цикла, объединяющего производство зерна, углубленную его переработку, хранение и реализацию конечной продукции, видят холдинговую компанию, где в качестве головной организации может стать перерабатывающая или сельскохозяйственная организация. Целесообразно также, чтобы в нее вошли организации торговли, сервиса, ресурсного снабжения и финансового обеспечения. Образование холдинговых компаний, считают они, позволит оптимизировать сырьевые зоны зернопродуктового подкомплекса республики, а также создать предпосылки для привлечения инвестиционных ресурсов в зернопроизводящие организации с целью стабилизации производства, обновления и модернизации основных фондов [12, с. 89, 91].

За крупными аграрными объединениями будущее АПК страны видят и А. П. Шпак, А. В. Пилипук, В. В. Талайко. Ученые поддерживают своих коллег, в том, что в Беларуси пока образуются кооперативно-интеграционные структуры местного уровня – агрофирмы и агрокомбинаты, однако с учетом возрастающей конкуренции на мировом рынке, вхождением Республики Беларусь в состав ЕАЭС считают, что более целесообразной будет интеграция зерноперерабатывающих предприятий в крупные межгосударственные вертикально-интегрированные холдинги [4, с. 14–15; 21].

Только отказавшись от внутренней конкуренции в пользу сотрудничества и вертикальной интеграции производств и капиталов стран ЕАЭС, можно обеспечить конкурентоспособность на мировом рынке, путем создания, прежде всего, межгосударственных (белорусско-российских, белорусско-казахстанских, белорусско-российско-казахстанских и т. п.) вертикально-интегрированных структур. Об этом пишет в своих научных работах В. Ф. Байнев [13; 14, с. 36].

Как видим, ученые рассматривают вертикальную интеграцию как путь развития отечественных зерноперерабатывающих предприятий. И с этим нельзя не согласиться. Несмотря на наращивание предприятиями зернопереработки производственных мощностей, степень износа основной части основных средств оставляет желать лучшего. Требуется проведение реконструкции и модернизации элеваторов, введенные в эксплуатацию в 1970–1980-х годах. К 2020 году планируется стабилизировать производство зерна до уровня не менее 10 млн тонн, а это потребует еще более сложной работы зерноперерабатывающих предприятий. К тому же комбинаты хлебопродуктов могут стать оптовыми базами, оказывающими услуги российским и казахским зерновым компаниям. К примеру, ОАО «Пуховичский комбинат хлебопродуктов», имея один из мощнейших в республике элеваторов (вмещает 150 тысяч тонн зерна), мощности которого загружены на 50%, предлагает услуги по хранению зарубежным производителям, зерновым компаниям. Ведь материально-техническая база большинства хлебоприемных предприятий в том же Казахстане изношена, часть оборудования устарела и требует замены. Тогда как элеваторы и хлебоприемные предприятия, являясь первичным звеном движения зерна от производителя к потребителю, формируют и концентрируют его товарные партии, выполняя функции оптовых баз зернового рынка. И пока в странах союза не построены новые хлебоприемные мощности, белорусский комбинат хлебопродуктов может послужить базой, откуда зерно из Кубани, Алтайского края России, из Казахстана будет поступать в Польшу, Литву и другие страны.

Интеграция отечественных зерноперерабатывающих предприятий в крупные межгосударственные вертикально-интегрированные холдинги, создаваемые соответствующими предприятиями стран ЕАЭС, будет способствовать развитию производства; упрощению доступа к новейшим технологиям; повышению качества; совместному выходу на внешний рынок; организации совместных научных исследований; привлечению инвестиций и т. д.

По мнению всех вышеназванных исследователей, результатом агропромышленной интеграции должен быть синергетический эффект (т. е. возрастание эффективности деятельности в результате интеграции отдельных предприятий в единую систему за счет так называемого положительного системного эффекта, подразумевающего, что выгоды от взаимодействия участников объединения внутри интегрированного предприятия превышают сумму эффектов деятельности каждого участника в отдельности).

Научное обоснование современным интеграционным процессам дано еще в 1996 г. профессором МГУ им. М. В. Ломоносова С. С. Губановым, который открыл фундаментальный экономический закон вертикальной интеграции. Согласно ему, несколько взаимосвязанных производств, последовательно осуществляющих передел сырья в конечную продукцию, функционируют с максимальной эффективностью только в том случае, если прибыль снимается со всей цепочки в целом, а не с каждого из ее звеньев. Нулевая рентабельность всего промежуточного производства – такова суть закона вертикальной интеграции [15].

Закон вертикальной интеграции нашел поддержку в Беларуси. Вертикальная интеграция стала одним из ключевых стратегических направлений модернизации республики, и не случайно – без вертикальной интеграции невозможен переход к инновационному развитию.

Исследование научных подходов к проблеме модернизации (инновационного развития) зерноперерабатывающих предприятий Республики Беларусь позволяет говорить о том, что ученые едины во мнении необходимости дальнейшего развития интеграционных процессов (создания интеграционных структур республиканского и международного уровня). Кардинальным способом повышения эффективности и конкурентоспособности отечественных зерноперерабатывающих предприятий они видят отказ от внутренней конкуренции (объединение ресурсов и активов) наших предприятий друг с другом и интеграцию в крупные межгосударственные вертикально-интегрированные холдинги, создаваемые соответствующими предприятиями стран ЕАЭС. Цель: использовать преимущества и потенциал евразийской интеграции, чтобы в ближайшем будущем приблизить наш АПК к высшим международным стандартам.

Однако до реализации таких грандиозных планов необходимо улучшить положение отечественных сельхозтоваропроизводителей, так как агропромышленные формирования успешно развиваются лишь при охвате ими всего заверщенного цикла производства и реализации готовых продовольственных товаров и пропорциональном развитии всех его составляющих. Отсутствие в составе интегрированного агропромышленного формирования той или иной стадии создает угрозу его устойчивости и неизбежно ведет к снижению конечных показателей его деятельности.

Литература

1. Майсюк, Е. В. Модернизация отечественных зерноперерабатывающих предприятий как фактор обеспечения продовольственной безопасности / Е. В. Майсюк // Новая экономика. – 2015. - №1 (65). – С. 251–257.

2. О внесении изменений и дополнений в Директиву Президента Республики Беларусь: указ Президента Республики Беларусь №26 // Советская Белоруссия. – 2016. – 28 янв. – С. 2–3.
3. Гусаков, В. Условия и факторы эффективности кооперативно-интеграционных объединений / В. Гусаков // Аграрная экономика. – 2011. – № 3. – С. 2–6.
4. АПК Беларуси: новейшие вызовы региональной и международной интеграции / [под редакцией В. Г. Гусакова]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 303 с.
5. Гусаков, В. Каким должно быть кооперативно-интеграционное устройство национального АПК / В. Гусаков // Аграрная экономика. – 2008. – № 6(1). – С. 2–11.
6. Гусаков, В. Какими быть кооперативно-интеграционным объединениям в АПК Беларуси / В. Гусаков // Белорусское сельское хозяйство. – 2010. – № 2(1). – С. 4–11.
7. Гусаков, В. Некоторые принципиальные вопросы текущего и долгосрочного развития АПК / В. Гусаков // Аграрная экономика. – 2014. – № 5. – С. 2–9.
8. Гусаков, В. Г. Механизм рыночной организации аграрного комплекса: оценка и перспективы / В. Г. Гусаков. – Минск: Беларус. навука, 2011. – 363 с.
9. Лыч, Г. М. Вертикальная агропромышленная интеграция: постановка проблемы / Г. М. Лыч // Иппокрена. – 2013. – № 2. – С. 56–71.
10. Лыч, Г. Интеграция национального АПК в Евразийское экономическое пространство: жизненная необходимость и проблемы осуществления / Г. Лыч // Аграрная экономика. – 2013. – № 10. – С. 64–71.
11. Лыч, Г. М. Развитие агропромышленного комплекса: новые вызовы и возможные ответы на них / Г. М. Лыч, А. П. Шпак. – Минск: Ин-т системных исс-й в АПК НАН Беларуси, 2014. – 133 с.
12. Комплекс неотложных мер по повышению эффективности сельскохозяйственного производства в контексте выполнения Государственной программы возрождения и развития села на 2005 – 2010 годы / В. Г. Гусаков [и др.]; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Ин-т экономики НАН Беларуси, 2008. – 256 с.
13. Байнев, В. Ф. Интеграционная стратегия развития промышленного комплекса стран Таможенного союза и Единого экономического пространства / В. Ф. Байнев, В. Т. Винник // Новая экономика. – 2014. – № 2(64). – С. 6–15.
14. Байнев, В. Ф. Принципы инновационного развития промышленности в странах ТС и ЕЭП / В. Ф. Байнев // Наука и инновации. – 2014. – № 4(134). – С. 32–36.
15. Губанов, С. С. Державный прорыв. Неоиндустриализация России и вертикальная интеграция (Серия «Сверхдержава»). – М.: Книжный мир, 2012. – 224 с.

УДК 338.23, 336.025

Голодова Ж. Г., д. э. н., профессор,
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»,
г. Москва, Российская Федерация

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ

Все страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС) в течение последних десятилетий решают задачу ускоренного инновационного развития и модернизации экономики, необходимость поддержки которых постоянно обозначается руководством

и ведущими экономистами, а также в совместных документах: для стран ЕАЭС «ключевым приоритетом обеспечения устойчивого развития является переход на инновационный путь развития» [2, С. 11]. Особенно актуальной данная проблема представляется для России, экономика которой в настоящее время развивается в условиях дополнительных ограничений – секторальных санкций со стороны развитых стран, сохранения дефицитности бюджетной системы и снижения спроса на основную статью экспорта – продукцию энергетического сектора. Для достижения этих целей принимаются новые нормативно-правовые акты, разрабатываются стратегии развития и утверждаются государственные программы. Однако запланированных улучшений в этом направлении не происходит, «прорыва» экономики не наблюдается, хотя позиции стран в рейтинге Глобального индекса инноваций за период с 2010 по 2017 гг. изменились: Армения переместилась с 82 места на 59, Белоруссия – на 88, Казахстан с 63 на 78, Кыргызстан с 104 на 95, Россия - с 64 на 45, ЕАЭС – с 64 на 50 место. Но в 2017 г. ухудшение позиции стран ЕАЭС с 47 на 50 место произошло из-за снижения позиций Белоруссии, Казахстана и России [3]. За последнее десятилетие отдельные позитивные сдвиги в 2017 г. наблюдались в расширенной группе индикаторов инновационной деятельности: по индикатору условий для развития инноваций России приблизилась к странам-лидерам по 22 показателям из 62; по ресурсному обеспечению инноваций – по 7 показателям из 15; по результативности инноваций – позиция не изменилась.

Для стимулирования инновационного развития в 2014 г. была утверждена государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика», утверждены «дорожные карты» по основным направлениям высокотехнологичного производства, таким как биотехнологии, информационные технологии, инжиниринг и промышленный дизайн, фотоника и др. Одновременно реорганизованы старые и созданы новые институты, предназначенные для обеспечения инновационного развития. В частности, ФГАУ «Российский фонд технологического развития», существующий более двадцати шести лет и реорганизованный в 2014 г., разрабатывает новые программы для развития российской промышленности. Созданный в 1994 г. ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере» (Фонд содействия инновациям) с 1994 г. является одним из элементов национальной инновационной системы [5, С. 29–30]. С 2014 г. поддержка субъектов МСП, осуществляющих разработку и внедрение инновационной продукции в рамках подпрограммы «Стимулирование инноваций» госпрограммы «Экономическое развитие и инновационная экономика». На реализацию данной подпрограммы в 2014–2017 гг. Фонд содействия инновациям получил из федерального бюджета 22,2 млрд руб. Кроме того, этого в 2016–2017 гг. Фонд содействия инновациям предоставил гранты субъектам МСП (подпрограмма «Институциональное развитие научно-исследовательского сектора» госпрограммы «Развитие науки и технологий») на сумму 4 млрд руб. Общая сумма грантов, предоставленная Фондом содействия инновациям субъектам малого предпринимательства из 77 субъектов РФ, за 2014–2017 гг. составила 20,9 млрд. рублей. В настоящее время Фонд предоставляет различные гранты (на одного субъекта инновационной деятельности): на коммерциализацию результатов НИОКР (покупка нового оборудования и комплектующих, вывод новой продукции на рынок) в сумме до 25 млн руб.; на поддержку компаний, реализующих проекты совместно с зарубежными партнерами (до 15 млн руб.); компаниям, имеющим опыт разработки и реализации наукоемкой продукции в сумме до 20 млн руб.; стартапам в сумме до 10 млн руб.; молодым инноваторам в сумме до 500 тыс. руб. На региональном уровне также предоставляются инновационные гранты в виде софинан-

сирования отдельным организациям и ученым, осуществляющим прикладные научные исследования. При этом в большинстве регионов (во Владимирской, Кировской областях, Республике Коми, Ямало-Ненецком АО и др.) предельный размер гранта составляет 500 тыс. руб. В отдельных субъектах РФ даже выдаются гранты на регистрацию организаций инновационной инфраструктуры в размере от 50 тыс. руб. (Республика Коми, Забайкальский край). Кроме того, государственная поддержка субъектов МСП, производящих инновационную продукцию, предусмотрена в государственной программе «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» - осуществляется Фондом развития промышленности за счет субсидий, предоставленных Минпромторгом России. За период 2015–2017 гг. Фонд предоставил субъектам МСП 78 займов на финансирование перспективных промышленных проектов объемом 16,9 млрд рублей.

Существенно расширены налоговые преференции, предоставляемые субъектам инновационной деятельности [4]. Так, по налогу на прибыль организаций предусмотрено освобождение от налогообложения участников проекта «Сколково»; имущества, поступающего в порядке целевого финансирования (данную льготу реализует 92% субъектов РФ); предоставление инвестиционного кредита на срок до пяти лет на сумму 100% от стоимости оборудования организациям, осуществляющим внедренческую или инновационную деятельность, техническое перевооружение собственного производства; учет расходов на НИОКР с коэффициентом, равным 1,5; введение нулевой ставки для организаций, осуществляющих образовательную и медицинскую деятельность при соблюдении совокупности условий, в т. ч. при условии доли доходов от основной деятельности и выполнения НИОКР не менее 90% совокупных доходов; непризнание в целях налогообложения доходов в виде исключительных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для ЭВМ, топологии интегральных микросхем, секреты производства и др. По налогу на добавленную стоимость освобождены от уплаты НИОКР, выполненные за счет бюджетных средств, средств РФФИ и других специальных фондов, а также НИОКР, относящихся к созданию/усовершенствованию новых продуктов или технологий; передача исключительных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для ЭВМ; импорт технологического оборудования, аналогов которого нет в РФ, и проч. Установлены пониженные тарифы страховых взносов (14%) для хозяйственных обществ и хозяйственных партнерств, деятельность которых связана с практическим применением/внедрением результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат учредителям, участникам данных хозяйственных обществ; российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, разрабатывающих и реализующих разработанные ими программы для ЭВМ, базы данных и т. д.

В то же время, несмотря на отдельные положительные сдвиги многие результаты, запланированные Стратегией инновационного развития РФ на период до 2020 г., к 2018 г. не только оказались невыполненными, но и снизились по сравнению с 2010 г., что не может не вызывать вопросов. Ведь, как справедливо отмечал проф. Ю. М. Осипов, в условиях ускорения технологического развития мировой экономики и усиления конкуренции на рынке высококвалифицированных кадров становится ясным, что темпы роста экономики во многом определяются темпами инновационного развития [7, С. 253]. Так, инновационная активность организаций составила в 2010 г. 9,5%, в 2013 г. – 10,1%, в 2015 г. – 9,4%, а в 2017 г. – 8,5%. Доля организаций, осуществлявших технологические инновации, при стратегическом ориентире 40% достигала в аналогич-

ные периоды 7,9%, 8,9%, 8,3% и 7,5%. Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров (работ, услуг) организаций промышленного производства при стратегическом ориентире 25% изменилась за аналогичные периоды с 4,9%, 8,9%, 7,9% до 6,7%. И, наконец, сальдо экспорта-импорта технологий изменилось с -798,1 до -2124,0 млн долл. [1; 6]. При этом по некоторым показателям инновационного развития Россия уступает не только развитым государствам, но и отдельным странам ЕАЭС. В частности, в Белоруссии в 2017 г. доля организаций, осуществлявших технологические, организационные и маркетинговые инновации, составила 22,5%; удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров (работ, услуг) организаций промышленного производства – 17,4%.

Факторами, сдерживающими инновационное развитие, являются:

1. Недостаточная продуманность принимаемых нормативно-правовых актов. В частности, в государственных программах поддержки субъектов МСП в целях активизации их участия в инновационных процессах никакие конкретные мероприятия государства не раскрыты.
2. Неконкурентный уровень затрат – доля внутренних затрат на НИОКР в ВВП (на фоне замедления темпов роста ВВП) сократилась с 1,89% в 1992 г. до 1,29% в 2003 г., 1,13% в 2013 г. и 1,1% в 2017 г. (при целевом стратегическом ориентире 3%), тогда как в целом в мире доля данных затрат растет и достигает в Северной Корее и Израиле 4,3 и 4,1% [6].
3. Сильная зависимость финансирования НИОКР от государства: доля бюджетных средств составляет почти 64% (в 2010 г. – 69%) при целевом стратегическом ориентире 43%, тогда как в развитых и индустриальных развивающихся странах основным источником является частный бизнес, на который в Китае, Южной Корее и Японии приходится около 75% расходов на инновации. Причем несмотря на то, что наука отнесена к государственным приоритетам, расходы из бюджета на нее в РФ постепенно сокращаются.
4. Неравномерность осуществления затрат на технологические инновации в разрезе субъектов РФ (на Москву и область приходится около 46,9% всех внутренних расходов на инновации). Как следствие, имеет место существенная дифференциация параметров инновационного развития – удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, колеблется от 0,7% в Амурской области до 16,7% в Ненецком автономном округе (в республиках Алтай, Ингушетия, Калмыкия, Тыва и др. такие организации вообще отсутствуют). И хотя объемы финансирования технологических инноваций организаций в стране и ее федеральных округах за период с 2011 по 2017 гг. увеличились, в отдельные периоды (2015–2017) имело место их сокращение. При этом если в 2011 г. только в 18 регионах имело место сокращение расходов на финансирование технологических инноваций, то в 2013 г. такая ситуация наблюдалась в 40 регионах, в 2015 г. – в 46 регионах, в 2017 г. – в 27 регионах [6].
5. Слабая вовлеченность субъектов малого и среднего бизнеса в инновационные процессы. Так, в сфере обрабатывающих производств 9,2% организаций осуществляют технологические инновации, тогда как в группе малых организаций – лишь 5,1%. В результате, в 2017 г. основные показатели, предусмотренные государственной программой «Экономическое развитие и инновационная экономика», были выполнены, но их фактические значения существенно уступали параметрам 2014 г. В частности, количество ежегодно создаваемых рабочих мест в секторе МСП составило в 2014 г. 108 тыс. ед., а в 2017 г. – всего 25 тыс. ед. (при плане 28 тыс. ед.).
6. Расплывчатость субсидий и непродуманный механизм их распределения. Среди государственных мер поддержки инновационной деятельности одной из важнейших яв-

ляются субсидии, предоставляемые на разные цели как на федеральном, так и на региональном уровнях. В то же время несмотря на широкий перечень предоставляемых субсидий наблюдается их низкая результативность, обусловленная, с одной стороны, сложной процедурой получения (отсутствие задолженности перед бюджетной системой, по выплате заработной платы и т. д.; установление сферы деятельности – например, легкая промышленность в Архангельской области, машиностроение в Липецкой области и т. д.), а с другой – некорректным механизмом распределения. Дело в том, что распределение субсидий из федерального бюджета между субъектами РФ осуществлялось с учетом численности постоянного населения, уровня бюджетной обеспеченности, параметров развития МСП. Как следствие, в 2016 г. 20% средств федерального бюджета (49,2 млрд руб.) получили лишь 5 субъектов РФ – республики Башкортостан и Татарстан, г. Москва и Московская область, Свердловская область. С 2017 г. изменен порядок субсидирования МСП, предусматривающий: отмену необходимости проведения конкурсного отбора субъектов РФ для предоставления субсидий; сокращение количества безвозмездной поддержки субъектам МСП в виде прямых субсидий, а также ограничение перечня затрат для начинающих предпринимателей; установление с 2017 г. нового порядка предоставления единой субсидий на поддержку субъектов МСП по четырем направлениям – оказание финансовой поддержки субъектам МСП в моногородах и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП, софинансирование капвложений в объекты региональной и муниципальной собственности, содействие развитию молодежного предпринимательства, организация предоставления услуг по принципу «одного окна». Благодаря этому количество субъектов, получивших субсидии, в 2017 г. выросло до 11 (Смоленская, Брянская, Пензенская, Ростовская, Кировская области, республики Татарстан, Башкортостан, Дагестан, Адыгея, Краснодарский и Ставропольский край), и каждый из них получил по 200 млн руб. Однако 8 субъектов (республики Ингушетия, Хакасия, Ямало-Ненецкий и Ненецкий АО, Оренбургская, Магаданская, Амурская области и Еврейская автономная область) получили менее 10 млн рублей каждый, т. е. менее 0,7% от общего объема субсидий из федерального бюджета.

7. Недостаточная кредитная поддержка инновационной деятельности при политике банковского регулятора, не способствующей росту кредитного предложения. Субсидии, предоставляемые при использовании кредитных ресурсов в размере 1/3 ключевой ставки, применяются во всех регионах. Но из-за высокого уровня фактических процентных ставок воспользоваться данной преференцией смогли немногие субъекты. В этой связи в декабре 2017 г. было принято постановление Правительства РФ «О кредитовании по льготной ставке субъектов малого и среднего предпринимательства в целях реализации проектов в приоритетных отраслях», согласно которому конечная ставка по кредитам МСП на инвестиционные цели (сроком до 10 лет) не должна превышать 6,5% годовых, а банкам из федерального бюджета субсидируется 3,5% процентной ставки для субъектов малого бизнеса и 3,1% – среднего бизнеса. Но несмотря на это к началу 2018 г. бюджетные ассигнования на предоставление субсидий банкам на возмещение недополученных ими доходов по выданным в 2017 г. кредитам субъектам МСП по льготной ставке, исполнены лишь на 36% (уполномоченным банкам было перечислено 126,1 млн руб., тогда как в бюджете на эти цели было запланировано 0,35 млрд руб.) При этом все три уполномоченных банка (Сбербанк, Банк ВТБ и Россельхозбанк) не выполнили лимиты по объему кредитов.

8. Недостаточная эффективность налоговых льгот. Это обусловлено тем, что возможность использования пониженной ставки по налогу на прибыль (13,5%) для научных организаций, резидентов ОЭЗ, участников индустриального парка и реализа-

торов НИОКР предусмотрена лишь в 33% субъектов РФ. Многие налоговые льготы (повышенный коэффициент амортизационных отчислений) могут применять только финансово стабильные организации, которые способны профинансировать приобретение нового, зачастую дорогостоящего оборудования. Льготы, предоставляемые по региональным и местным налогам, незначительны по объему, а потому в некоторых регионах не оказывают существенного влияния на инновационную активность, но их отмена иногда все же негативно сказывается на параметрах инновационного развития. Так, в отдельных субъектах РФ, в которых действовала пониженная ставка налогообложения имущества научных организаций (Ленинградская область), с 2018 г. ее повысили до 2,2%. Было также отменено освобождение от уплаты земельного налога научных организаций, в т. ч. государственных научных центров, финансируемых за счет бюджетных средств и средств специальных фондов.

Возникает резонный вопрос: а что же делать? Прежде всего, следует признать, что необходимо обеспечить стабильность денежно-кредитной политики, направленной на удешевление кредитных ресурсов, поскольку в отсутствие возможностей внешних заимствований (в т. ч. долгосрочных) российские компании не в состоянии финансировать собственные разработки.

Представляется необходимым распространить льготы, предоставленные инновационному центру «Сколково», на другие инновационные центры; восстановить для всех научных организаций отмененные льготы по земельному налогу и налогу на имущество (или хотя бы установить для них пониженные ставки налога в пределах до 1%).

Следует упростить механизм субсидирования в части увеличения срока окупаемости инновационных проектов до 5 лет.

Признавая, что самостоятельно Россия в ближайшие годы не сможет совершить прорыв в сфере инноваций, представляется целесообразной интеграция с другими странами ЕАЭС, а также с Китаем, доля которого в мировых расходах на НИОКР в 2017 г. достигла 21,7% (в последующие годы планируется рост данного показателя) и который стал мировым лидером в сфере опытно-конструкторских разработок и темпам роста расходов на НИОКР (12% в 2017 г.).

Литература

1. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20120210_04.
2. Основные направления экономического развития ЕАЭС до 2030 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/seminar/Pages/default.aspx.
3. Глобальный инновационный индекс 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2017/article_0006.html.
4. Налоговый кодекс РФ. Часть 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.
5. Некипелов, А. Д. О стратегии развития социально-экономического развития России до 2020 года / А. Д. Некипелов, В. В. Ивантер, С. Ю. Глазьев // Современная конкуренция. – 2008. – № 5(11). – С. 28–34.
6. Официальная статистика Росстата. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#.
7. Осипов, Ю. М. Об инновациях вообще и инновациях в современной России // Философия хозяйства. – 2008. – № 3(57). – С. 253–255.

Громыко Р. И., к. э. н., доцент,
УО «Гомельский государственный университет имени П. О. Сухого»,
г. Гомель, Республика Беларусь

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОЙ ОРИЕНТИРОВАННОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЛАРУСИ

Составной частью доктрины продовольственной безопасности страны является повышение конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке и рынках ЕАЭС. Доля продовольственных товаров в общем объеме экспорта Республики достигла 16,8%, а доходы от экспорта составили в 2017 году около 5 млрд долл. [1]. Доминирование традиционного рынка стран ЕАЭС в удельном весе экспорта продовольствия (от 88,3% по сахару до 98,9% – по молоку и молочным продуктам) стимулирует аграриев к выходу на рынки третьих стран и ЕС. Национальная программа экспорта предполагает формирования экспортного портфеля исходя из формулы 30-30-30, что означает равнозначность рынков ЕАЭС, европейского рынка и третьих стран.

Освоение нетрадиционных рынков продовольствия позволит снизить экспортные риски АПК и высокую зависимость от российского рынка. Однако конкурентоспособной на этих рынках может быть только продукция с высокой добавленной стоимостью. На рынках Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки цены формируются на основе затрат Австралии и Новой Зеландии, где затраты на производство мясомолочной продукции ниже уже в силу природно-климатических условий. Выход же на европейские рынки связан с высокими таможенными затратами и необходимостью аттестации предприятий. Снизить риски освоения новых рынков можно, только усилив инновационную составляющую в экспорте.

На важную связь экспортного и инновационного потенциала предприятий АПК указывают и исследования в области экономического потенциала предприятия [2]. Роста возможностей предприятия по созданию и сбыту конкурентоспособной продукции не будет без предложения на рынках инновационной продукции. Доля продукции с высокой добавленной стоимостью увеличивается. В 2010 г. она составляла в структуре экспорта аграрной продукции 28,3%, в 2016 г. – 42,7%.

Вместе с тем сохраняется ряд проблем, препятствующих реализации экспортного потенциала: недостаточная конкурентоспособность отечественной продукции как по качественным параметрам, так и по затратам на производство; сохраняется высокая доля сырья и частично переработанной продукции в объемах продаж на зарубежных рынках, что обуславливает рост экспорта в значительной мере за счет роста его объемов [3, С. 29]. Решение вышеназванных проблем требует роста инновационной активности в отрасли.

В соответствии с методологией ОЭСР понятие «инновация» определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Таким образом, инновация призвана обеспечить повышение конкурентоспособности продукции и ориентирована на потребителя.

Для рынков продовольствия наиболее перспективными являются продуктовые инновации, так как эти рынки ориентированы на индивидуальные вкусы и предпочтения потребителей.

Как показывает практика европейского рынка, современные тенденции в области продуктовых инноваций ориентированы на изменение потребительских предпочтений: заинтересованность в информации о продукте, стремление к здоровому образу жизни, предпочтение потребителем естественных технологий, к большому удобству и экономии времени. Ответом на эти тенденции явились: раскрытие полной информации о составе продукта, расширение группы органических продуктов или продуктов без ГМО, возрождение традиционных технологий и процессов производства более понятных потребителю, предложение новых форм продукта, когда упаковка становится частью технологии приготовления и придает продукту уникальные свойства [4].

Поставки продовольствия в РФ за январь–август 2018 г. снизились на 3,4 % и составили 80% в экспорте сельскохозяйственной продукции. Эта тенденция сохранится и в будущем. РФ в значительной мере удовлетворяет свои потребности в молоке, свинине, говядине, и может дальше наращивать их выпуск; на рынок России могут прийти страны с более низкими издержками производства, чем в РБ (в связи с членством России в ВТО), растет заинтересованность РФ в поставках готовой белорусской продукции и снижении поставок молока-сырья. Согласование балансов поставок на 2019 г. показывает, что Россия будет ужесточать контроль за поступающей из-за рубежа молочной продукцией и сохранять установленные ежемесячные квоты на импорт (по ценам не ниже себестоимости производства в стране).

Таким образом, растет необходимость в поисках ниш на рынках ЕС и дальнего зарубежья. Экспорт в ЕС в 2017 году составил 140 млн долл. На право поставок в ЕС аттестованы только 8 предприятий молочной промышленности, 7 предприятий рыбной промышленности, одно предприятие по производству желатина, одно по производству виноградных улиток. Но как отмечают эксперты, Европа самый насыщенный товарами рынок и на нем необходимо искать уникальные ниши.

Сегодня усиливается конкуренция на традиционных экспортных рынках белорусского продовольствия. Сохранение этих рынков и выход на рынки возможен при условии предложения продукции с высокой добавленной стоимостью. Факторами стимулирования экспорта могут быть:

- маркетинговые инновации, направленные на поиск рыночных ниш. и предложения на рынок уникальных продуктов;
- продуктовые инновации, ориентированные на потребительские предпочтения, так как рынки продовольствия являются рынками дифференцированной продукции;
- финансовая поддержка государства в преодолении барьеров выхода на европейские рынки;
- позиционирование страны как производителя качественной и натуральной пищевой продукции в том числе и через участие в международных выставках.

Литература

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika> – Дата доступа: 10.10.2018.
2. Ефименко, А. Г. Оценка экономического потенциала перерабатывающих предприятий АПК / А. Е. Ефименко, Е. В. Волкова // ВЕСЦІ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ АКАДЭМІІ НАВУК БЕЛАРУСІ. – Серия аграрных навук. – 2015. – № 1. – С. 37–40.
3. Байгот, Л. Н. Развитие экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия Беларуси: состояние, проблемы, перспективы. / Л.Н. Байгот, В.С. Ахрамович // ВЕСЦІ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ АКАДЭМІІ НАВУК БЕЛАРУСІ. – Серия аграрных навук. – 2016. – № 1. – С. 24–32.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businesspatent.ru/article/article.5936.10.html>. – Дата доступа: 15.10.2018.

Дашук М. О., магистрант,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ЗДРАВООХРАНЕНИИ КАК ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ЭКОНОМИКИ

Республика Беларусь сегодня находится на этапе перехода на новый уровень оказания медицинских услуг с одновременным совершенствованием качества обслуживания в учреждениях здравоохранения. Однако высокая изношенность основных фондов здравоохранения, высокие затраты на развитие медицинской инфраструктуры, а также строительство, оснащение и эксплуатацию объектов здравоохранения тормозят развитие всей сферы в целом. На протяжении нескольких лет государство изыскивает возможность увеличения финансирования здравоохранения, однако полностью покрыть расходы на развитие медицины за счет бюджетных средств не представляется возможным. Это говорит о необходимости поиска новых путей решения имеющихся проблем и формирования принципиально новых алгоритмов управления и развития социальной сферы.

Согласно данным Национального статистического комитета, степень износа основных фондов в здравоохранении составляет 37,6% (по состоянию на конец 2017 г.) [3]. В то же время коэффициент обновления находится на низком уровне, имея тенденцию к снижению. Растет объем иностранных инвестиций в здравоохранение и социальные услуги – 13 млн долл. США в 2017 г. и 7,6 млн долл. США в 2016 г. [3]. Однако инвестиционная активность не позволяет удовлетворить потребности государства в возведении и развитии инфраструктуры здравоохранения. Кроме того, в 2018 г. структура расходов консолидированного бюджета Республики Беларусь на здравоохранение в разрезе бюджетов представлена следующим образом: 18,8% расходов покрываются за счет республиканского бюджета, 81,2% – за счет местных бюджетов [3]. Очевидно, что местные бюджеты не способны покрыть потребность в расходах на инфраструктурные объекты в сфере здравоохранения.

Развитие социальной сферы и здравоохранения усложняется тем, что коммерческая деятельность в этих отраслях особенно контролируется государством в силу социальной значимости объектов здравоохранения и социальных услуг в целом. Однако это не препятствует инвестированию в медицину, поскольку в последнее время имеет место тенденция роста спроса на платные медицинские услуги. В этой связи государству целесообразно создать условия, при которых частный бизнес будет заинтересован в участии в развитии сферы здравоохранения. При этом оптимальной формой взаимодействия государства и частного сектора будет государственно-частное партнерство (далее – ГЧП).

Необходимость внедрения ГЧП в здравоохранении Беларуси также исходит из того, что возможность реализации крупных и дорогостоящих проектов основывается именно на двустороннем взаимодействии. Одно лишь государство не сможет профинансировать масштабные объекты, в то время как частный партнер может столкнуться с трудностями в эксплуатации объекта при отсутствии содействия государства (определение перечня медицинских услуг, высокая социальная нагрузка).

В Республике Беларусь идет активная работа в части совершенствования законодательных условий для подготовки и реализации проектов ГЧП, в том числе и в сфере здравоохранения. Учитывая тот факт, что в Беларуси отсутствуют прецеденты

успешной реализации подобных проектов, работа в этом направлении движется медленно. Так, в рамках разработанной Национальной инфраструктурной стратегии 2017–2020 гг. определено 9 объектов инфраструктуры здравоохранения, которые предполагают строительство и реконструкцию зданий больниц, станций скорой медицинской помощи. Общая стоимость проектов составляет 298,89 млн долл. США [2]. Первым пилотным проектом ГЧП является проект по реконструкции комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница № 3 г. Гродно» под «Гродненский областной онкологический диспансер». В настоящее время он находится в стадии разработки и подготовки конкурса для выбора частного партнера.

Позитивный опыт стран-соседей (Россия, Казахстан) в части применения ГЧП в здравоохранении говорит о том, что Беларуси исключительно важно найти законодательный и институциональный баланс, который позволит и государству, и частному партнеру достичь желаемого результата в рамках конкретного проекта. В то же время необходимо соблюдать социальную направленность проектов, так как ответственность за удовлетворение социальных потребностей граждан в проектах ГЧП возложена именно на государство.

При формировании белорусской системы ГЧП в сфере здравоохранения следует принимать во внимание опыт стран ЕС как лидеров по реализации проектов ГЧП в здравоохранении. Вместе с тем полное копирование европейской системы ГЧП невозможно в силу различных условий функционирования экономики. Кроме того, ГЧП в Европе существует уже не одно столетие, в то время как Беларусь только запускает данный механизм.

Белорусская экономика способна привлечь инвесторов, готовых работать в проектах с доходностью на уровне 9–10% на условиях гарантированного возврата кредита государством или стабильного уровня доходности проекта. Кроме того, частный партнер избежит необходимости разработки стратегии оказания услуг – эту часть берет на себя государство [4, с. 24]. Подобные условия позволяют государству получить крупный объект здравоохранения в кратчайшие сроки и с минимумом затрат, что невозможно без привлечения частных инвестиций. В случае успешной реализации проекта население сможет получить квалифицированную медицинскую помощь по адекватным ценам, которые будут находиться под контролем государства. Кроме того, именно ГЧП дает возможность Республике Беларусь построить крупные медицинские центры узкого профиля, например, центр протонно-лучевой терапии для лечения онкологических заболеваний. Подобный центр был построен в Германии (г. Эссен) и в настоящее время является одним из самых современных центров в мире. Вместе с тем имеет место потребность в реализации небольших проектов – строительство/реконструкция станции скорой медицинской помощи, районных больниц и поликлиник. В этих случаях невысокая стоимость проектов и ограниченный перечень медицинских услуг являются сдерживающими факторами для инвестора, который в любом случае заинтересован в получении максимально возможной прибыли.

Также стоит отметить, что внедрение механизма ГЧП, который должен обеспечить выход на новый уровень инновационного развития медицины, требует одновременного решения проблемы нехватки кадров. Строительство крупного объекта здравоохранения, оснащение его дорогостоящим современным оборудованием порождает необходимость в персонале, который будет соответствовать уровню учреждения по критерию опыта и компетенции. Решение подобной проблемы в 2008 г. было найдено в России, в г. Казани, где был построен образовательный центр медицинских технологий. Власти региона обеспечили материальную и административную поддержку Центра, а частный

бизнес взял на себя операционные расходы и организовал образовательный процесс. За 5 лет в Центре прошли обучение более 4000 врачей, медицинских сестер и вспомогательного персонала [5, с. 29]. Подобный проект может быть реализован и в Беларуси, однако только при условии активного строительства объектов здравоохранения.

Для Беларуси крайне важно, чтобы реализация проектов ГЧП в здравоохранении происходила в тесной связи друг с другом: строительство крупного медицинского центра или больницы – параллельно с обучением и переподготовкой кадров. В противном случае введение в эксплуатацию крупных объектов нецелесообразно, поскольку возможности данного объекта не будут реализованы в полной мере.

Внедрение механизма ГЧП в Беларуси позволит решить проблему стагнации развития сферы здравоохранения, что в конечном итоге может привести к стабилизации устойчивого развития медицины в целом. Ограниченность ресурсов – проблема, решение которой может быть найдено путем пересмотра подходов к управлению всей системой здравоохранения со смещением фокуса в сторону либерализации условий ведения бизнеса и поиска возможности двустороннего сотрудничества государства и частного сектора.

Литература

1. Аджиенко, В. Л. Стратегический анализ государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения / В. Л. Аджиенко, Н. Н. Косинова // Экономика и менеджмент медицины. – 2017. – № 4. – С. 380–384.
2. Национальная инфраструктурная стратегия. – [Электронный ресурс]. – 2017. – Дата доступа: 31.10.2018.
3. Национальный статистический ежегодник «Республика Беларусь 2017» / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – 2017. – Дата доступа: 31.10.2018.
4. Садыков, Т. У. Потенциал государственно-частного партнерства в здравоохранении Казахстана / Т. У. Садыков, М. К. Мырзахмет // Теоретическая экономика. – 2012. – № 4. – С. 22–25.
5. Сачек, М. М. Государственно-частное партнерство в здравоохранении: международный опыт / М. М. Скачек // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. – 2016. – № 1. – С. 28–33.

УДК 332.1

Kamil Roman, magister,
Maria-Curie Skłodowska University in Lublin
Lublin, Poland

CITY MANAGEMENT IN THE CONCEPT OF SMART CITY, POLAND AND BELARUS EXAMPLE

Introduction. The use of modern information and communication technologies to improve the quality of residents life is a still valid topic and essential from the point of managing agglomeration development. Smart City is a concept that involves the use of available technologies to improve management processes in the world. Current demographic trends indicate that the number of urban residents will gradually increase. Entails the need to provide residents with access to high-quality communal services, investments in public

transport and other activities to service an increased population. Currently, a high degree of implementation of the Smart City concept can be observed in such countries as Singapore and Dubai, and in Europe, Smart City is successfully implemented in Luxembourg and Scandinavian cities[5]. Smart City is a concept that is difficult to define unequivocally because different understandings of this approach dominate in the literature.

We can distinguish six dimensions of the Smart City concepts that are the most frequent [6, p. 100]:

- Intelligent economics, which emphasizes productivity, an innovative climate, and a flexible labor market,

- Smart mobility, which concerns the use of information and communication technologies in the field of improving urban transport,

- Environment, or concentration on the rational use of available resources, noise and pollution reduction as well as investments in renewable energy sources,

- People who, as engaged residents, are the initiators of the actions undertaken, striving to improve the quality of life in the city,

- Quality of life that is access to high-quality public services

- Intelligent management, consisting creating an optimal urban structure management system and developing procedures based on the effective use of modern technologies.

There are various measures of the city's intelligence level. Researchers from three research centers created one of the most popular methods: Center of Regional Science at the Vienna University of Technology (Austria), the OTB Research Institute for Housing, the Urban and Mobility Studies Program at Delft University of Technology (Netherlands), and the Department of Geography at the University of Ljubljana (Slovakia).

Figure 1 presents the main factors for measuring the city's intelligence.

<p>SMART ECONOMY (Competitiveness)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovative spirit • Entrepreneurship • Economic image & trademarks • Productivity • Flexibility of labour market • International embeddedness • Ability to transform 	<p>SMART PEOPLE (Social and Human Capital)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Level of qualification • Affinity to life long learning • Social and ethnic plurality • Flexibility • Creativity • Cosmopolitanism/Open-mindedness • Participation in public life
<p>SMART GOVERNANCE (Participation)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation in decision-making • Public and social services • Transparent governance • Political strategies & perspectives 	<p>SMART MOBILITY (Transport and ICT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Local accessibility • Inter-national accessibility • Availability of ICT infrastructure • Sustainable, innovative and safe transport systems
<p>SMART ENVIRONMENT (Natural resources)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attractivity of natural conditions • Pollution • Environmental protection • Sustainable resource management 	<p>SMART LIVING (Quality of life)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultural facilities • Health conditions • Individual safety • Housing quality • Education facilities • Touristic attractiveness • Social cohesion

Figure 1 – Key factors of a smart city [9]

According to research carried out on a group of 17 medium and small Polish cities, the main barriers to the implementation of Smart City in Poland are [3, p. 144]:

- Financial shortages
- Insufficient human resources and knowledge
- Low involvement of residents
- No access to modern technologies
- The incumbency of local and municipal authorities
- Lack of coordination between individual territorial self-government units

Solutions in the field of Smart City usually require relatively large expenditures related to the purchase of the necessary technology and need qualified staff who will have appropriate knowledge and skills. Long-term investment policy in Polish cities is also not conducive to the term of office of the authorities, as it negatively affects the process of planning and implementing programs in the long-term perspective.

Smart City initiatives in Poland and Belarus

Poland and Belarus cooperate with wastewater management. The representatives of the National Fund for Environmental Protection in Poland held a meeting with representatives of the city of Brest in the scope of setting priority waste treatment projects. The activities aim to reduce the waste flowing to the Bug River from outside the Polish border.

For Poland, Brest can be considered a particular city in Belarus.

In 2019, Brest will celebrate its 1000th anniversary, and as the only city in Belarus – by the decision of the Belarusian Council of Ministers – it has been included in the Smart City concept. Regarding the implementation of this concept, the municipal authorities selected facilities that should be modernized in the first place. The priority for the development of the city of Brest is the modernization of the municipal sewage treatment plant in Brest [2]. The city must also face the challenges associated with wastewater treatment, waste treatment, development of road infrastructure, as well as a reduction of CO₂ emissions.

The first Belarusian Smart City in the future can be Krichev. What the efforts of the United Institute of Informatics Problems, the city, has digitized all public monuments, so tourists have information about all urban areas on the Internet. As part of the cooperation with AGgat – Management Systems OJSC, it is also planned to implement an automated traffic control system in the city.

Brest, using the Swedish experience, runs the SymboCity project, which aims to promote the development of electric transport and improve mobility in the city [7]. The SymbioCity project seeks to achieve the principles of sustainable development following the UN policy, by improving security in the city. SymboCity anticipates completing an improvement in the city's efficiency through integration of various urban systems and technologies: energy production, waste management, and combustion, water, and sewage supply, transport systems, urban planning and architecture [1]. The designed model will be able to be used in the future in a single company, city district or city.

System Technologies from Minsk as part of Smart City offers the Drive & Pay service, which allows you to make payments for fuel through mobile applications and Tix, through which the passenger has the opportunity to make payments for public transport on the phone.

Other solutions in the field of Smart City in Minsk are the Unified Video Surveillance System for Locations of Mass Residents of Citizens (ESVN) and the ASTM "AGAT" system, which facilitates effective traffic management [8, p. 80].

The most crucial task in the implementation of the Smart City concept in Belarus can be the integration of all services related to the smart city idea and creation of one coherent management system [8, p. 81].

In the world rankings, Rzeszów holds the highest position from Polish cities. The idea of Smart City in this city is mainly realized through [4, p. 137–138]:

- close integration of public transport,
- intelligent water management systems,
- open city information system,
- traffic control system,
- passenger information system in public transportation,
- e-ticket in public transit,
- smart parking management system.

Another smart city is Gdańsk, which currently operates the following solutions in the field of Smart City [4, p. 139–140]:

- Tristar Intelligent Transport System,
- ACCUS, a pilot project enabling the integration of various applications related to the open city,
- intelligent waste disposal system and water consumption management,
- street lighting management system,
- a free city portal for citizens,
- bicycle path system.

In Lublin, the next investments are implemented as part of Smart City:

- Integrated Traffic Management System
- Dynamic passenger information system in urban transport
- Modernization of trolleybuses and city buses, including electric ones
- The spatial information system of Lublin
- A fault reporting system within the city.

The Smart City concept is also implemented from smaller towns. In Siedlce, a pilot program for renting electric city cars was performed as part of car-sharing. As part of the project, there were five charging stations deployed at various points in the city.

Summary. Smart City is a concept that is successfully implemented in many places around the world. Polish and Belarusian city implement advanced technology projects to improve the living conditions of residents. This paper does not cover issues related to the Smart City concept in the aspect of urban space management. The presented review of implementations in the scope of the Smart City concept may become an inspiration for the city authorities to implement similar ideas in their cities.

Bibliography

1. Belta website, source. URL: <https://eng.belta.by/society/view/brest-to-host-workshop-on-smart-city-concept-on-7-8-february-98545-2017>.
2. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska I Gospodarki Wodnej source: <http://nfosigw.gov.pl/o-nfosigw/aktualnosci/art,1189,nfosigw-kontynuuje-wspolprace-z-bialorusia.html>.
3. Roman, K. Analysis and Evaluation of the Implementation Level of the Smart City Concept in Selected Polish Cities. BRAIN. Broad Research In Artificial Intelligence And Neuroscience. – № 9(1). – 2018.
4. Rześny- Ciepłińska J., Wach-Kłoskowska M. Logistyczne aspekty koncepcji Smart City. Studium przypadku na podstawie miast europejskich, Studia Miejskie. – Tom 27. – 2017.
5. Smart City ranking, source. – URL: <http://www.smart-cities.eu/ranking.html>.

6. Stawasz D., Sikora-Fernandez D., Turała M., Koncepcja Smart City jako wyznacznik podejmowania decyzji związanych z funkcjonowaniem i rozwojem miasta. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica. – № 29. – 2012.
7. Website of the city of Brest. URL: <https://city-brest.gov.by>.
8. Коротких, М. И. Концепция «умный город» и ее реализация. в современном мире. URL: <https://elib.gstu.by/bitstream/handle/220612/14473/коротких>.
9. Smart cities. Ranking of medium-sized European cities, Final report. October 2007. – p. 12. – URL: http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf.

УДК 657.22

Кириленко Т. В., магистрант,
УО «Белорусский государственный университет транспорта»,
г. Гомель, Республика Беларусь

МЕХАНИЗМ ОТРАЖЕНИЯ ОТЛОЖЕННЫХ НАЛОГОВ

Важнейшую роль в системе экономических показателей играют финансовые результаты деятельности организации. Конечный финансовый результат характеризует производственно-хозяйственную деятельность всей организации, т. е. составляет основу ее экономического развития. В процессе сближения национального бухгалтерского учета с МСФО, понятия «отложенные налоговые активы» и «отложенные налоговые обязательства» все чаще используются в хозяйственной деятельности предприятия. Доходы и расходы, рассчитанные по данным бухгалтерского учета, во многих случаях не совпадают с доходами и расходами, исчисленными в соответствии с предписаниями законодательства о налогах и сборах, что нередко вызывает значительные сложности в процессе учета расчетов по налогу на прибыль. В связи с этим целесообразно более детально рассмотреть влияние постоянных и временных разниц на величину налога на прибыль и обозначить возможности их отражения в бухгалтерском учете.

Отложенные налоги рассчитываются исходя из разниц между учетной прибылью (убытком) и налогооблагаемой прибылью (убытком), которые возникают при наличии расхождений между правилами признания и оценки доходов и расходов в законодательстве по бухгалтерскому учету и отчетности и в налоговом законодательстве.

Согласно Инструкции по бухгалтерскому учету отложенных налоговых активов и обязательств, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 31.10.2011 № 113 (далее – Инструкция № 113), текущий налог на прибыль определяется по формуле 1 [10].

Текущий налог = Расход + ПНО – ПНА + ОНА – ОНО – ОНА* + ОНО*, (1)
где ПНО – суммы постоянных налоговых обязательств;

ПНА – суммы постоянных налоговых активов;

ОНО – суммы отложенных налоговых обязательств;

ОНА – суммы отложенных налоговых активов;

ОНО* – суммы начисленных в текущем отчетном периоде, отложенных налоговых обязательств, погашенных в текущем отчетном периоде;

ОНА* – суммы начисленных в текущем отчетном периоде, отложенных налоговых активов, погашенных в текущем отчетном периоде.

Алгоритм исчисления налога на прибыль с использованием отложенного налогообложения представлен на рисунке 1.

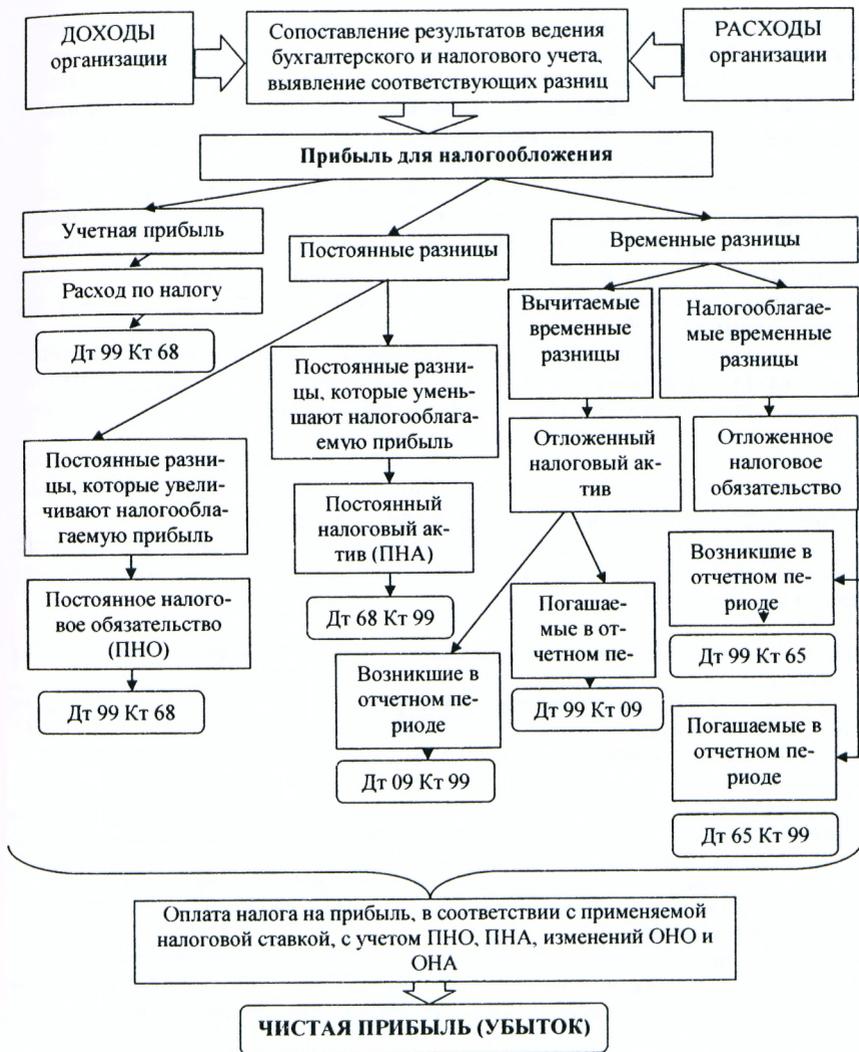


Рисунок 1 – Схема исчисления налога на прибыль с использованием отложенного налогообложения

Из рисунка 1 видно, что при сопоставлении результатов ведения бухгалтерского и налогового учета, разницы бывают постоянные и временные. Постоянные разницы приводят к возникновению в бухгалтерском учете постоянного налогового актива или постоянного налогового обязательства.

Временные разницы подразделяются на вычитаемые и налогооблагаемые. Вычитаемые временные разницы приводят к образованию отложенного налогового актива, который должен уменьшить сумму налога на прибыль, подлежащего уплате в бюджет в следующем за отчетным или в последующих отчетных периодах. Налогооблагаемые временные разницы приводят к образованию отложенного налогового обязательства, которое должно увеличить сумму налога, подлежащего уплате в следующем за отчетным периодом [2, с. 45].

Согласно п. 14 Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 (далее – Инструкция № 50), отложенные налоговые активы учитываются на синтетическом счете 09 «Отложенные налоговые активы». Начисление отложенного налогового актива отражается по дебету этого счета и кредиту счета 99 «Прибыли и убытки» [8].

Согласно п. 50 Инструкции № 50 отложенные налоговые обязательства учитываются на синтетическом счете 65 «Отложенные налоговые обязательства». Начисление отложенного налогового обязательства отражается по дебету счета 99 «Прибыли и убытки» и кредиту счета 65 «Отложенные налоговые обязательства».

Согласно п. 11 Инструкции № 113 отложенные налоговые активы и обязательства отражаются в бухгалтерском учете в том отчетном периоде, в котором возникли временные разницы, на основании которых они начислены.

В таблице 1 представлена корреспонденция счетов по отражению текущего налога на прибыль, отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств [2, с. 48].

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по отражению отложенных налоговых активов и обязательств

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Начислен текущий налог на прибыль, определяемый исходя из налогооблагаемой прибыли за текущий отчетный период (по данным налоговой декларации)	99	68
Начислен отложенный налоговый актив	09	99
Отражено погашение отложенного налогового актива по мере уменьшения вычитаемых временных разниц	99	09
Отражено списание отложенного налогового актива при выбытии актива или погашении обязательства, в связи с которым отраженный налоговый актив был начислен	99	09
Начислено отложенное налоговое обязательство	99	65
Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Отражено погашение отложенного налогового обязательства по мере уменьшения налогооблагаемых временных разниц	65	99
Отражено списание отложенного налогового обязательства при выбытии актива или погашении обязательства, в связи с которым отложенное налоговое обязательство было начислено	65	99
Начислен в бюджет налог на прибыль в размере отложенного налогового обязательства (ОНО)	99	68

Аналитический учет по счетам 09 «Отложенные налоговые активы» и 65 «Отложенные налоговые обязательства» ведется по видам активов или обязательств, в учетной оценке которых возникли вычитаемые и налогооблагаемые временные разницы. Однако при этом отсутствуют инструкции и конкретные методы ведения ана-

литики, поэтому временные и налогооблагаемые разницы по выбору организации могут отражаться на счетах бухгалтерского учета либо в аналитических регистрах.

Учитывая все вышеизложенное, автором предлагается применять субсчета второго порядка для отражения постоянных и временных разниц в бухгалтерском учете. Подобные исследования проводились ранее в работах Е. А. Антонец, С. В. Колчугина, А. А. Копёнкиной, Н. С. Никитенко, Н. В. Покровской [1, 5, 6, 12]. Такой подход позволит минимизировать ошибки в исчислении налогов, возникающие из-за существующих различий в определении доходов и расходов в бухгалтерском и налоговом учете.

Для организации системного учета временных разниц, необходимо применять субсчета аналитического учета, которые представлены на рисунке 2.

09 «Отложенные налоговые активы»	
ДЕБЕТ	КРЕДИТ
09/1 «Вычитаемые временные разницы между доходами в бухгалтерском учете и налоговом учете»	
09/2 «Вычитаемые временные разницы между расходами в бухгалтерском учете и налоговом учете»	

65 «Отложенные налоговые обязательства»	
ДЕБЕТ	КРЕДИТ
	65/1 «Налогооблагаемые временные разницы между доходами в бухгалтерском учете и налоговом учете»
	65/2 «Налогооблагаемые временные разницы между расходами в бухгалтерском учете и налоговом учете»

Рисунок 2 – Субсчета аналитического учета отложенных налоговых активов и обязательств

Таким образом, предложенная на рисунке 2 группировка отложенных налоговых активов и обязательства по субсчетам второго порядка позволит оперативно отслеживать изменения вычитаемых и налогооблагаемых временных разниц и определять, за счет каких доходов или расходов сформировалась та или иная разница. Все это приведет к минимизации вероятности возникновения ошибок в процессе учета расчетов по налогу на прибыль, что, безусловно, положительным образом повлияет на достоверность отчетных сведений.

Литература

1. Колчугин, Н. В. Влияние отложенных налогов на показатели финансового анализа / Н. В. Колчугин, А. А. Копёнкина // Проблемы учета и финансов. – 2014. – С. 44–47.
2. Лемеш, В. Н. Налоговый и бухгалтерский учет налогов / В. Н. Лемеш. – Минск: Издательство «Регистр», 2018. – 216 с.
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Общая часть: Закон Республики Беларусь от 19 декабря 2002 г. № 166-З (в ред. от 9 января 2017 г. № 15-3) // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2017. – № 2/2430.

4. Налоговый кодекс Республики Беларусь. Особенная часть: Закон Республики Беларусь от 29 декабря 2009 г. № 71-3 (в ред. от 9 января 2017 г. № 15-3) // Нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь. - 2017. - № 2/2453.
5. Никитенко, Н. С. К вопросу построения и сопоставления алгоритмов формирования бухгалтерских и налоговых показателей финансового результата / Н. С. Никитенко // Рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия 5: Экономика». – 2012. – № 3. – С. 162–171.
6. Никитенко, Н. С. Систематизация разниц между доходами и расходами в бухгалтерском и налоговом учете / Н. С. Никитенко // Рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник Адыгейского государственного университета» – 2014. – № 1(138). – С. 127–138.
7. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 (в ред. от 4 июня 2015 г. № 268-3) // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2015. – № 2/2266.
8. Об утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 (в ред. от 30 июня 2014 г. № 46) // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2014. – № 8/29244.
9. Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102 (в ред. от 31 декабря 2013 г. № 96) // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2014. – № 8/28275.
10. Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету отложенных налоговых активов и обязательств: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 31 октября 2011 г. № 113 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011. – № 8/24595.
11. Панова, Т. И. Бухгалтерский учет / Т. И. Панова // Бухгалтерский учет: лекция по теме «Учет финансовых результатов» УО «ГГУ им. Ф.Скорины». – 2016. – 23 с.
12. Покровская, Н. В. Оценка отложенных налоговых активов и отложенных налоговых обязательств / Н. В. Покровская, Е. А. Антоненко // Трансформация национальной отчетности. – 2015. – С. 43–53.

УДК 332.143

Лёшина М.А., к. э. н., доцент,
Смоленский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Смоленск, Российская Федерация

СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Развитие сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности региона является одной из приоритетных задач Администрации Смоленской области. В этой связи в регионе проводится целенаправленная работа по привлечению бюджетных и частных инвестиций.

По данным Департамента Смоленской области по сельскому хозяйству и продовольствию выстраивание конструктивного диалога с бизнесом привело к увеличе-

нию доли инвестиций в сельское хозяйство и пищевую промышленность с 8,7% в 2012 году до 13% в 2017 году, способствуя повышению конкурентоспособности отрасли (рисунок 1).

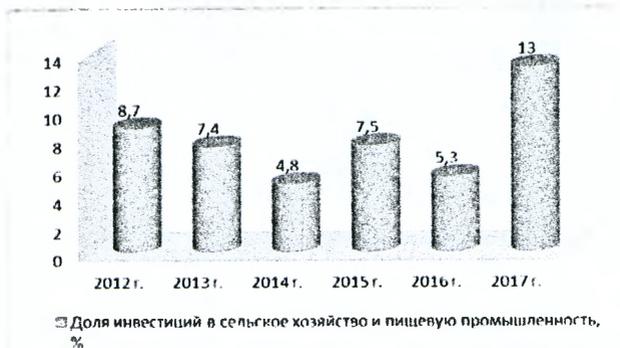


Рисунок 1 – Доля инвестиций в сельское хозяйство и пищевую промышленность Смоленской области

В 2017 году по всем категориям хозяйств произведено валовой продукции сельского хозяйства на сумму 25 млрд рублей, что в сопоставимой оценке на 1,2% больше, чем в 2016 году. Увеличение объема производства произошло вследствие роста продукции животноводства на 5,6%. Производство продукции растениеводства сократилось на 5% (см. таблицу 1 и рисунок 2) [2].

Таблица 1 – Продукция сельского хозяйства по категориям хозяйств в фактических ценах, млн рублей

	2014	2015	2016	2017	2017 в % 2016
Хозяйства всех категорий					
Продукция сельского хозяйства	21 926,7	24 270,9	24 283,6	25 014,6	101,2
<i>в том числе</i>					
- продукция растениеводства	9 004,1	11 460,3	10 112,9	10 285	95
- продукция животноводства	12 922,6	12 810,6	14 170,7	14 729,6	105,6
Сельскохозяйственные организации					
Продукция сельского хозяйства	10 836,6	12 105,8	13 032,3	14 236,9	110,6
<i>в том числе</i>					
- продукция растениеводства	2 664,3	3 887,3	3 861,2	4 570,5	111,3
- продукция животноводства	8 172,3	8 218,5	9 171,1	9 666,4	110,3
Крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели					
Продукция сельского хозяйства	1 292,1	1 613,6	1 543,4	1 625,2	103,8
<i>в том числе</i>					
- продукция растениеводства	574,4	852,1	832,4	927,1	104,8
- продукция животноводства	717,7	761,5	711	698,1	102,8
Хозяйства населения					
Продукция сельского хозяйства	9 798,0	10 551,5	9 707,9	9 152,5	89,1
<i>в том числе</i>					
- продукция растениеводства	5 765,4	6 720,9	5 419,3	4 787,4	83,1
- продукция животноводства	4 032,6	3 830,6	4 288,6	4 365,1	96,7

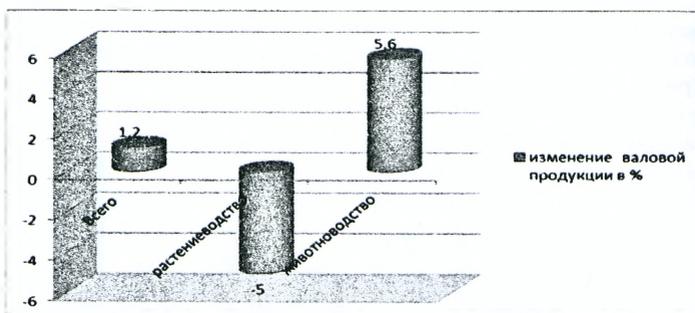


Рисунок 2 – Динамика производства валовой продукции сельского хозяйства Смоленской области в 2017 году по отношению к 2016 году

В 2017 году наблюдалось увеличение производства сельскохозяйственной продукции в сельскохозяйственных организациях по сравнению с 2016 годом на 10,6%, в крестьянских (фермерских) хозяйствах и у индивидуальных предпринимателей – на 3,8%. Объем производства продукции сельского хозяйства населения снизился по сравнению с 2016 годом на 10,9% (рисунок 3) [3].



Рисунок 3 – Динамика производства сельскохозяйственной продукции по категориям хозяйств

В структуре валового производства сельскохозяйственной продукции 57% в 2017 году приходилось на долю сельскохозяйственных организаций, которыми в 2017 году реализовано продукции на сумму свыше 9 млрд рублей (на 8% больше уровня 2016 г.); 36,6% объема продукции сельского хозяйства в 2017 году произведено хозяйствами населения; 6,5% – крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и индивидуальными предпринимателями [3].

Рассмотрим состояние производства сельскохозяйственной продукции Смоленской области по видам деятельности.

Анализируя состояние растениеводства в Смоленской области в 2017 году, отметим следующее.

В 2017 году посевами сельскохозяйственных культур во всех категориях хозяйств было занято 400,4 тыс. гектаров, что на 0,2% меньше, чем в 2016 году. В сельскохозяйственных организациях было сосредоточено 78,1% всех посевов, в хозяй-

ствах населения – 5,5%, в крестьянских (фермерских) хозяйствах (включая индивидуальных предпринимателей) – 16,4%.

В структуре посевов на долю зерновых культур приходилось 29,8% посевов. 2,3% посевной площади были заняты льном-долгунцом, 5,6% – картофелем и овощами, 62,6% – кормовыми культурами (рис. 6).

Валовой сбор зерна в 2017 году по всем категориям хозяйств составил 242,5 тыс. тонн в весе после доработки, что на 4,3% больше, чем в 2016 году. Производство льноволокна во всех категориях хозяйств уменьшилось на 12,6%.

В структуре производства зерна в хозяйствах всех категорий основными культурами являются пшеница озимая и овес, соответственно, на их долю приходится 32,5% и 25,3% валового сбора. По сравнению с 2016 годом увеличился удельный вес производства пшеницы озимой, овса, гречихи, зернобобовых; уменьшился - озимых ржи и тритикале, яровых пшеницы и тритикале.

Валовой сбор картофеля по всем категориям хозяйств составил 201,7 тыс. тонн, что на 0,5% больше, чем в 2016 году. Основными производителями картофеля – 77,3% общего объема - являются хозяйства населения.

Анализируя состояние животноводства в Смоленской области в 2017 году, отметим следующее.

На конец 2017 года поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий составило 395,4 тыс. голов, что 5,3% больше по сравнению с 2016 годом, из него: коров – 55,9 тыс. голов (на 8,9% больше), свиней – 309,2 тыс. голов (на 5,0% больше), овец и коз – 30,3 тыс. голов (на 10,2% меньше).

Наибольший удельный вес в поголовье крупного рогатого скота занимают свиньи – 78%, наименьший – овцы и козы – 8%.

В 2017 году в хозяйствах всех категорий произведено скота и птицы на убой (в живом весе) 85,5 тыс. тонн, что на 17,8% больше по сравнению с 2016 годом, молока – 199,1 тыс. тонн (на 4,2% меньше), яиц – 214,2 млн штук (на 7,2% больше).

Далее остановимся на результатах деятельности малых форм хозяйствования, в частности кооперативов.

В таблице 2 представлены объёмы производства основных видов сельскохозяйственной продукции, выпущенных кооперативами Смоленской области [4].

Таблица 2 – Объем производства основных видов продукции малых форм хозяйствования за 2014 год, 2015 год, 2016 год

Вид продукции	Объём, в тыс. т.			% от хозяйств всех категорий		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7
Скот и птица на убой в живом весе	19,1	15,1	14,9	26,3	22,9	20,5
Молоко	106	93,3	83,5	45	48,8	40,2
Яйца (млн. шт.)	79,6	77,3	77,6	29,2	39,3	38,9
Овощи	67,7	62,1	60,5	86	85,7	87,3
Картофель	195,8	220	194,4	86,8	86,3	91,9
Валовый сбор зерновых и зернобобовых культур (включая кукурузу)	37,2	41,5	39	16,3	17,4	16,8
Валовый сбор волокна льна-долгунца	0,4	0,4	0,5	12,9	10,5	9,9
Фрукты и ягоды	23,9	29,4	19,2	99,9	99,9	99,9

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод, что малые формы хозяйствования вносят существенный вклад в производство плодов и ягод, овощей и картофеля в Смоленской области (около 90 %). Вполне весомы показатели производства малыми формами хозяйствования Смоленской области молока (40,2 %), яиц (38,9 %) по отношению к общим объёмам производства этих видов сельхозпродукции.

На рисунке 3 представлена диаграмма, отражающая долю основных видов продукции, произведённой малыми формами хозяйствования Смоленской области в 2016 году, по отношению к продукции, произведённой хозяйствами всех категорий. Представленная диаграмма иллюстрирует данные таблицы 2.

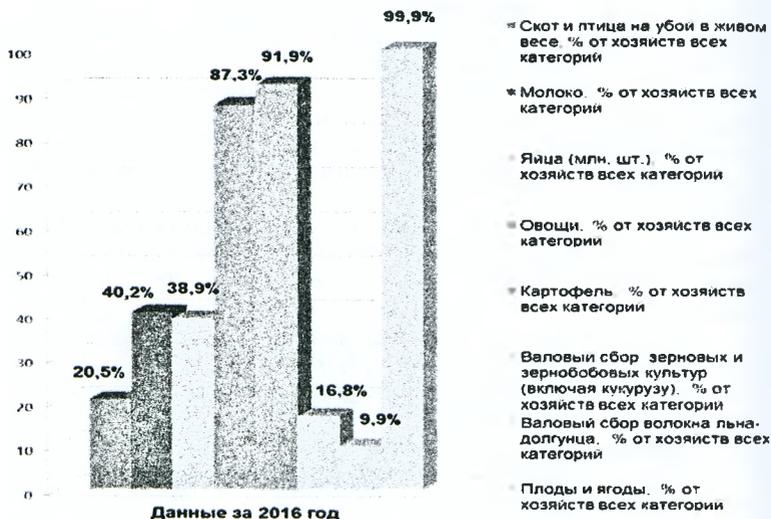


Рисунок 3 – Доля основных видов продукции, произведённой малыми формами хозяйствования Смоленской области в 2016 году, по отношению к продукции, произведённой хозяйствами всех категорий

Следует отметить, что государственная поддержка и мероприятия, проводимые Департаментом по сельскому хозяйству и продовольствию Смоленской области, направлены на развитие в регионе сельскохозяйственной кооперации и увеличение объёмов производства и переработки молока, мяса, картофеля, овощей, плодов и ягод.

При этом процессы создания и увеличения числа реально работающих сельскохозяйственных производственных и потребительских кооперативов из ранее организованных в настоящее время не имеют явной положительной динамики в Смоленской области.

Данная ситуация складывается в Смоленской области под влиянием следующих факторов:

1. В Смоленской области на протяжении последних 16 лет наблюдается естественная убыль населения, а также трудовая миграция в близлежащие области (Московскую и Калужскую).
2. Слабая мотивация сельхозпроизводителей для создания в Смоленской области сельскохозяйственных кооперативов первого и второго уровней.

Положительная динамика в развитии сельскохозяйственной кооперации в Смоленской области возможна в случае увеличения в регионе числа граждан, не только желающих заниматься сельскохозяйственным производством и переработкой сельхозпродукции, но и умеющих организовать такой вид экономической деятельности.

Развитие сельскохозяйственной кооперации в Смоленской области позволит решить проблему «вымирания села», улучшить инфраструктуру сельских территорий, обеспечить импортозамещение сельскохозяйственной продукции, уменьшить на прилавках магазинов региона долю продуктов питания, произведённых в Республике Беларусь.

Литература

1. О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы: постановление Правительства РФ от 14 июля 2012 г. N 717. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>, свободный.
2. Сайт департамента сельского хозяйства по Смоленской области. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://selhoz.admin-smolensk.ru>.
3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sml.gks.ru.
4. Смоленская область в цифрах. 2017: крат. стат. сб. / Смоленскстат – С., 2017. – 368 с.

УДК 330.3

Перевозчиков Д. В., магистрант,

УО «Брестский государственный технический университет»,

г. Брест, Республика Беларусь

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Инновации в современном мире являются важным компонентом экономики, одним из факторов ее развития. Однако, несмотря на частое употребление данного термина, его внутреннее содержание может не всегда пониматься одинаково.

Впервые определение понятия «инновация» предложил австрийский ученый Й. Шумпетер. Он понимал инновации как новые научно-организованные комбинации производственных факторов, мотивированные предпринимательским духом.

Для инновационного экономического развития требуется новый подход к человеку, его роли и значению в современных социально-экономических условиях. Императив обеспечения инновационного развития требует признания того, что в XXI веке главным богатством стран мира являются не природные ресурсы, а люди этих стран. Еще Ф. Галиани высказывал мысль о том, что главным богатством является сам человек. Именно человек является основным элементом любых общественных отношений, в частности социально-экономических. Для полного раскрытия феномена человеческого потенциала представляется крайне важной оценка существующих экономических условий, в рамках которых происходит формирование и воплощение потенциала человека в той или иной общественно-полезной деятельности. При наличии

таких условий потенциал человека через его реализацию является как источником дохода для своего носителя, так и источником социально-экономического прогресса – для всего общества.

Под человеческим потенциалом следует понимать все те вложения, которые сам индивид, его семья, государство или кто-либо еще осуществляют в развитие профессиональных качеств их носителя. Само слово потенциал здесь подчеркивает лишь возможные выгоды в будущем от данных инвестиций. В свою очередь социально-экономический прогресс можно определить как всемирно-историческое движение человеческих сообществ от низшего к высшему, от дикости к цивилизованному состоянию, в основе которого лежат морально-нравственные, научно-технические, политико-правовые достижения.

В этой связи представляется важной стоимостная оценка жизни человека. В качестве конкретно-практического обоснования необходимости такой оценки является то, что она может использоваться в страховой деятельности, при разработке социальных программ государства и политики страны, ее административно-территориальных единиц, отдельных организаций. Отсюда следует, что разработка методологии определения стоимости жизни и методики ее расчета является тем вопросом, который требует научного решения и скорейшего внедрения в практику.

В научной литературе стоимость жизни имеет различные трактовки. В посвященной уровню жизни населения монографии ее авторы пишут следующее: «Под стоимостью жизни обычно понимается стоимость совокупности предметов потребления, соответствующая определенному уровню удовлетворения потребностей населения» [1, с. 56]. В книге «Экономика труда» ее авторы исходят из того, что под стоимостью жизни следует понимать «объективно складывающийся размер затрат на обеспечение удовлетворения жизненно необходимых потребностей граждан в материальных благах и услугах» [2, с. 463]. Как пишет Н.П. Кузнецова, стоимость жизни можно «...определять и как совокупность расходов, которые несет человек, семья или группа населения для приобретения товаров и услуг, необходимых для поддержания их жизнедеятельности и восстановления работоспособности» [3, с. 351].

Н. Д. Кликунов характеризует оценку стоимости жизни в качестве части неявных издержек при оценке эффективности государственных расходов «...на здравоохранение, вооруженные силы, внутреннюю безопасность, разработку стандартов техники безопасности и т. д....» [4, с. 9].

Исходя из данных определений, можно сказать, что стоимость жизни – это интегральный показатель качества жизни в стране. При этом, на данный момент не существует единой методики определения оценки стоимости человеческой жизни. Первые попытки были предприняты еще в 30-е годы прошлого столетия. В СССР одним из первых данную проблему исследовал демограф Б. Ц. Урланиса, изучавший вклад советского гражданина и его «чистый» доход.

В целом, существующие методики можно разделить на несколько групп:

1. Доходный метод. Его суть состоит в том, что стоимость жизни оценивается посредством отношения среднего располагаемого дохода человека к вероятности его смерти в текущем году.

2. Актуарный метод. Он является распространенным при страховании. Стоимость жизни человека оценивается как отношение среднедушевых доходов к величине валового внутреннего продукта.

3. Затратный метод. Данная методика является одной из самых простых. При ее использовании стоимость жизни определяется как сумма затрат на воспроизводство человека.

4. Демографический подход. Данный метод основывается на соотношении произведенных и потребленных человеком благ к определенной стадии его жизни.

5. Подход, базирующийся на законодательно закрепленных выплатах. В законодательстве многих стран есть законы и нормативно-правовые акты, которые определяют размер компенсационных выплат пострадавшим в результате чрезвычайных происшествий.

6. Страховые выплаты. Применяется механизм добровольного страхования жизни на определенную сумму.

7. На основе судебной практики. В этом случае основой оценки стоимости жизни принимаются выплаты, определенные решением суда как компенсации по возмещению ущерба жизни и здоровью, морального вреда.

Данный перечень методик не является исчерпывающим. Тем не менее, он отражает основные подходы, которые существуют в мировой практике в отношении определения стоимости жизни человека. Другие методы, как правило, являются составными частями перечисленных концепций либо же их отдельными случаями.

Наиболее часто расчет стоимости жизни проводится в целях определения размера компенсационных выплат в результате гибели людей в транспортных происшествиях.

В соответствии со статьей 117 Воздушного кодекса Российской Федерации, максимальный размер компенсационных выплат за возмещения вреда здоровью пассажира при воздушной перевозке составляет порядка 26 тыс. евро [5]. В соответствии с законом «Об ОСАГО» страховая сумма при дорожно-транспортных происшествиях равна 6,5 тыс. евро [6].

В Республике Беларусь лимит по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств составляет 10 тыс. евро [7].

В США Агентство по охране окружающей среды оценивало жизнь человека в 7,8 млн. долл. до 2008 года, а после – 6,9 млн. долл. [8]. Министерство транспорта США в 2015 году приводило оценку стоимости жизни равную 9,4 млн. долл. [9].

Еще одной группой компенсационных выплат является оценка государством стоимости жизни граждан при катастрофах и стихийных бедствиях. В таблице 1 представлены примеры сумм, которые были выплачены семьям погибших людей в России и США.

Как видно из таблицы, в Беларуси размеры компенсаций уступают тем, которые выплачиваются в России, ЕС и США.

На основании всего вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что существуют различные методики оценки стоимости жизни человека. В Беларуси данный показатель составляет порядка 10 тыс. долл., что существенно ниже чем в других странах. Такая низкая оценка стоимости человеческой жизни ведет к недооценке роли каждого отдельного человека в государстве, к низкому уровню инвестиций в его развитие и, следовательно, в те отрасли, которые определяют его развитие, такие как здравоохранение и образование. В результате инновационная политика государства становится неэффективной. Недооценка человека приводит к тому, что отрасли, которые его формируют, в развитии государства не получают статус приоритетных. Их финансирование осуществляется по остаточному принципу, поэтому они не могут обеспечить должное развитие человека и эффективность государственной инновационной политики. В целом можно сформулировать следующие основные положения:

Таблица 1 – Размер компенсационных выплат семьям погибших при катастрофах в XXI веке [4, с. 7]

Чрезвычайное происшествие	Размер выплаченной компенсации, долл.
Республика Беларусь	
Трагедия на предприятии «Пинскдрев» (2010)	от 10 000 до 15 000
Теракт в минском метро (2011)	10 000
Российская Федерация	
Катастрофа в Московском метрополитене (2014)	30 000
Обрушение строящегося дома в Таганроге (2012)	из областного бюджета – 15 000, от Администрации г. Таганрога – 3 000
Наводнение в Краснодарском крае (2012)	от Правительства РФ – 15, от Администрации Краснодарского края – 15 000
Взрывы на шахте «Распадская» в Кузбассе (2010)	из государственных фондов – 15 000, от ОАО «Распадская угольная компания» – 15 000, годовая з/п + з/п за 3 месяца – от 10 500 до 13 700
Авария на Саяно-Шушенской ГЭС (2009)	от «РусГидро» – 15 + двухмесячный заработок погибшего + возмещение расходов на погребение, из федерального бюджета – 16 700
Соединенные Штаты Америки	
Террористические акты 11 сентября (2001)	3 100 000 за погибших гражданских лиц, семьям погибших при исполнении служебных обязанностей – 4 200 000
Франция	
Катастрофа А320 под Динь-ле-Беном (2015)	1 300 000 + предварительная компенсация 50 000
Катастрофа Airbus A330 (2009)	20 000

1. В настоящее время в мире не существует четкого подхода к определению стоимости человеческой жизни.
2. В Беларуси применяются низкие значения стоимости жизни человека, что является препятствием на пути эффективной инновационной деятельности.
3. Применение адекватных показателей стоимости жизни даст возможность выявить и оценить экономический эффект и эффективность таких бюджетных отраслей, как образование и здравоохранение, что позволит вывести их из категории дотационных в категорию рентабельных и увеличить их долю в развитии экономики страны.
4. Обесценение представлений о стоимости жизни ведет к низким инвестициям в улучшение качества жизни, недофинансированию отраслей, обеспечивающих развитие человека и сохранение его здоровья. Низкие инвестиции в человека ведут к неэффективности инновационной политики государства и являются реальной угрозой в обеспечении национальной безопасности страны.

Литература

1. Жеребин, В. М. Уровень жизни населения / В. М. Жеребин, А. Н. Романов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 592 с.
2. Экономика труда: учебник / Под ред. проф. П. Э. Шлендера и проф. Ю. П. Кокина. – М.: Юристъ, 2002. – 592 с.

3. Экономика труда: учебно-методическое пособие / Институт труда Минтруда России (НИИ труда). – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. – 490 с.
4. Кликунов, Н. Д. Человеческая жизнь как нематериальный актив: методология и методы оценки / Н. Д. Кликунов, В. Н. Петров // Провинциальные научные записки. – 2016. – № 1. – С. 6–12.
5. Воздушный кодекс Российской Федерации: принят Государственной Думой 19 февраля 1997 г.: одобр. Советом Федерации 5 марта 1997 г.: текст Кодекса по состоянию на 14.08.2018 г. // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2018.
6. Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств : закон РФ от 25.04.2002 №40-ФЗ (ред. от 29.12.2017).
7. Об установлении размеров страховых тарифов, страховых взносов, лимитов ответственности по отдельным видам обязательного страхования: Указ Президента Респ. Беларусь, 25 авг. 2006 г. № 531 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – № 265. – 1/11074.
8. US environmental agency lowers value of a human life // The Guardian [Electronic resource]. – 2008. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/world/2008/jul/11/usa.epa>. – Date of access: 27.10.2018.
9. Guidance on Treatment of the Economic Value of a Statistical Life (VSL) in U.S. Department of Transportation Analyse [Electronic resource] / Kathryn Thomson. – Office of the Secretary Of Transportation, 2008. – Mode of access: <https://www.transportation.gov/sites/dot.gov/files/docs/2015%20Revised%20Value%20of%20a%20Statistical%20Life%20Guidance.pdf>. – Date of access: 27.10.2018.

УДК 338.24

Потапова Н. В., к. э. н., доцент.

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Беларусь

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СУЖДЕНИЯ БУХГАЛТЕРА

В современной практике бухгалтерского учета белорусских предприятий все большее внимание уделяется вопросам профессионального суждения. Нормативно-правовая база по бухгалтерскому учету не содержит точного определения профессионального суждения бухгалтера и не дает четких рекомендаций по его формированию и применению, что приводит к различным противоречиям. В настоящее время профессиональное суждение бухгалтера позволяет принимать решение по отражению операций, событий спорного характера, руководствуясь своим опытом и конкретными знаниями. С одной стороны, это повышает требования к профессиональным компетенциям бухгалтера, перекладывает риск ошибки и ответственность за их последствия на бухгалтера, с другой стороны, сопровождается рисками искажения бухгалтерской информации и принятия неверных управленческих решений.

Факторами, оказывающими влияние на выражение профессионального мнения бухгалтера, являются: информация; степень свободы в принятии решения; квалификация специалиста, характеризующаяся уровнем образования, владением компетенций бухгалтерской профессии, соблюдением принципов профессиональной этики;

практический опыт, зависящий от стажа работы, бухгалтерской практики в различных областях и сферах деятельности [1].

Одним из основных факторов, обуславливающих актуальность проблематики профессионального суждения бухгалтера, является его информационное обеспечение.

Профессиональное суждение бухгалтера представляет собой обоснованное, независимое мнение высококвалифицированного специалиста относительно объектов бухгалтерского учета, основанное на специальных знаниях и принципах профессиональной этики, опыте специалиста и сложившейся практики, обусловленное неопределенностью информации, возникающей в бухгалтерском учете по различным объективным и субъективным причинам.

Необходимость профессионального суждения бухгалтера возникает в областях и сферах, сопровождающихся наличием множества переменных факторов, однозначное толкование которых не всегда возможно или проблематично по объективным или субъективным причинам (изменения в налоговом законодательстве, судебной практике, новая стратегия развития предприятия, возникновение конфликта интересов руководящего персонала и собственника), к которым относятся:

- идентификация объектов в качестве активов, определение способов их оценки, амортизации;
- определение периода отражения хозяйственной операции;
- оценка уровня существенности фактов хозяйственной жизни для их отражения в бухгалтерском учете и отчетности;
- отражение и оценка объектов социальной сферы;
- отражение скрытых обязательств;
- отражение и списание безнадежной к взысканию дебиторской задолженности и т. п.

Основная цель при этом – максимально снизить степень неопределенности путем создания информационного потока, рациональность которого определяется соблюдением принципов и требований к информации. Современные требования к организации бухгалтерии как информационной системе предприятия предполагают применение информационных баз, технологий бухгалтерского учета, позволяющих формировать различные виды отчетности, в том числе интерактивные, способствуют снижению неопределенности, дают широкие информационные возможности для управленческих воздействий.

При этом возникновение неопределенности в сфере бухгалтерского учета неизбежны. Причинами являются изменчивость и риски современной предпринимательской деятельности, а также волатильность финансовой, правовой среды. Это приводит к отсутствию устоявшихся практик и возникновению варибельности методик бухгалтерского учета специфических объектов; опережению темпов развития бизнеса по сравнению с нормативным регулированием бухгалтерского учета [2].

Выделим основные характеристики и определим связанные с ними проблемы информационного обеспечения при формировании профессионального суждения бухгалтера:

- *Количественная характеристика информации* – объем информации, необходимый для выражения профессионального мнения. Проблематикой является определение рационального объема и достаточного уровня точности исходной информации.

При расчете ключевых показателей деятельности предприятия, например целесообразно установление интервального диапазона для округления значений показателей в зависимости от структуры активов, достоверности исходной информации и приоритетов сторон при принятии решений на основе этих показателей.

- *Качественная характеристика информации* – отражает полезность и достоверность информационных данных. Проблематикой является обеспечение релевантности и достаточной существенности информации.

Ограничение по степени точности исходной информации в зависимости от ее состава и целей управления, ограничение по набору показателей в зависимости от их влияния на принятие решения обеспечат необходимый уровень достоверности и существенности информации.

- *Временная характеристика информации* – отражает период получения информации, что обуславливает ее актуальность. Проблематикой является риски несопоставимости информации, полученной в разные периоды, непостоянное поступление, разсинхронизация информационных потоков.

Для достижения актуальности информации необходимо четкое ограничение выборки информации по охвату временного периода и интервалам расчета показателей в зависимости от целей управления.

- *Коммуникационная характеристика информации* – отражает каналы информационного обмена. Проблематика - передача информации не по направлению, неверный способ обработки информации, предоставление ненужной, бессистемной, избыточной информации.

- *Возможность обработки* – отражает доступность информации и возможность ее анализа. Проблематика – недостаточная доступность, непостоянное поступление данных.

Обеспечение возможности использования внутренней и внешней информации в полном объеме снижает риски профессионального суждения бухгалтера, наличие которых объективно. Особенность профессиональной бухгалтерской деятельности состоит в том, что бухгалтер обязан высказывать профессиональное суждение даже в тех случаях, когда необходимая информация недоступна по различным причинам: утеряны или уничтожены документы, предоставлена неполная информация, допущена фальсификация информации и т. д. В таких условиях возникает высокая вероятность ошибки при выражении мнения, что может привести к административной и экономической ответственности бухгалтера, отрицательно отразится на деятельности организации [3]. Соблюдение принципов формирования информации, высокий уровень профессионализма способствуют снижению неопределенности до допустимого, приемлемого уровня и позволят снизить вероятность ошибки. Таким образом, предпринимательская, коммерческая инициативы, объективная неопределенность информации обуславливают необходимость гибкости и креативности современного бухгалтерского учета, выработки четких рекомендаций и требований к содержанию информации и компетенциям бухгалтера при формировании профессиональных суждений.

Литература

1. Пятов, М. Л. Профессиональное суждение в современной практике учета // Бухгалтерский учет. – 2008. – № 24. – С. 51–55.
2. Соколов, Я. В. Профессиональное суждение бухгалтера: итоги минувшего века / Я. В. Соколов, Т. О. Терентьева // Бухгалтерский учет. – 2001. – № 12. – С. 53–57.
3. Шерр, И. Ф. Бухгалтерия и баланс: пер. с нем. С. И. Цедербаума. – М.: Экономическая жизнь, 1925. – С. 79.

Прадун А. Н., магистрант.
УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКСПОРТА НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

Экономическая политика на основе экспортного развития предполагает открытие внутренних рынков для иностранной конкуренции в обмен на доступ на рынок в других странах. Эффективная интеграция белорусских регионов в систему мирохозяйственных связей должна обеспечиваться мерами государственного регулирования внешнеэкономической сферы и включать различные методы поддержки отечественных экспортеров: снижение тарифных барьеров, плавающий обменный курс, государственная поддержка экспорт-ориентированных отраслей, привлечение прямых иностранных инвестиций. Формирование экономической политики в долгосрочной перспективе в условиях экспорт-ориентированного импортозамещения необходимо осуществлять в направлении инерционной диверсификации экспорта, что предполагает вовлечение в экспортную деятельность локальных территориальных образований, что будет способствовать повышению интенсивности и росту масштабов ВЭД.

Значение разработки и реализации грамотной и дальновидной политики по диверсификации экспорта в ряде зарубежных стран особо актуальны на протяжении последних лет. и, говоря о диверсификации, необходимо подчеркнуть, что речь идет не только о расширении экспортных товарных статей, но и о диверсификации географических направлений. В связи с этим расширение экспортной корзины способствует нивелированию колебания цен за счет разнообразных путей поступления экспортной выручки, что обеспечивает поступательное устойчивое развитие. Увеличение внешнего спроса на продукцию региональных производителей выступает важнейшим фактором загрузки производственных мощностей города, поддержания высокого уровня занятости населения и достижения роста валютных поступлений и в целом является залогом успешного экономического развития.

Анализ экспортного развития брестского региона выявил непропорциональную структуру внешней торговли. Сосредоточенность на одном внешнем партнере вызывает экономическую зависимость от него и повышает риски форс-мажора. Поэтому освоение новых рынков сбыта сегодня приобретает исключительную значимость в условиях нестабильного макроэкономического развития важнейших торговых партнеров региона, прежде всего России и Украины (рисунок 1–3).

Темп роста экспорта товаров по итогам 8 месяцев 2018 года составил 111,6%. Объем экспорта за январь-август 2018 года составил 650,8 млн долл. США.

Прирост объемов экспорта за 8 месяцев произошел за счет флагманов пищевой промышленности: ОАО «Савушкин продукт», СП «Санта Бремор», ОАО «Мяскомбинат» и промышленности: СП ОАО «Брестгазоаппарат», УП «Гефест-техника».

Говоря о товарной диверсификации на примере экспорта в Европейский союз, необходимо отметить достаточно узкую гамму товаров с небольшим объемом. Высокая концентрация на рынок одной или нескольких стран либо на узкой гамме товаров формирует для нашего региона значительные риски, которые необходимо минимизировать. Основным рынком сбыта остается Российская Федерация, 532,4 млн долларов США, темп роста экспорта – 105,0%. Доля экспорта в РФ – 81,8% в общем объеме экспорта.

Экспорт товаров, млн.долл.США

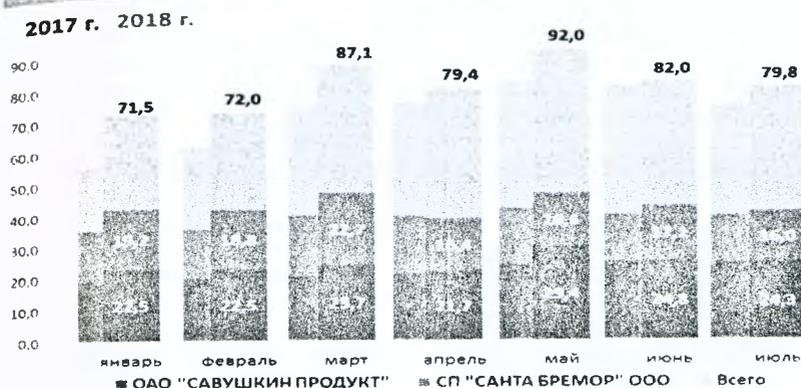


Рисунок 1 – ВЭД основных экспортеров г. Бреста

За январь-август 2018 г. экспортные поставки осуществлялись в 77 стран мира. Открыто 12 новых рынков сбыта: Бахрейн, Гибралтар, Кения, Колумбия, Кувейт, Малайзия, Монголия, Мьянма, Пакистан, Перу, Словения, Финляндия. Одним из приоритетных направлений работы по диверсификации экспорта является развитие сотрудничества с Китаем. За январь-август 2018 г. экспортные поставки в КНР выросли в 1,6 раз по сравнению с соответствующим периодом 2017 г. и составили 3,3 млн долл. США.

Экспорт услуг

	Удельный вес, %							Темп, %
	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Транспортные	84,7	82,3	85,0	79,9	76,8	70,8	115,3	
Строительные	7,7	9,3	5,9	10,6	13,0	17,3	160,2	
Компьютерные	3,6	4,0	5,0	5,5	5,7	7,4	167,4	
Туристические	2,3	2,3	1,9	1,6	1,6	1,8	125,5	
Медицинские	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	173,4	
Всего							124,2	

Рисунок 2 – Динамика экспорта услуг

Темп роста экспорта услуг за 8 месяцев составил 134,7 млн долл. США. или 122,4%. Объем экспорта транспортных услуг – 95,4 млн долл. США – имеет подавляющую долю в общем объеме (более 70,8%) и обеспечивает значимый прирост (темп 114,0%). Экспорт строительных услуг, объем 23,3 млн долл. США, темп 154,6%. Хороший темп демонстрируют туристические услуги – 119,1% (объем за 8 месяцев 2,4 млн долл. США), компьютерные услуги – 169,4% (объем 9,9 млн долл. США), услуги в области здравоохранения при объеме 1,0 млн долл. США рост почти в 2 раза.



Рисунок 3 – Структура экспорта услуг

Мы видим, значительный потенциал в городе имеет экспорт услуг, доля которого в общем объеме экспорта увеличивается. Этому способствует ряд объективных причин:

- для развития транспорта – это реализация крупнейшего проекта «Один пояс один путь», который проходит через Брест и связывает Китай с Европой;
- для IT-сферы – это действие Декрета № 8 «О развитии цифровой экономики», а также подготовка высококвалифицированных специалистов;
- для туризма – это действие Указа №462 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», который позволит гражданам 77 стран посетить территорию туристско-рекреационной зоны «Брест» без визы сроком на 10 суток и т. д.

Также необходимо отметить ряд барьеров, которые препятствуют развитию экспортного потенциала региона, среди которых:

- введение с 10.04.2018 временных ограничений на ввоз в РФ отдельных видов мясной продукции, в связи с выявлением в 8 случаях материала вируса африканской чумы свиней;
- снижение курса российского рубля снижает конкурентоспособность наших товаров на рынке России (курс российского рубля по Нацбанку РБ снизился более чем на 11% по сравнению с началом года). Сохраняются технические барьеры по участию в электронных торгах в Российской Федерации. Кроме того, в России действует постановление Правительства РФ от 16.09.2016 № 925, которым установ-

лена преференциальная поправка для товаров российского производства в размере 15%, что делает практически не возможным победу в торгах даже российских дилеров предприятия;

- остается нерешенным вопрос поставок мясной продукции в Китай – затянулась процедура получения аттестации завода государственной ветеринарной службой КНР на доступ мясной продукции на рынок КНР.

Ну и, конечно же, ряд других традиционных барьеров, в том числе все более актуализирующуюся политическую составляющую.

Для преодоления данных преград и минимизации негативных процессов предприятия ведут агрессивную экспортную политику, систематически отслеживают постоянно меняющуюся конъюнктуру рынка, с целью производства и продвижения качественно нового продукта (услуги), обладающего рядом конкурентных преимуществ на внешние рынки.

И в заключение хотелось бы отметить, что у диверсификации экспорта существует значительная теоретическая база и богатейший зарубежный опыт, отражающий воплощение теории в практику. Но все это не даст никаких результатов, если не будет решена проблема дисбаланса распределения финансовых ресурсов между секторами экономики, где необходимо расставить приоритеты и определить «точки роста». Все изменения и программы должны быть сформулированы в рамках единой концепции развития, в том числе устойчивого экономического и социального развития.

В любом случае диверсификация экспорта – это не антикризисная программа, а новый курс экономического развития региона, от которого отклоняться уже нельзя.

УДК 657

Ровенских В. А., к. э. н., доцент,

Губкинский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова,

г. Губкин, Российская Федерация

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ОРГАНИЗАЦИЮ УЧЕТНОГО ПРОЦЕССА В РОССИИ

В любых странах мира время от времени могут наблюдаться нарастающие диспропорции экономических показателей, что приводит к резкому нарушению существующего равновесия экономики. Такую ситуацию принято называть кризисом.

Во время кризиса возникает снижение совокупного спроса и, как следствие, избыточное предложение. При сокращении спроса увеличивается безработица. Кризис экономики характерен и сокращением всех экономических показателей. Так, резко снижаются все виды доходов, инвестиции и прибыль. Вместе с этим наблюдается снижение заработной платы и сокращение рабочих мест. Все это в купе с ростом цен снижает покупательскую способность населения. Причем происходит все перечисленное выше очень быстрыми темпами. Из-за парализованного капитала, хранившегося в виде нереализованного товара, возникает острый недостаток денежных средств, необходимых для оплаты постоянных расходов, поэтому быстро растет плата за кредит – ставка ссудного процента. Курсы акций и облигаций, а также других ценных бумаг начинают снижаться, что влечет волну банкротства и массовое закрытие предприятий.

Во время экономического кризиса бухгалтерские службы предприятий могут столкнуться с нестандартными задачами, на решения которых окажут непосредственное влияние изменения налогового законодательства, приведенные в настоящей статье.

Так, к примеру, 1 января 2015 года из Налогового кодекса Российской Федерации было исключено понятие «суммовые разницы». Теперь разницы, которые возникают при расчетах по договорам, выраженных в условных единицах, надо учитывать как курсовые. Такие изменения в кодекс законодателя внесли, чтобы сблизить бухгалтерский и налоговый учет.

Другое важное изменение в налоговом учете, которое коснулось такой частой «кризисной» операции, как уступка права требования. Если раньше убыток, полученный при продаже долга, надо было учитывать постепенно, т. е. 50% на дату уступки, а оставшиеся 50% через 45 дней. Теперь же его можно списать единовременно, т. е. все 100% сразу на дату уступки долга [1].

Далее, акцентируя внимание на том, что во время кризиса бухгалтеру средне-статистической компании приходится оформлять сокращение персонала, остановимся на указанной ситуации более подробно.

Предположим, компания, испытывающая трудности, решила сократить часть персонала. Это можно сделать двумя способами: оформить увольнение как сокращение работников или расстаться с ними по соглашению сторон. Если был выбран второй вариант (как менее затратный), то стоит иметь в виду новые правила расчета страховых взносов с отступных. Так, от взносов отныне освобождены любые выходные пособия в пределах трехкратного среднего заработка. А для работников Крайнего Севера – шестикратного среднего заработка.

Что касается взаимозачета и других нестандартных способов расчетов, здесь следует подчеркнуть следующее. Обычно компании рассчитываются с контрагентами за поставленные товары (работы, услуги) путем перечисления денежных средств. Но возможны и другие варианты. В их числе:

- компании могут провести взаимозачет, руководствуясь статьей 410 Гражданского кодекса Российской Федерации;
- заключить соглашение об отступном. Например, вместо уплаты денег за поставленные товары покупатель в качестве отступного может передать поставщику основное средство или другое имущество, что, кстати, узаконено статьей 409 Гражданского кодекса Российской Федерации;
- заключить соглашение о новации. При этом первичное обязательство будет прекращено путем его замены на новое. Новое обязательство должно предусматривать иной предмет договора. Например, когда вместо поставки оплаченных контрагентом товаров организация берет на себя обязанность по возврату вновь оформленного займа. Либо иной способ исполнения. Например, когда вместо оплаты приобретенного товара организация делает встречную поставку других товаров, что не противоречит статье 414 Гражданского кодекса Российской Федерации;
- уступить другой организации право требования к контрагенту. И этот порядок прописан в статье 382 Гражданского кодекса Российской Федерации;
- перевести свой долг на другую организацию, руководствуясь статьей 391 Гражданского кодекса Российской Федерации [2], а также
- провести взаимозачет. Причем, такой способ расчета возможен, если выполняются определенные условия. Перечислим их.

Во-первых, организации, которые намерены провести взаимозачет, должны иметь друг к другу встречные однородные требования. То есть предполагающие оди-

наковый способ их погашения. Например, если договоры поставки и оказания услуг, заключенные между одними и теми же организациями, предполагали денежную форму расчетов, то обязательства покупателя по оплате товаров могут быть зачтены в счет исполнения обязательств заказчика по оплате работ.

Если же одна компания должна поставить товар, а другая уплатить деньги, то провести взаимозачет нельзя.

Во-вторых, взаимозачет возможен, если срок исполнения встречного требования уже наступил, либо не был указан в договоре или был определен моментом возникновения требования.

При выполнении всех указанных условий, вместе с тем, зачет провести нельзя, если это прямо указано в договоре.

Также важно подчеркнуть, что перед тем как провести зачет с контрагентом, желательно составить акт сверки взаимных расчетов. Это позволит определить точную сумму задолженности, которая может быть погашена зачетом.

Более подробно остановимся на способах проведения взаимозачета.

Итак, возможно зачесть встречные требования в одностороннем порядке, известив об этом контрагента в письменном виде. При этом нужно иметь подтверждение, что контрагент получил документ.

Также можно составить двусторонний акт взаимозачета. Организация может провести как полный, так и частичный зачет взаимных требований.

Пример.

До взаимозачета:

задолженность компании А перед компанией Б – 59 000 руб. (в том числе НДС – 9000 руб.);

задолженность компании Б перед компанией А – 41 300 руб. (в том числе НДС – 6300 руб.).

Взаимозачет:

59 000 руб. – 41 300 руб. = 17 700 руб.

После взаимозачета:

задолженность компании А перед компанией Б – 17 700 руб. (в т. ч. НДС – 2700 руб.);

задолженность компании Б перед компанией А – 0 руб.

Зададимся вопросом, как отразить взаимозачет в бухгалтерском и налоговом учете.

В бухгалтерском учете взаимозачет отражают так:

Дебет 60 (76) Кредит 62 (76) – отражено прекращение встречного обязательства по оплате товаров (работ, услуг) зачетом взаимных требований.

С позиции налогообложения важно подчеркнуть следующее:

- если организация рассчитывает налог на прибыль методом начисления, то в результате взаимозачета у нее не возникнут ни доходы, ни расходы. На расчет НДС взаимозачет также не влияет;
- компания, которая применяет упрощенную систему налогообложения, должна признать доход, если в результате взаимозачета погашается дебиторская задолженность покупателя;
- для организаций-покупателей, которые платят налог с разницы между доходами и расходами, в результате взаимозачета расходы по покупке товаров признаются оплаченными.

Во время экономического кризиса немаловажное значение имеет своевременность и правильность списания долга.

Допустим, поставщик отгрузил покупателю товар, но тот его так и не оплатил. Чтобы получить хоть какие-то деньги, поставщик решил продать долг другой компании – коллектору. Для этого был подписан договор цессии. Поставщик передал коллектору все первичные документы по договору с покупателем (договор, накладные, счета-фактуры, платежки, акты сверки т. д.).

Отметим, что поставщик не обязан просить у покупателя согласия на то, чтобы продать его долги. Достаточно письменно уведомить его о том, что право требовать эти долги перешло к другой организации. Конечно, если в договоре с должником прямо не сказано иное.

Обращаем внимание, что сделки по уступке права требования облагаются налогом на добавленную стоимость (НДС) при условии, что продаваемый долг возник в результате исполнения договора по реализации облагаемых товаров, работ или услуг. Причем НДС надо начислить на положительную разницу между суммой полученного дохода и суммой проданного долга. Таким образом, если право требования уступается с убытком (а так обычно и происходит), НДС платить не нужно. Но поставщик в любом случае должен выставить коллектору счет-фактуру. Так как долг продан с убытком, налоговая база в графе 5 и сумма НДС в графе 8 Налоговой декларации будут равны нулю.

Для налогового учета цессия – это реализация имущественного права. И на день подписания соглашения о передаче долга надо включить в доходы ту сумму, которую платят за него коллекторы. Но эта сумма обычно меньше, чем сумма, которую компания задолжал контрагент. А убыток, полученный от реализации права требования, можно включить во внереализационные расходы. Причем сделать это можно сразу - на дату продажи долга.

Рассмотрим пример, как отражаются операции по реализации товара и продажи долга за эти товары в учете всех сторон сделки.

Условия примера. Компания ООО «Мебельщик» 11 августа 2017 года отгрузила в адрес покупателя ООО «Альфа» собственную продукцию на сумму 236 000 руб., в том числе НДС – 36 000 руб. Себестоимость продукции составляет 100 000 руб. ООО «Мебельщик» в налоговом учете применяет метод начисления.

По договору поставки срок оплаты продукции – 15 сентября 2017 года. Но ни в этот срок, ни позже оплата от покупателя поставщику не поступила. В связи с этим 26 января 2018 года право требования этого долга уступили новому кредитору – АО «Коллектор» – за 150 000 руб. В этот же день ООО «Мебельщик» получило оплату от нового кредитора.

Анализ ситуаций, которые могут возникнуть у хозяйствующих субъектов во время экономического кризиса, позволяет констатировать факт усложнения учетного процесса, что потребует более тщательного подхода к его организации. Здесь идет речь о существовании риска искажения экономических показателей и наложении штрафных санкций налоговыми органами, чего экономические службы предприятия должны стремиться избегать.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые данные. – Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2017. — 1269 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1250.html>, по паролю.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018 № 339-ФЗ) [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые данные. – Законодательство Российской Федерации. Сборник основных федеральных законов РФ. – Режим доступа: <https://fzrf.su/kodeks/gk-1/>, свободный.

Фёдоров А. В., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет».
г. Брест, Республика Беларусь

ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВИДЫ ЗАТРАТ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Качество продукции ориентировано на обеспечение её потребителю высокой степени удовлетворения его запросов, связанных с функциональными, экономическими и иными свойствами этой продукции. Такие свойства формируются в процессе производственно-хозяйственной деятельности предприятия-производителя, на всех ее этапах и во всех подразделениях производственной системы. С экономической точки зрения формирование полезных свойств продукции представляет собой процесс формирования определенной стоимости, заключающей в себе две базовые составляющие – полезностную (потребительная стоимость) и затратную (меновая стоимость). Оба эти компонента стоимости продукции неразрывно связаны между собой и взаимно предполагают один другого. Таким образом, деятельность предприятий по обеспечению качества продукции как совокупности ее полезных свойств неизбежно требует возникновения определенных затрат, являющихся следствием компенсационного характера взаимодействия этих предприятий с агентами окружающей экономической среды (в частности, с собственниками необходимых предприятиям факторов производства).

Формирование затрат на обеспечение качества продукции можно рассматривать с двух основных позиций: с позиции функциональной цепи и с позиции иерархического структурирования предприятия. В первом случае затраты на формирование и обеспечение качества увязываются с деятельностью отдельных функциональных подсистем предприятия, объединенных в общую логическую цепочку, являющуюся выражением хода процессов производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Рассмотрение затрат на обеспечение качества продукции с точки зрения функциональной цепи позволяет достаточно точно определять, *когда* (т. е. на каком этапе производственно-хозяйственной деятельности) и *где* (т. е. в каком подразделении) формируется та или иная часть таких затрат. Каждый из этапов деятельности координируется конкретными руководителями, поэтому такой подход к анализу затрат позволяет обосновывать распределение в организации полномочий и ответственности.

Затраты предприятий на обеспечение качества выпускаемой ими продукции связаны не только с непосредственно производственными процессами, но и с управлением этими процессами. Такое управление осуществляется совместными усилиями менеджмента различных уровней, поэтому важным становится рассмотрение затрат на обеспечение качества с позиции иерархического структурирования предприятия.

Рассмотрение затрат на обеспечение качества с данных позиций дает возможность определить различия между этими затратами по их внутреннему составу, величине, способам формирования ("снизу вверх" или "сверху вниз") и обосновать адекватность тех или иных методов отнесения данных затрат на конкретные виды продукции.

Затраты, связанные с качеством продукции, могут быть классифицированы по нескольким различным признакам.

Наиболее часто в качестве такого рода признаков выступают: тип затрат, характер связи затрат с процессом формирования качества и место возникновения затрат.

В зависимости от своего типа все затраты, связанные с обеспечением качества, могут быть разделены на три укрупненные категории:

- 1) научно-технические затраты;
- 2) управленческие затраты;
- 3) производственные затраты.

Научно-технические и управленческие затраты связаны с подготовкой, обеспечением и контролем условий производства качественной продукции, т. е. они в определенном смысле предопределяют наличие и величину производственных затрат.

В общем плане в качестве управленческих принято рассматривать затраты, связанные с гарантией качества изделия. В их структуру включают:

- 1) транспортные издержки (затраты, связанные с операциями внешних и внутренних перевозок сырья, комплектующих и готовой продукции);
- 2) снабженческие издержки (затраты, вызываемые закупками запланированного по видам, количеству и качеству сырья и комплектующих);
- 3) затраты на обеспечение деятельности подразделений, контролирующих ход производственного процесса;
- 4) затраты, связанные с функционированием экономических служб, от деятельности которых зависит качество продукции (плановый и финансовый отделы, бухгалтерия и др.);
- 5) затраты, связанные с деятельностью прочих служб аппарата управления предприятием, косвенным образом влияющих на обеспечение качества выпускаемой продукции.

Производственные затраты могут быть классифицированы на материальные, технические и трудовые. Материальные и трудовые затраты поддаются нормированию с помощью метода прямого счета, технические затраты (затраты, связанные с работой технологического оборудования) могут быть прямо пронормированы только в условиях однономенклатурного производства. В случаях же, когда номенклатура выпускаемой предприятием продукции дифференцирована, распределение технических затрат между видами этой продукции может быть осуществлено лишь косвенными методами (пропорционально трудо- или станкоемкости этих видов продукции во всей производственной программе).

По характеру связи с процессом формирования качества затраты могут быть разделены на две группы: базовые и дополнительные. Базовые затраты формируются непосредственно в процессе разработки, освоения и производства продукции и существуют до момента снятия ее с производства. Дополнительные затраты связаны с различными усовершенствованиями продукции, восстановлением снизившегося уровня качества.

Основная часть базовых затрат отражает стоимостную величину прямо расходуемых в процессе производственной деятельности предприятия факторов производства, а также общехозяйственные и общепроизводственные расходы, косвенно увязываемые с изготовлением конкретного изделия через соответствующие сметы затрат. Дополнительные затраты на обеспечение качества включают в себя так называемые затраты на оценку и затраты на предотвращение.

К первой группе относятся расходы, которые предприятие несет для того, чтобы определить, отвечает ли выпускаемая им продукция запланированным техническим, экономическим, экологическим, эргономическим и иным условиям. Такие затраты частично включают в свою структуру расходы на оплату труда контролирующего персонала, расходы на специальное оборудование для измерений и накладные расходы отдела технического контроля качества. Кроме того, к рассматриваемой группе затрат также принято относить расходы, связанные с получением информации о рынке и мнении потребителей о качестве продукции. Эти затраты связаны с разработкой, организацией и проведением специальных выборочных обследований, включая затраты на необходимый инструментальный и оплату труда персонала.

К группе затрат на предотвращение брака принято относить расходы на доработку и усовершенствование продукции, не отвечающей установленным требованиям, расходы на проверку, ремонт и модернизацию используемых инструментов, оснастки, техники и технологии, а в отдельных случаях и на остановку производственного процесса по причинам, связанным с ростом уровня брака. В данную группу расходов также включаются затраты на внедрение на предприятии той или иной системы управления качеством, в том числе на ее техническое и программное обеспечение, разработку стандартов, затраты на сертификацию, метрологию, персонал.

Кроме рассмотренных, существует еще одна специфическая группа затрат, которые в зависимости от новизны анализируемой продукции могут относиться либо к базовым, либо к дополнительным. Этими затратами являются расходы на брак (рекламации) и его исправление. Величина таких затрат может существенно колебаться и состоять, в частности, из расходов на производство забракованной в дальнейшем продукции (при наличии неисправимого брака) или дополнительных затрат на исправление брака. Данная группа издержек также может включать в себя оплату морального и (или) физического ущерба, нанесенного некачественной продукцией ее потребителю.

В зависимости от места своего возникновения затраты на создание и поддержание производства качественной продукции делятся на внутренние и внешние. Первые непосредственно связаны с производственной деятельностью предприятия и возникают в рамках его функциональных подразделений. Вторые являются результатом хозяйственной деятельности предприятия, т. е. процессов его взаимодействия с агентами внешней экономической среды.

Литература

1. Немогай, Н. В. Управление качеством: учебник / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, В. В. Садовский – Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2006. – 361 с.
2. Менеджмент качества: учебное пособие / Е. М. Карпенко, С. Ю. Комков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 208 с.

УДК 657.471:69.05(043.3)

Черноокая Е. В., к. э. н.,

УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь

ПРОЕКТНЫЙ УЧЕТ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Проектный учет занимает важное место в учетно-аналитической системе предприятия, т. к. позволяет формировать информацию для оперативного управления строящимся объектом в различных ракурсах.

На балансовых счетах бухгалтерского учета отражаются активы, принадлежащие предприятию, по которым фактически понесены затраты или расходы. Таким образом, на счете 08 «Вложения в долгосрочные активы» отображаются затраты по незавершенным вложениям в объекты долгосрочных активов, фактически принятые заказчиком и оформленные актами выполненных работ и другими подтверждающими первичными документами. В то же время возникает необходимость в получении информации о планируемых вложениях, которые будут осуществлены с большой степенью вероятности. Основанием для подтверждения намерений заказчика об осуществлении долгосрочных вложений в объекты недвижимости предлагаем считать разработанную и утвержденную в надлежащем порядке проектно-сметную документацию. Такого рода информация будет востребована:

а) при строительстве объекта с привлечением заемных средств, в т. ч. банковских кредитах, бюджетного финансирования под инвестиционные проекты. Кредиторы в процессе реализации инвестиционных проектов проводят периодический мониторинг деятельности заемщика. Для прогнозирования будущих финансовых результатов, а также денежных потоков, генерируемых проектом, используется информации о неосуществленных, но с наибольшей вероятностью планируемых вложениях;

б) при строительстве объекта с привлечением средств дольщиков. Для повышения прозрачности процесса строительства, оценки дольщиками степени готовности объекта не только визуально, но и в стоимостном выражении, необходимо располагать информацией о неосвоенных еще капитальных вложениях и сведениях;

в) в случае приостановки строительства, нарушении сроков сдачи работ, консервации информация о фактически созданных эксплуатационных качествах даст возможность предварительно оценить дополнительные затраты, которые могут возникнуть при восстановлении утраченных во время приостановки работ функций или затрат, связанных с предохранением этих потерь.

Получение такого рода информации в оперативном режиме затруднительно, т. к. вызывает необходимость сравнения данных, формируемых в различных информационных системах: в бухгалтерском учете – о фактически осуществленных вложениях, в службах (отделах) строительства – о сметной стоимости объекта, сопоставив которые, возможно оценить планируемые вложения. Применение счета «Вложения в объекты незавершенного строительства» позволяет оценить объем инвестиций, требуемый для завершения объекта при подготовке инвестиционных проектов, планов развития предприятий.

Для обобщения информации о проектных и фактических затратах ресурсов на возведение объекта строительства предложен специальный контрольный управленческий счет «Вложения в объекты незавершенного строительства», который используется в учетной системе заказчика. Этот счет предназначен для дальнейшего контроля над отдельными операциями, информация о которых уже отражена на балансовых счетах, но они могут повлечь за собой негативные или позитивные последствия. Схема счета представлена на рисунке 1.

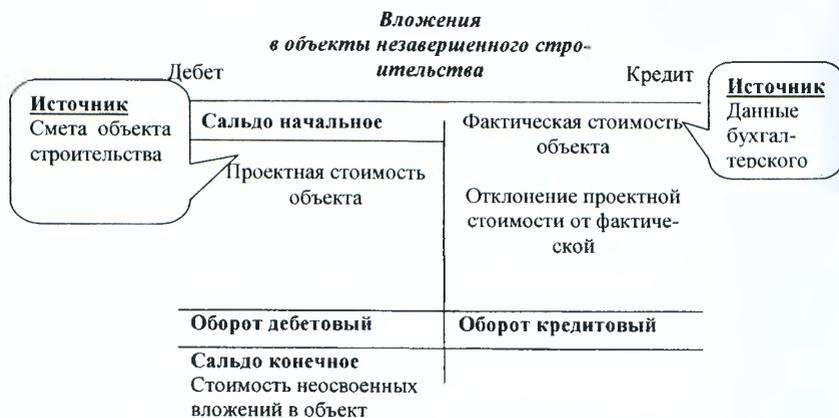


Рисунок 1 – Схема контрольного управленческого счета «Вложения в объекты незавершенного строительства»

Учет на этом счете ведется с использованием униграфической записи (по аналогии с забалансовыми счетами бухгалтерского учета). После утверждения проектной документации до начала строительства по дебету счета «Вложения в объекты незавершенного строительства» отражается проектная стоимость объекта. Основанием для совершения записей является смета объекта, в которой сформирована сметная стоимость объекта строительства. Запись осуществляется на дату утверждения заказчиком проектно-сметной документации:

Дебет	на сумму проектной стоимости объекта
«Вложения в объекты неза-	строительства
вершенного строительства»	

По мере доработки (корректировки) проекта проектная стоимость, отраженная по дебету счета, корректируется: в случае увеличения стоимости объекта производится дополнительная проводка, а в случае уменьшения – сторнировочная запись на сумму изменения проектной стоимости.

Организации аналитического учета по счету «Вложения в объекты незавершенного строительства» позволяет накапливать информацию о стоимости объекта строительства, сопоставлять проектную и фактическую стоимость объекта.

В процессе возведения здания по кредиту счета отражается:

- ✓ фактическая стоимость осуществленных вложений в объект строительства. Основанием являются совершенные бухгалтерские записи по балансовому счету 08 «Вложения в долгосрочные активы»;
- ✓ отклонения фактической стоимости объекта от проектной. Отклонения выявляются в ходе оперативного анализа.

В учете кредитовые обороты отражаются следующим образом:

Кредит	на сумму фактической стоимости
«Вложения в объекты	объекта строительства
незавершенного строи-	
тельства»	

Кредит	на сумму отклонений фактической
«Вложения в объекты	стоимости объекта строительства от про-
незавершенного строи-	ектной
тельства»	

До окончания строительства сальдо конечное показывает стоимость неосвоенных вложений в объекты строительства в общей сумме. На сегодня такого рода информация отражена в учетной системе предприятия, в проектной и другой документации фрагментарно и не обобщается в единой информационной базе.

После завершения строительства сальдо по счету отражает отклонения фактической стоимости от проектной, которые должны быть компенсированы одним из участников строительного процесса. Причиной возникновения отклонений являются ошибки, допущенные одним из участников.

Ошибки можно разделить на три группы в зависимости от времени выявления и сложности (затратности) их устранения:

1. Устранимые ошибки, выявленные в процессе выполнения СМР. Например, в ходе возведения фундамента обнаружено излишнее количество арматуры, заложенное в проекте, для усиления его несущей способности, что не позволяло залить требуемый объем бетонной смеси. Выявленная проектная ошибка может быть оперативно устранена путем срочной доработки проекта. В этом случае она не повлияет на качественные характеристики объекта строительства, а именно на его прочность.

2. Устранимые ошибки, выявленные после выполнения СМР, требующие значительных затрат на их устранение. Такие ошибки могут быть обусловлены не только недостатками проекта, но и нарушением технологии производства СМР, низким уровнем контроля за ходом их выполнения или нерациональной организацией работ на строительной площадке при одновременном выполнении СМР несколькими субподрядчиками. Исправление выявленной ошибки вызывает необходимость переделать уже выполненные работы, на которые потрачены материальные, трудовые и финансовые ресурсы.

3. Ошибки, выявленные в ходе эксплуатации объекта. Устранить эти ошибки, как правило, сложно, а в некоторых случаях невозможно. Примером может служить установление радиаторов отопления внутри наружных стен панельных домов, что привело к большим теплопотерям в ходе эксплуатации жилых помещений. Неэффективное проектное решение значительно снизило качество жилых домов – снижена комфортность проживания в части нарушения температурно-влажностного режима, а также повысились эксплуатационные издержки жильцов.

Ошибки второй и третьей группы приводят к значительному ухудшению качества строительных объектов и увеличению затрат. Своевременное их обнаружение и устранение возможно при сопоставлении проектных качественных характеристик и фактически достигнутых.

УДК 005.352

Чибисова Е. В., студент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Введение. Для успешного функционирования организациям необходимо успешно реализовывать инвестиционные проекты, от чего повышается её конкурентоспособность. Для реализации инвестиционных проектов необходимо несколько источников его финансирования, одним из которых может выступать проектное финансирование.

Основная часть. **Проектное финансирование** – это кредитование субъектов хозяйствования для реализации инвестиционных проектов на долгосрочной основе, при котором обеспечением обязательств выступают денежные потоки, генерируемые проектом [1].

Характерные черты проектного финансирования представлены на рисунке 1.

Выделяют несколько преимуществ проектного финансирования, которые изображены на рисунке 2.

При исследовании особенностей проектного финансирования в последние 20 лет одни эксперты пришли к выводу, что проектное финансирование превратилось в глобально значимый бренд, другие – что это отдельный рынок.



Рисунок 1 – Характерные черты проектного финансирования



Рисунок 2 – Преимущества проектного финансирования

Многие аналитики отмечают, что именно развитие проектного финансирования стало катализатором роста рынка инноваций в энергетике, IT-технологиях и общественной инфраструктуре.

Следует отметить, что в Республике Беларусь проектное финансирование находится на начальном этапе своего развития, этому сопутствует ряд основных проблем, которые изображены на рисунке 3.

Основные проблемы проектного финансирования						
несокращено субсидии за рубежом Республика Беларусь в дочерной структуре определено проектного финансирова ния	отказаться финансиро вание для финансирова ния денежные анализов	знают привлече проектно рынка наше стран	дого повор механизма финансирова ния финансирова ния	инфра структура финансирова ния	оплатит полном финансиро вание финансиро вание финансиро вание финансиро вание	финансиро вание финансиро вание финансиро вание финансиро вание

Рисунок 3 – Основные проблемы проектного финансирования

В настоящее время важнейшим шагом для привлечения частного капитала станет переход Правительства от схемы гарантирования возврата иностранных займов к более глубокой правовой форме – подписанию инвестиционных или концессионных договоров с частным инвестором с определением взаимных обязательств и элементами публичного международного права для защиты прав этого частного иностранного лица.

В международной практике такие договоры являются правовой основой реализации дорогостоящих и долгосрочных инвестиционных проектов по схемам проектного финансирования.

Лидирующий сектор экономики по применению проектного финансирования – энергетика (40% объема глобального рынка проектного финансирования) [2].

Подчеркивая глобальный характер проектного финансирования, отметим, что этот механизм широко используется Европейским банком реконструкции и развития и Всемирным банком для финансирования крупных проектов, связанных с разработкой месторождений природных ресурсов в развивающихся странах.

Самой популярной схемой организации проектного финансирования в странах СНГ является схема оплаты будущей продукцией. Примеры реализации такой схемы проектного финансирования есть и в Беларуси. Белорусский металлургический завод получил кредит под закупку оборудования у австрийской фирмы "Фест Альпине".

Мировой объем сделок в формате проектного финансирования в 2007–2017 годах, по оценке ProjectFinance&InfrastructureJournal, составлял более \$3,3 трлн в количестве почти 8,5 тыс. штук [3].

Для развития проектного финансирования в реальном секторе экономики предстоит в дополнение к уже имеющимся в Инвестиционном кодексе Республики Беларусь положениям об инвестиционных и концессионных договорах, совершенствовать законодательство в соответствии с основным принципом проектного финансирования. Необходимо более широко внедрять механизмы предоставления так называемых функциональных гарантий инвестору со стороны государства в виде меморандумов о взаимопонимании, комфортных писем и т. п.

Подлежат пересмотру положения Гражданского кодекса о введении субсидиарной ответственности акционеров и участников иных хозяйственных обществ по обязательствам данных обществ, поскольку одним из важнейших принципов проект-

ного финансирования является отсутствие права регресса по обязательствам управляющей компании.

Поскольку долг по проекту и капитал, использованный для финансирования проекта, выплачивается непосредственно из денежных потоков, генерируемых самим проектом, предстоит принять ряд нормативных правовых актов по выпуску, обращению и погашению юридическими лицами облигаций без залога имущества (для активизации внутренних ресурсов предприятий).

Последнее десятилетие ознаменовалось появлением новых тенденций в развитии проектного финансирования за рубежом.

Во-первых, на международных рынках капитала все более значительной становится доля инвестиций, размещаемых на развивающихся рынках.

Во-вторых, становится более жесткой конкуренция, как за привлечение, так и за размещение инвестиций, являющихся источником проектного финансирования.

В-третьих, изменения в экономической политике правительств развивающихся стран направлены на создание более благоприятных условий для иностранных инвесторов.

В-четвертых, изменился подход инвесторов к оценке факторов инвестиционной привлекательности развивающихся стран.

В-пятых, мировой финансовый кризис 2008 г., серьезно поразивший национальные финансовые системы многих развивающихся стран (таких, как Бразилия, Корея и ряд других стран Латинской Америки и Юго-Восточной Азии), повлиял и на мировые рынки капитала.

Относительно новым инструментом проектного финансирования для развивающихся рынков стали эмитированные венчурной компанией ценные бумаги, обеспеченные ипотечными обязательствами банка-участника проекта.

Следует отметить, что роль банков является существенной в проектом финансировании. Соотношение между собственными и заемными средствами при осуществлении проекта колеблется в зависимости от отрасли (20:80, 30:70, 40:60). За последнее десятилетие их роль в реализации проекта значительно изменилась. Если раньше банки во многом ограничивались кредитной функцией, то в настоящее время они являются важнейшим звеном в развитии инвестиционных стратегий и кластеров мировой экономики. Изменилась и стратегия финансирования проекта со стороны банков. Ранее их интерес ограничивался величиной процента по кредиту. Теперь через механизм проектного финансирования они получили возможность не только вкладывать средства, но и путем воздействия на состав участников контролировать проект до момента погашения всех обязательств перед ними и даже влиять на последующую судьбу проекта.

Таким образом, роль банка в реализации проектного финансирования может быть представлена в виде следующего алгоритма:

Для начала банку следует создать аффилированную структуру, которая будет заниматься именно проектным финансированием как структурное подразделение, которое может находиться либо внутри самого банка, либо за его пределами. Согласно закону Республики Беларусь «О хозяйственных обществах», аффилированным лицом может выступать юридическое лицо, в уставном фонде которого хозяйственное общество владеет или имеет право распоряжаться долей в уставном фонде (акциями) в размере двадцати и более процентов либо имеет возможность определять решения, принимаемые таким юридическим лицом, в соответствии с договором.

Аффилированная структура обладает определённым набором достоинств, которые представлены на рисунке 4.

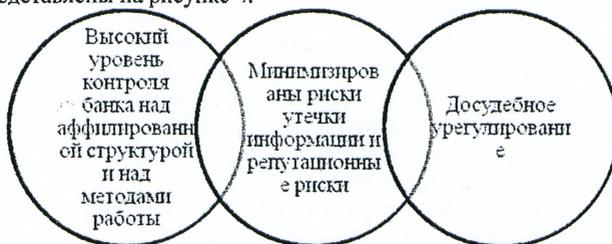


Рисунок 4 – Преимущества аффилированной структуры

На втором этапе следует определить методы, которые будет использовать данная структура для своей работы.

Во-первых, это привлечение к субсидиарной ответственности. Субсидиарная ответственность предполагает, что физические лица, которые отвечают за деятельность компаний, несут полную финансовую ответственность по всем их обязательствам в размере всей задолженности перед контрагентами. Проще говоря, этот механизм позволяет взыскать долги из личных средств генерального директора или учредителей компании.

Во-вторых, и это основная отличительная особенность предлагаемого проекта, это то, что банк уже на начальной стадии проанализирует проект и предоставит полную информацию о возможности его реализации. Важнейшими условиями по принятию решения о проектном финансировании являются:

- технические параметры будущего объекта инфраструктуры, определяемые проектной документацией или техническими условиями;
- срок строительства объекта инвестирования и срок его эксплуатации, достаточный для возмещения расходов на строительство и получения запланированной инвесторами нормы прибыли;
- размер платежей за пользование объектом;
- определённый уровень рентабельности;
- дополнительные источники для выполнения платежных обязательств по кредитному соглашению на случай, если реализация проекта отстает от графика и в случае возникновения сбоев в эксплуатации объекта.

На третьем этапе предприятию или организации необходимо увеличить свой уставный фонд на размер запрашиваемого кредита и выпустить акции. Предлагаемая автором структура будет выдавать кредит только тем предприятиям или организациям, которые в свою очередь должны будут увеличить свой уставный капитал на размер кредита. Для этого в Республике Беларусь имеется такая возможность, так как уменьшить или увеличить уставный фонд на любую сумму могут собственники/учредители коммерческой организации в любое время после регистрации. Дополнительно регистрировать изменения не нужно.

На четвёртом этапе, после увеличения уставного фонда организации банк приобретает её акции и становится акционером, тем самым получает гарантию возврата кредита. Организация или предприятие в свою очередь получают необходимую сумму денежных средств.

На пятом этапе происходит реализация проекта и возврат денежных средств по кредиту.

Плюсы такого кредитования имеются как для кредитора, так и для заёмщика. Для кредитора плюсом является то, что минимизирован риск невозврата кредита. Для заёмщика – во-первых, он получает необходимую сумму, а, во-вторых, получает помощь в управлении проектом.

Но главным условием выдачи таких беспроцентных кредитов будет являться определённая рентабельность, которую мы можем рассчитать по формуле (1):

$$R \approx \frac{P \cdot (1 + i \cdot t) - P}{\frac{\sum K_p}{A} + t}, \quad (1)$$

где R – рентабельность проекта;

P – размер кредита;

i – процентная ставка банка по кредитам;

t – срок, на который предоставляется кредит;

$\frac{\sum K_p}{A}$ – процент, взимаемый от прибыли ($\sum K_p$ – сумма кредита, $\frac{K_p}{A}$ – краткосрочные активы (краткосрочные активы, т. к. заёмщику важно улучшить текущее состояние)).

Подводя итоги, можно сделать вывод, что, создавая аффилированную структуру, банк будет выступать источником инвестирования в случае необходимого уровня рентабельности и тем самым развивать проектное финансирование в стране.

Заключение. Таким образом, проектное финансирование является достаточно сложной формой финансирования проектных компаний. В условиях ограниченного доступа к финансовым ресурсам развитие проектного анализа, повышение качества методического обеспечения оценки и анализа проектов при проектном финансировании имеют особую важность и, по существу, определяют эффективность применения проектного финансирования в каждом конкретном случае. Проектное финансирование как прогрессивный механизм финансирования и управления рисками инвестиционных и инфраструктурных проектов может служить эффективным инструментом поддержки экономического роста даже в условиях глобальной нестабильности, высокой неопределённости внешней среды.

Литература

1. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: учеб. пособие / Э. И. Крылов, В. М. Власова, М. Г. Егорова [и др.] – М.: Финансы и статистика, 2013. – 192 с.
2. Астахов, В. П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством. – М.: Ось-89, 2015. – 80 с.
3. Деньги, кредит, банки: учебное пособие / Под ред. Г. И. Кравцовой – Минск, 2015. – 450 с.

5 СЕКЦИЯ. РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

УДК 001.895:658

Буренин А. Д., магистрант,
УО «Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого»,
г. Гомель, Республика Беларусь

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Менеджмент – это совокупность методов, форм и средств управления производством, позволяющая использовать его наиболее эффективно. Успешность менеджмента характеризуется социально-экономической стабильностью предприятия.

Одним из способов обеспечения социально-экономической стабильности предприятия является вывод его на международный рынок и тем самым увеличение объёмов реализации выпускаемой продукции. Но освоение нового рынка невозможно без тщательно проработанной стратегии, её качественного внедрения и исполнения.

Менеджер составляет стратегию, обеспечивает её внедрение и исполнение. Предприятие выходит на международный рынок, тем самым обеспечивая социально-экономическую стабильность предприятия.

Проработка стратегии включает в себя: изучение рынка, предприятий-конкурентов, спроса, составление портрета клиента, цен на рынке, анализ полученной информации.

Внедрение и исполнение выработанной стратегии подразумевает собой: организацию мероприятий по более качественному исполнению стратегии и обучению персонала, привлечение высококвалифицированных специалистов, внедрение инноваций в производство для соответствия международным стандартам, оптимизация системы организации производства, получение международных сертификатов, проведение инновационных исследований с целью получения конкурентных преимуществ, проведение маркетинговых исследований на основе полученного опыта, оптимизация трудовых, материальных и финансовых затрат производства.

Анализ эффективности выработанной стратегии необходим для выявления и устранения ее недостатков.

1. Построение стратегии.

Построение стратегии включает в себя несколько основных этапов: изучение рынка; анализ полученных данных и выявление наиболее эффективных методов вывода предприятия на новый рынок; проработка стратегии.

Первый этап подразумевает собой сбор полной информации о новом рынке. В первую очередь – это изучение потребителя. Выявление его предпочтений, какие факторы влияют на потребителя при выборе им товара, какие объёмы потребления на этом рынке, как менялись эти объёмы в течение времени и какие факторы влияют на их изменение. Далее необходимо изучить все предприятия, работающие на этом рынке: предприятия-производители, фирмы-переработчики, дистрибьюторы, розничные сети. Узнать о проводимых ими маркетинговых мероприятиях и их эффективности.

Собрать информацию по ценам на весь предлагаемый на рынке ассортимент, информацию о динамике их изменения и факторы, влияющие на неё.

Следующим этапом будет анализ полученных данных с целью оптимизации вывода предприятия на новый рынок. Формирование портрета клиента, оценка уровня удовлетворённости спроса на рынке, подсчёт итоговой стоимости выпускаемой продукции для нового рынка и определение её конкурентоспособности, выявление преимуществ конкурентов, выбор потенциальных фирм-партнёров и дистрибьюторов, определение наиболее эффективных маркетинговых мероприятий, проводимых на новом рынке, изучение местного законодательства и списка необходимых сертификатов и прочей документации.

На основании полученной и проанализированной информации строится стратегия вывода мероприятия на новый рынок. Выбираются наиболее эффективные и оптимальные пути вывода продукции на новый рынок. Составляется список потенциальных партнёров и дистрибьюторов, прорабатываются пути их привлечения. Оптимизируется итоговая стоимость выпускаемой продукции под новый рынок для повышения конкурентоспособности цены и увеличения рентабельности. Формируется комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются вывод предприятия на рынок, увеличение узнаваемости его продукции, привлечение новых клиентов.

2. Внедрение и исполнение выработанной стратегии.

Далее необходимо организовать работу всех структур и подразделений и их взаимодействие, оптимизировать систему организации производства. Обеспечить качественное исполнение выработанной стратегии. Сформировать команду для работы по выводу предприятия на новый рынок – набор высококвалифицированных специалистов и повышение квалификации имеющегося персонала. Поиск и внедрение инноваций в производство для соответствия международным стандартам. Получение всех необходимых сертификатов для нового рынка. Проведение инновационных исследований с целью получения конкурентных преимуществ. Проведение переговоров с целью налаживания контактов с потенциальными партнёрами и дистрибьюторами. Организация маркетинговых мероприятий по продвижению товара или услуги на новом рынке. Поиск новых инвесторов для расширения производства и увеличения объёма выпускаемой продукции с целью удовлетворения спроса на новом рынке. Проконтролировать надлежащее исполнение всех ступеней выработанной стратегии.

3. Анализ эффективности выработанной стратегии.

По завершении всех этапов работы по выводу предприятия на новый рынок производится анализ полученных результатов с целью оценки эффективности построенной стратегии и выполненной работы и выявления имеющихся недостатков. После чего производится работа над ошибками для оптимизации имеющихся ресурсов, работы всех структур и подразделений, проводимых мероприятий по продвижению продукта или услуги на новом рынке, повышению его узнаваемости и достижения лояльности клиента, мероприятий по внедрению инноваций в производство и проведения инновационных исследований.

Мы можем наглядно наблюдать важность менеджмента в обеспечении социально-экономической стабильности предприятия. Ведь роль менеджера – организовать слаженность и качество работы всех структур и подразделений, привлечение новых партнёров, инвесторов и высококвалифицированных специалистов, организация работы по освоению новых рынков, обеспечение соответствия предприятия современным тенденциям.

Голец О. В., м. э. н., старший преподаватель,
Дубовская В. А., Котковец А. И., студенты,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПРОИЗВОДСТВЕННО-УЧЕБНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ – КАК ИНСТРУМЕНТ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

С каждым годом проблема трудоустройства и самозанятости становится более актуальной. Студенты, начиная с первого курса обучения задумываются о своей возможной карьере в будущем, в какой сфере им предстоит работать, смогут ли они найти себе рабочее место, которое бы соответствовало их ожиданиям и полученной квалификации. Сложная ситуация на рынке труда говорит об избытке специалистов с высшим образованием, безработице среди выпускников вузов. При этом студенты игнорируют данные об избытке кадров и считают, что без опыта работы и базовых практических навыков смогут легко найти работу. Те, кто понимает ситуацию на рынке труда, начинают искать себе подработку параллельно учебе.

Для того, чтобы студенты выпускных курсов имели навыки работы в сфере своей деятельности, им необходимо во время учебы в университете иметь практику работы, непосредственно связанную с их будущей специальностью.

Для достижения данной цели необходимо активизировать трудовую деятельность молодежи, улучшить трудовую ориентацию и их конкурентоспособность на рынке труда, также обеспечить поддержку общественно значимых молодежных инициатив.

На основе этого возникло предложение создания на базе университета студенческой автомастерской. Открытие данного подразделения позволит дать новое практикоориентированное образование студентов с перспективой на дальнейшее трудоустройство, которое будет удовлетворять ожидания молодых специалистов.

Проанализировав практику открытия автомастерских в Республике Беларусь и за её пределами, мы предлагаем следующие мероприятия, с помощью которых можно открыть подразделение на базе БрГТУ. В первую очередь необходимо здание, в котором планируется открыть мастерскую. Для этой цели лучше всего отвести пространство, на котором смогут расположиться хотя бы две машины. Обусловлено это тем, что не должно быть больших временных задержек при выдаче отремонтированных автомобилей. Иногда поставленная на срочный ремонт машина нуждается в более детальном осмотре, и выявленные проблемы потребуют более длительного ремонта. В этом случае дополнительное место будет принимать новые машины, в то время как на первом будет проводиться более детальный осмотр автомобиля.

Так как студенты будут совмещать учебу и работу, то в данной автомастерской будет выполняться исключительно мелкосрочный ремонт автомобилей. Под мелкосрочным ремонтом подразумевается небольшой ремонт автомобиля, который занимает немного времени и состоит из замены сломанных агрегатов, замены масел и охлаждающей жидкости, замены тормозных колодок, фильтров, свечей зажигания, топливных форсунок и т. д.

Очевидно, что рабочие места будут предложены студентам машиностроительного факультета. Помимо студентов, в подразделении будут работать опытные специалисты, которые будут обучать студентов и в то же время контролировать работу.

Для того, чтобы практикоориентированное образование получали не только студенты машиностроительного факультета, необходимо задействовать другие сферы в подразделении. Так, студенты экономического факультета смогут заниматься изучением рынков и маркетинговыми исследованиями, вести бухгалтерскую отчетность, искать новых поставщиков и клиентов. Для того, чтобы их отчетность не содержала серьезных ошибок, будет вестись совместная работа с преподавателями. Исходя из этого, студенты экономического факультета получают бесценный опыт, работая в данном подразделении, что положительно скажется на их будущем трудоустройстве.

Вычислим примерные затраты для создания автомастерской.

1. Здание, в котором будет находиться автомастерская, имеется на балансе университета, а именно – это 4-й технический корпус, следовательно, нет необходимости тратить средства на арендную плату. Данное помещение соответствует определенным нормам, необходимым для открытия автомастерской: освещения, водоснабжения, пожарной безопасности и т. д.

Расходы: 0 рублей.

2. Для того, чтобы быть конкурентоспособными на рынке и иметь регулярный поток клиентов, необходимо иметь хорошее оборудование и квалифицированный персонал. Приведем примерный перечень необходимых инструментов и необходимого оборудования для открытия подразделения.

- ✓ Оборудование для компьютерной диагностики автомобиля [1].
- ✓ Оборудование для регулировки развал-схождения [2].
- ✓ Балансировочный станок, предназначенный для балансировки колес легковых автомобилей, микроавтобусов и легких грузовиков [3].
- ✓ Оборудование для мелкосрочного ремонта.
- ✓ Необходимые наборы инструментов.
- ✓ Наружная вывеска [4].

Изучив стоимость вышеуказанного перечня, можно рассчитать примерные расходы на открытие подразделения:

Итого расходы на открытие автомастерской на базе университета составят: $2300+14705.24+2476.47+161.63+21.71+5000+250=24915.05$ рубля.

Рассчитаем **месячные затраты на заработную плату** работников:

1. Студенты машиностроительного факультета (6 человек).

Так как студенты обучаются на дневной форме обучения, то работать они будут на 0.5 ставки. Средняя заработная плата мастеров СТО без опыта работы составляет 600 рублей.

- Начисленная заработная плата: 300 рублей.
- Отчисления в ФСЗН: $300*34\%=102$ рубля.
- Отчисления в Белгосстрах: $300*0.6\%=1.80$ рубля.
- Итого расходы на заработную плату 1 студента: $300+102+1.8=403.80$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 6 студентов: $403.8*6=2422.80$ рубля.

2. Мастер СТО.

Контроль качества выполняемых услуг, а также обучение студентов на практике будет осуществлять мастер СТО с опытом работы не менее 5-и лет. Средняя заработная плата мастера СТО с опытом работы не менее 5-и лет составляет 1000 рублей.

- Начисленная заработная плата: 1000 рублей.
 - Отчисления в ФСЗН: $1000 * 34\% = 340$ рублей.
 - Отчисления в Белгосстрах: $300 * 0.6\% = 6$ рублей.
 - Итого расходы на заработную плату мастера СТО: $1000 + 340 + 6 = 1346$ рублей.
3. Студенты экономического факультета.

1. Логист (2 человека).

В обязанности логистов будет входить поиск надежных партнеров, выполнение расчетов, анализ рынка транспортных услуг, подготовка необходимых документов.

Средняя з/пл логиста без опыта работы составляет 400 рублей.

- Начисленная заработная плата: 200 рублей.
- Отчисления в ФСЗН: $200 * 34\% = 68$ рублей.
- Отчисления в Белгосстрах: $200 * 0.6\% = 1.20$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 1 студента: $200 + 68 + 1.2 = 269.20$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 2 студентов: $269.20 * 2 = 538.40$ рубля.

2. Маркетолог (2 человека).

В обязанности маркетологов будет входить привлечение покупателей, а также продажа услуг автомастерской за счет эффективно проведенной рекламной политики.

Средняя з/пл маркетолога без опыта работы составляет 350 рублей.

- Начисленная заработная плата: 175 рублей.
- Отчисления в ФСЗН: $175 * 34\% = 59.50$ рубля.
- Отчисления в Белгосстрах: $175 * 0.6\% = 1.05$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 1 студента: $175 + 59.50 + 1.05 = 235.55$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 2 студентов: $235.55 * 2 = 471.10$ рубля.

3. Бухгалтер (2 человека).

В обязанности бухгалтеров будет входить ведение первичного бухгалтерского учета, начисление заработной платы, ведение налогового и управленческого учета, а также участие в инвентаризациях и т. д.

Средняя з/пл бухгалтера без опыта работы составляет 300 рублей.

- Начисленная заработная плата: 150 рублей.
- Отчисления в ФСЗН: $150 * 34\% = 51$ рубль.
- Отчисления в Белгосстрах: $150 * 0.6\% = 0.90$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 1 студента: $150 + 51 + 0.90 = 201.90$ рубля.
- Итого расходы на з/пл 2 студентов: $201.90 * 2 = 403.80$ рубля.

4. Экономист.

Для того, чтобы отчетность студентов не содержала серьезных ошибок, будет вестись контроль со стороны экономиста. Данную должность будет занимать преподаватель, который имеет экономическое образование, а также опыт работы помимо стен университета.

Преподавателю к его рабочей ставке будет добавлено 0.25 ставки, что в денежном выражении составит 200 рублей.

- Начисленная з/пл: 200 рублей.
 - Отчисления в ФСЗН: $200 * 34\% = 68$ рублей.
 - Отчисления в Белгосстрах: $200 * 0.6\% = 1.20$ рубля.
 - Итого расходы на з/пл экономиста: $200 + 68 + 1.2 = 269.20$ рубля.
- Итого месячные затраты на заработную плату работников составят:

2422.80+1346+538.40+471.10+403.80+269.20=5451.30 рубля.

Исходя из того, что ежегодно студентам БрГТУ необходимо пройти летнюю практику для закрепления теоретических и практических навыков, есть вариант её прохождения на базе собственного подразделения автосервиса в университете.

На сегодняшний день Брестский государственный технический университет оказывает автомобильные услуги: курсы подготовки водителей и обучение практическим навыкам вождению автомобиля. Для прохождения обучения на базе университета имеются автомобили, которые периодически нуждаются в мелкосрочном ремонте. Существование собственного подразделения автосервиса решило бы проблему с поиском мастерской и минимизировало бы издержки по ремонту.

Изучая биржу труда, можно отметить, что среди вакансий в сфере автосервиса нередко пользуются спросом такие специальности, как инженер, руководитель и мастер цеха автосервиса, администратор или управляющий, менеджер по работе с клиентами или помощник руководителя. И практически во всех объявлениях присутствует требование «опыт работы» свыше 1–3 лет.

Высоко ценятся руководители, которые знают технологию и все процессы производства, или, как в данном случае, устройство автомобиля и умение самостоятельной его починки. Можно отметить тот факт, что руководитель чаще приобретает уважение, когда сам может хорошо выполнить работу подчиненных ему лиц. Так, начиная работать со студенчества, в автомастерской можно получить те навыки, которые пригодятся в дальнейшем и не будут лишними, когда студент будет занимать более высокую руководящую должность. Работа во время учёбы в определенной сфере, где хотел бы трудоустроиться выпускник, имеет много положительных аспектов. Одним из весомых аспектов является приобретение партнерских отношений с владельцами складов, торговых точек, организаций и подразделений, которые необходимы для осуществления успешной деятельности. Но для того, чтобы выдерживать конкуренцию на рынке, необходимы высококвалифицированные работники, которые являются профессионалами в своей деятельности. Мотивация работников сыграет в данном случае немалую роль. Создание комфортных условий труда и определение планов на будущее с карьерным ростом для каждого работника дает возможность развития в данной сфере.

Зарекомендовав себя как хороший специалист в подразделении автосервиса в стенах университета, есть возможность получить рекомендательные письма для успешного будущего трудоустройства.

Литература

1. Интернет-магазин iDiag.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://idiag.by/katalog/universalnye-sk8anery/launch/launch-x431-pro-v-kupit-v-minske-cena>. – Дата доступа: 18.09.2018.
2. Интернет-магазин deal.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minsk.deal.by/p23989377-stend-shod-razval.html>. – Дата доступа: 18.09.2018.
3. Интернет-магазин оборудования для автосервисов и автомоек АТЕК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://acdc.by/p35756188-balansirovochnyj-stanok-storm.html>. – Дата доступа: 18.09.2018.
4. Интернет-магазин deal.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deal.by/p41285462-izgotovlenie-vyveski-breste.html>. – Дата доступа: 01.10.2018.

Завалий Т. А., аспирант,
Житомирский государственный технологический университет,
г. Житомир, Украина

КЛИЕНТСКИЙ КАПИТАЛ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ

Важность понимания стейкхолдерами размеров сформированного клиентского капитала и эффективности его использования обусловлена первоочередной ролью клиентов в формировании добавленной стоимости компаний. Клиенты предприятия, как внешние стейкхолдеры, не являются его собственностью, поэтому информация о клиентах в финансовой отчетности отсутствует. Соответственно, возникает необходимость в такой отчетности, которая объединяя финансовую и нефинансовую информацию, может способствовать установлению эффективного диалога компании со всеми своими стейкхолдерами. Именно перед интегрированной отчетностью стоит задача объяснить, как создается стоимость компании в долгосрочной перспективе с помощью эффективного использования всех видов капитала.

Компании, осуществляющие активную и эффективную информационную политику, воспринимаются фондовым рынком более позитивно. Поступающая от управленцев надежная информация о потенциале компании важна для принятия инвесторами обоснованных решений, касающихся оценки акционерной стоимости [6, с. 331]. Отношения с клиентами и все, что непосредственно влияет на клиентский выбор, формируют клиентский капитал предприятия. Эффективное управление клиентским капиталом ориентировано на разработку такой системы, которая бы могла четко отслеживать все тенденции на рынке и максимально быстро реагировать на изменения в настроениях клиентов и внешней среде предприятия.

Для управления клиентским капиталом необходима соответствующая информационная база, в качестве которой может использоваться система бухгалтерского учета. Однако существующая система учета ограничена временными рамками, предоставляет информацию только финансового характера, характеризуется низким уровнем адаптивности к внешней среде и не учитывает интересы стейкхолдеров компании. Преодолеть такие ограничения позволяет интегрированная отчетность. Именно ее используют украинские компании-лидеры, которые выходят или уже функционируют на зарубежных рынках и демонстрируют социальную, экологическую, этическую ответственность перед всеми своими стейкхолдерами и обществом в целом.

Интегрированные отчеты содержат информацию об интеллектуальном капитале, составной частью которого выступает клиентский капитал. Для понимания степени наполнения интегрированной отчетности данными о клиентском капитале необходимо провести анализ таких отчетов. Объектом исследования выступили интегрированные отчеты украинских компаний (таблица 1).

Существование различных моделей интегрированных отчетов обусловлено возможностью составлять такую отчетность в соответствии с различными стандартами: «Глобальная инициатива по отчетности» (GRI), Саншайн (Sunshine), «AA» (AccountAbility) 1000, «ISO 26000», «Social Accountability 8000», «iR» (Integrated Reporting) и др.

Таблица 1 – Интегрированные отчеты украинских компаний

№ п/п	Название интегрированного отчета	Компании (год отчетности)
1	Отчет	«Nestle в Украине» (2014, 2016)
2	Отчет о прозрачности	«Baker Tilly» (2014)
3	Отчет о корпоративной социальной ответственности	«Астелит» (2007-2009), «Киевстар» (2008), «МЕТРО Кеш энд Кери Украина» (2009), «Артериум» (2010), «Эрнст энд Янг» (2010), «VolWest Group» (2016), «1+1 Media» (2016), «Cygnets» (2017)
4	Отчет о прогрессе	«СКМ» (2006), «ВИДИ ГРУП» (2011), «Индустриалбанк» (2012-2013), «ФОКСТРОТ» (2015, 2016, 2017)
5	Отчет о социальной ответственности / Отчет социальной ответственности / Отчет о реализации инициатив социальной ответственности / Отчет о социально-ответственном развитии	«Монделис Украина» (2014), «Рабен» (2014), «Прикарпатьеоблэнегро» (2015), «Coca-cola» (2017)
6	Отчет об устойчивом развитии / Отчет о деятельности в области устойчивого развития	«СКМ» (2008-2009, 2016), «Platinum Bank» (2013), «Мироновский хлебопродукт» (2015), «Оболонь» (2015), «ЕУ» (2015-2016), «АрселорМиттал Кривой Рог» (2016), «Астарга-Киев» (2016, 2017), «Нова пошта» (2017)
7	Нефинансовый отчет	«Nemiroff» (2008-2011), «ВОЛЯ» (2015), «Концерн Галнафтогаз» (2016), «Мироновский хлебопродукт» (2017)
8	Годовой отчет	«Киевстар» (2014), «Нафтогаз Украины» (2016)
9	Социальный отчет	«Лайфселл» (2015-2016), «SoftServe» (2015-2016), «KPMG» (2014, 2017)

Анализ интегрированных отчетов украинских компаний на наличие информации об их клиентском капитале позволил выделить вопросы, касающиеся отношений с клиентами и обобщить результаты в виде рисунка 1.

В интегрированных отчетах украинских компаний самыми распространенными вопросами, которые характеризуют отношения компании с клиентами, выступают соблюдение принципа клиентоориентированности, рейтинговых позиций компании, наличие обратной связи с клиентами и проведение мероприятий, направленных на участие или внимание клиентов.

Важнейшим аспектом в исследовании клиентского капитала компаний является вопрос соблюдения принципа клиентоориентированности, что свидетельствует о направленности компании на максимальное удовлетворение своих клиентов. Компании ориентируются на запросы и интересы своих стейкхолдеров, в том числе клиентов, потребителей, абонентов, зрителей, покупателей и т. п. Так, в социальном отчете ООО «Лайфселл» (2015–2016) отмечается, что при подготовке отчета учтены пожелания клиентов по раскрытию информации, которые оставляли комментарии на официальных каналах компании в течение отчетного периода [7]. По сравнению с утверждением, что компании являются клиентоориентированными (указывается в 75.61 % проанализированных отчетов), данные о показателях эффективности управления клиентским капиталом (удовлетворенность или лояльность клиентов) встречаются гораздо реже (только в 19,51 % отчетов). Например, ОАО «Концерн Галнафтогаз» на базе

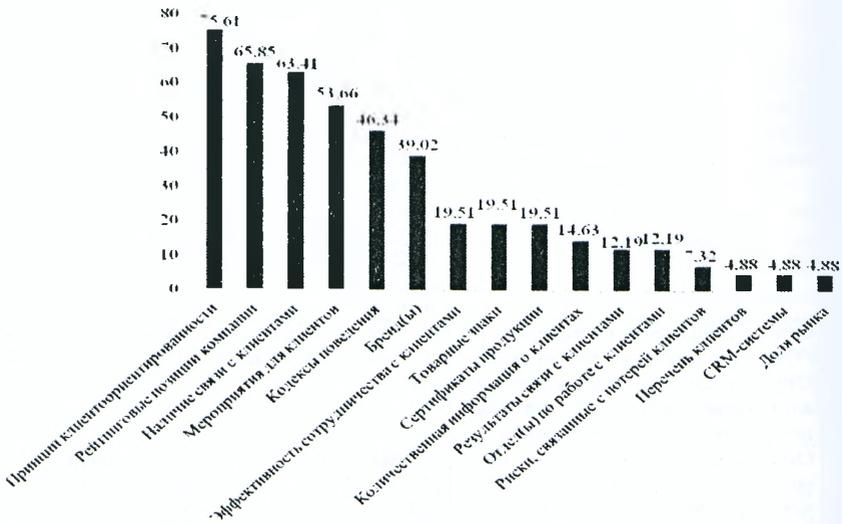


Рисунок 1 – Вопросы интегрированных отчетов украинских компаний, касающиеся клиентского капитала, %

оставленных на официальном сайте отзывов и обработанных телефонных звонков операторов колл-центра определяет уровень удовлетворенности сервисом на «ОККО» по итогам 2016 года с помощью такой методики, как индекс лояльности клиентов (NPS, Net Promoter Score) [4]. Данный показатель основан на готовности или неготовности клиента рекомендовать компанию своим друзьям и знакомым, причем автор методики (Ф. Райхельд) разделяет всех клиентов на промоутеров, критиков и тех, кто нейтрально относится к компании [5, с. 24]. Разница между процентным значением промоутеров и критиков равна показателю NPS. Анкета содержит два вопроса «Насколько вероятно, что Вы порекомендуете эту компанию, продукт, услугу другу или коллеге?» (по шкале от «0» до «10») и соответствующее обоснование ответа. Главным недостатком данной методики является то, что она не учитывает клиентский опыт, хотя простая схема такого определения уровня лояльности клиентов очень часто используется зарубежными компаниями.

Клиентский капитал можно охарактеризовать с помощью показателей, рассчитанных управленцами компании (количество клиентов, структура клиентов по уровню доходности, количество новых клиентов, удельный вес постоянных клиентов, количество контрактов, количество повторяющихся покупок, затраты на привлечение одного клиента, расходы на содержание одного клиента и т. п.), либо привлекать специалистов со стороны, которые проводят исследования по определению уровня удовлетворенности, лояльности клиентов и осуществляют аналитические сравнения, например, с предприятиями одной отрасли. Данные, полученные по результатам оценки эффективности клиентского капитала консалтинговыми компаниями с высокой репутацией, являются для инвесторов более объективными, чем аналогичные расчеты, проведенные сотрудниками компании.

Формирование положительной репутации компании зависит от ее рейтинговых позиций. В 65,85 % из проанализированных интегрированных отчетов раскрывается информация о рейтинговых позициях компании. Выступая фактором влияния на клиентский выбор, такие данные фокусируют внимание всех стейкхолдеров и влияют на формирование клиентского капитала.

Важность раскрытия информации по обратной связи с клиентами в интегрированных отчетах обусловлена необходимостью установления эффективного диалога между клиентами и самой компанией. В 63,41 % из проанализированных отчетов раскрывается информация о наличии такой связи (сайты, горячая линия, форумы, опросы, отзывы, экскурсии, специальные исследования и т. п.), но только в 12,19 % отчетов раскрываются результаты анализа диалога с клиентами. Именно по результатам такого анализа можно установить не только эффективность управления клиентским капиталом, но и внести соответствующие коррективы относительно установленной стратегии работы с собственными клиентами. Например, компания «Киевстар», целью которой является удовлетворение всех потребностей клиента, создала интерактивную систему оценки качества обслуживания, когда каждый абонент, позвонив по бесплатному номеру, имеет возможность высказать собственное мнение о качестве обслуживания [2]. База таких данных дает возможность клиентоориентированной компании адаптироваться к изменениям в запросах клиентов, своевременно реагировать на негативные отзывы и соответственно корректировать качество предоставляемых услуг.

В 53,66 % из проанализированных отчетов раскрывается информация о проведении мероприятий, направленных на участие или внимание клиентов. Например, с 2009 года со стороны ЗАО «Оболонь» реализуется программа «Потребляй ответственно», что предполагает отсутствие дегустаций пива в торговых сетях и пунктах продажи, предупреждающие надписи на этикетках напитков, безалкогольное пиво в продуктовой портфеле [3]. Формы реализации таких мероприятий могут быть разными (поддержание качества продукции или услуг, специальные тренинги, конкурсы, праздники для клиентов, программы лояльности и т. д.), но основная цель будет аналогичной – привлечь внимание клиентов с целью увеличения их лояльности.

От эффективности программного обеспечения всех процессов компании зависит возможность компании быстро реагировать и адаптировать свою стратегию согласно изменениям во внешней среде. Программное обеспечение для управления клиентским капиталом представлено CRM-системами (Customer Relationship Management) или отдельными модулями в программах, использующихся в компании. Только в 4,88 % из проанализированных отчетов указывается информация об использовании таких программ. Так, фармацевтическая компания «Артериум» использует компьютерную программу «Система управления взаимоотношениями с клиентами» (CRM) для управления базой данных клиентов, с которыми компания сотрудничает (врачи, администраторы лечебно-профилактических учреждений, провизоры, фармацевты). Благодаря внедрению такой системы была реализована возможность автоматического поступления в главный офис сообщений о случаях косвенного воздействия или недостаточного уровня эффективности при применении препаратов [1]. Именно CRM-системы помогают отслеживать информацию и соответственно формировать «цифровой опыт работы с клиентами» (Digital Customer Experience), который аккумулирует все цифровые взаимодействия между клиентом и компанией – от количества просмотров сайта к формированию тенденций изменений в предпочтениях клиентов, их лояльности.

Преимуществом использования интегрированной отчетности для исследования клиентского капитала компании выступает взаимодействие финансовой информации с нефинансовой и направленность таких отчетов на усиление подотчетности в отношении интеллектуального и социально-репутационного капитала.

Проблему отсутствия данных о клиентском капитале в финансовой отчетности компаний внедрение интегрированной отчетности полностью не решает. Вследствие этого возникает необходимость выделения отдельного раздела в интегрированном отчете, посвящённого клиентскому капиталу. В данном разделе предлагаем выделять два основных блока: 1) блок нефинансовой информации; 2) блок финансовой информации. Если блок нефинансового характера должен содержать общую информацию о клиентском капитале, то расчетный блок должен быть наполнен показателями. Для инвестора важно будет разделение блока финансового характера на две части – расчеты управленцами самой компании и расчеты приглашенным извне специалистами. Значение такого раздела будет обоснованным свидетельством того, что сотрудничество компании со своими клиентами построено с целью создания стоимости в долгосрочной перспективе.

В целом важность раскрытия информации о клиентском капитале в интегрированной отчетности обусловлена необходимостью демонстрации всех составляющих интеллектуального капитала для раскрытия возможностей использования системы стоимостно-ориентированного управления в компании.

Литература

1. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності фармацевтичної корпорації «Артеріум» за 2010 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.arterium.ua/upload/files/reports/csr_report_2010_ua.pdf.
2. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність компанії «Київстар» 2008 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1626/original/COP.pdf?1262614276>
3. Звіт про сталий розвиток корпорації «Оболонь» за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop_2017/350751/original/Obolon_AnnualReport-2015_UA_Final!!!.pdf?1483433247
4. Нефинансовый звіт «Концерну Галнафтогаз» за 2016 рік «Більше, ніж АЗК» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.okko.ua/uploads2016/img/page/sustainability_new/zvitnist/report/sustainability_report_2016.pdf
5. Райхельд, Ф. Искренняя лояльность : ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь / Ф. Райхельд при участии Р. Марки ; пер. с англ. С. Филина. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 347 с.
6. Рид, С. Финансовый директор как интегратор бизнеса / С. Рид, Х.-Д. Шойерман [и группа mySAP ERP Financials], пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 397 с.
7. Соціальний звіт «Лайфселл» 2015-2016 років «Будуючи мережу щастя» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.lifecell.ua/uploads/filelibrary/public/by_month/2017/05/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%B%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82_lifecell_2015-2016.pdf

Козинец М. Т., к. э. н., доцент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

По состоянию на текущий момент в Республике Беларусь создана и функционирует национальная система планирования, в рамках которой сформирована ее методическая основа. Последнюю образуют нормативно-правовые акты, которые регламентируют процессы и особенности разработки бизнес-планов в стране:

1) общезаконодательные

Регламентируют общие методические аспекты реализации функции планирования, а также формируют основу по ее использованию как инструмента проведения государственной политики в области регулирования экономических процессов;

2) функциональные

Формируют методическую основу реализации функции планирования по отдельным специфическим аспектам функционирования хозяйствующих субъектов, таким как инвестиционная деятельность, санация и финансово-экономическое оздоровление и т. п.;

3) отраслевые

Нормативно-правовые акты, представляющие данную группу, формализуют методические аспекты планирования как элемента воздействия субъекта управления на объекты – организации, находящиеся в ведомственной подчиненности и (или) вопросы деятельности которых являются субъектом регламентации отраслевых органов государственного управления;

4) региональные, корпоративные и прочие

Помимо приведенных выше целевых направлений существует достаточное количество документов методического характера, которые регламентируют вопросы управления хозяйствующими субъектами и учитывают региональные особенности их функционирования, вопросы предоставления со стороны государства различных видов льгот и преференций (особые режимы функционирования – свободные экономические зоны, парк высоких технологий и т. п.), а также прямого предоставления средств, в том числе на условиях целевой направленности, возвратности и платности и др.

Наиболее универсальным среди всей совокупности нормативно-правовых актов в исследуемой сфере видятся правила по разработке бизнес-планов (постановление Министерства экономики Республики Беларусь № 158 от 30.08.2005 г., с учетом изменений и дополнений, изложенных в постановлениях Министерства экономики от 7.12.2007 г. № 214, от 29.02.2012 г. № 15, от 25.07.2014 г. № 55, от 2.07.2015 г. № 40 и от 22.08.2016 г. № 53, далее – Правила [1]). Они обеспечивают формирование универсального подхода к обоснованию необходимости принятия тех либо иных действий в целом в рамках предпринимательской деятельности. При их помощи можно построить адекватную модель финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов. По принципам формирования финансово-экономической составляющей (включая расчет основных показателей, оценивающих эффективность деятельности)

они гармонизированы с международными научно-методическими принципами, действующими в данной сфере (включая изложенные в руководстве Организации Объединенных Наций по промышленному развитию [2]).

В то же время, при всех достоинствах данных Правил, следует отметить, что им присущи и отдельные недостатки, а ранее в них присутствовали даже ошибки методического плана. С принятием в 2012 г. новой редакции Правил и последующим их совершенствованием отдельные методические ошибки были устранены. Тем не менее, видится целесообразным упрощение правил, в том числе за счет трансформации отдельных сводных таблиц в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности в связи с внедрением последних в практику хозяйствования. Для совершенствования используемой методики бизнес-планирования предлагается:

1. С целью унификации подходов к разработке бизнес-планов видится целесообразным исключить требования по представлению в органы управления исключительно основного табличного материала, определенного в приложении 5 к Правилам. Таким образом будет обеспечен единый подход к разработке и представлению бизнес-планов ко всем проектам вне зависимости от их целевой направленности, места реализации и стоимости. С другой стороны, представление информации в полном объеме по макетам расчетных таблиц согласно приложениям 2–4 к Правилам позволит обеспечить как достаточную ее детализацию, так и возможность осуществления достоверной оценки приводимых сведений.

2. Предлагается ввести норму, что для инвестиционных проектов, расчеты в которых приводятся в иностранной валюте, необходимо осуществлять пересчет показателей базового периода с использованием информации Национального банка Республики Беларусь о среднем официальном курсе белорусского рубля по отношению к иностранным валютам за искомый период. Как показывает опыт, отсутствие четкой регламентации данного вопроса позволяет экспертирующим структурам осуществлять собственное (и далеко не всегда корректное) толкование принципов трансформации финансовой отчетности и приводит к искажению показателей как в базовом периоде, так и в течение остального прогнозируемого срока реализации проекта.

3. С целью обеспечения единого подхода при экспертизе бизнес-планов, расчеты в которых проведены в белорусских рублях, а также повышения достоверности принимаемых решений при оценке эффективности инвестиционных проектов, видится целесообразным ввести норму обязательного представления детализированного расчета ставки дисконтирования с учетом соблюдения требований п. 42 Правил (применения в таком случае ставки дисконтирования без учета прогнозируемой в Республике Беларусь инфляции).

4. Базируясь на принципах п. 30, изложенных в Приложении 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 19.08.2016 № 657/20, предлагается:

4.1. Не выделять отдельно условно-постоянные и условно-переменные издержки в таблицах приложения 3 и 4-6, 4-7, 4-9 и 4-15 приложения 4. Расчет показателя «Уровень безубыточности» исключить, вместо него осуществлять расчет показателя «Затраты на 1 руб. реализованной продукции», для чего внести соответствующие изменения в таблицы приложения 2 и 4-19 приложения 4, а также в п. 46 Правил.

4.2. Исключить из формы макета таблицы 4-15 «Расчет прибыли от реализации» стр. 1 и стр. 2 с целью его приближения к макету отчета о прибылях и убытках (Приложение 2 к Национальному стандарту бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» № 104 от 12.12.2016).

4.3. Исключить из формы макета таблицы 4-17 «Расчет потока денежных средств по организации» стр. 1.1.2 «Прирост кредиторской задолженности», а показатель, приведенный в строке 1.2.9 «Прирост краткосрочных активов» заменить на «Прирост чистого оборотного капитала», значения которого представлены в стр. 4 таблицы 4-10.

4.4. Рекомендовать организациям использовать в качестве макета таблицы 4-18 «Проектно-балансовая ведомость по организации» фактическую форму бухгалтерского баланса, применяемую субъектом хозяйствования в базовом периоде.

Внесение представленных корректив в указанный выше нормативно-правовой акт позволит как упростить процесс бизнес-планирования для его субъектов, так и повысить его качество. Это, в свою очередь, позволит принимать более эффективные решения как в сфере инвестиционной деятельности, так и в области общего управления хозяйственными операциями.

Литература

1. Правила по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов : утв. Пост. Минэкономки РБ № 158 от 31.08.2005 г. с изм. и доп.
2. Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://taler.by/doc/rukovodstvo_po_podgotovke_promyshlennyh_tehniko-ekonomicheskikh_issledovaniu.pdf. – Дата доступа : 10.10.2018.

УДК 316.4

Корнелюк Н. Н., к. э. н.,

ГУО «Республиканский институт повышения квалификации и переподготовки работников Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь»,
г. Минск, Республика Беларусь

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Современный вектор развития экономики в Республике Беларусь предполагает применение нестандартных подходов к управлению предприятием. Это обусловлено не только рыночными преобразованиями, инновациями, но и вероятностным характером изменений условий хозяйственной деятельности предприятий.

Эффективному решению управленческих задач в таких условиях способствует синергетическое управление (синергетический менеджмент). Теория этого направления интенсивно развивается в рамках таких направлений, как стратегический менеджмент и теория организаций, «сложная стратегия» (complexity strategy) и «сложная адаптационная организация» (complex adaptive organization) [10]. Этими вопросами занимаются центры по изучению синергетического менеджмента – Институт Санта-Фе, Центр по изучению сложных систем (Университет Мичигана), Гарвардская бизнес-школа, Лондонская школа экономики.

Основополагающие идеи новой управляющей парадигмы развиты в работах П. Андерсона, Р. Аксельрода, Яира Бар-Яма, Ричарда Сила. База системно-синергетического анализа разработана в общей теории систем, основоположниками которой являются Л. Фон Бергаланфи, А. А. Богданов. В развитие данного направления науки внесли свою лепту И. Пригожин, И. Дьярмати, Г. Хакен. Новый этап разви-

тия этого направления связан с работами таких ученых, как Г. Г. Малинецкий, Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов, А. П. Назаретян, В. В. Василькова, В. П. Бранский, М. П. Блузский.

Управление предприятием как процесс планирования, организации, мотивации и контроля деятельности по достижению целей предприятия, естественно, должен быть оптимальным. В условиях нестабильности финансово-экономических факторов производства, недостатка информации о действиях конкурентов, невозможности прогнозировать динамику экономических процессов, изменения во внутренней и во внешней среде принимать управленческие решения, на наш взгляд, целесообразно с учетом следующих положений.

Во-первых, предприятие является сложной открытой и нелинейной системой. При этом нелинейность рассматривается как отсутствие однозначного и линейного, прямо пропорционального следствия приложенных усилий по схеме «управляющее воздействие → желаемый результат». Вместо традиционного подхода предлагается принцип резонанса, или резонансных воздействий. Рассматривая предприятие как сложную нелинейную систему, эффективность управляющих воздействия при этом будет напрямую зависеть от согласованности таких воздействий с внутренними свойствами, возможностями системы, то есть они должны быть резонансными.

В управленческой практике слабое, но попадающее в «такт» воздействие оказывается эффективнее, нежели сильное, но не согласованное со свойствами управляемой системы. Это свойство подробно описано в теории синергетики как большой эффект малых воздействий. Тогда задача управления – научиться попасть в резонанс с действиями управляемой им системы. Наибольшее значение такого подхода проявляется в точках бифуркации – «... точка крайней неустойчивости, в которой ситуация может измениться, что называется, в один момент в любом из множества возможных направлений» [3, с. 50]. В процессе управления предприятием сложно переоценить значение выбора в таких точках, когда необходимо делать выбор, так как, как правило, это сопровождается отсутствием полной информации о возможных результатах выбора, определенной степени риска, малым временем для принятия решения.

Для решения этой проблемы можно воспользоваться методами принятия решений в условиях неопределенности и риска [7, 9, 12]. Кроме того, экономические риски выполняют ряд положительных функций: инновационную, регулятивную, защитную и аналитическую. Особо следует отметить инновационную функцию, так как экономический риск позволяет нетрадиционным способом решать проблемы, стоящие перед субъектами хозяйствования. Рисковый тип ведения часто сопровождается более эффективным производством [6]. Положительный эффект от экономического риска, в виде регулятивной функции, достигается через преодоление жесткости в методах получения результатов деятельности предприятия. Защитная функция проявляется через систему страхования риска и возможных негативных последствий. Аналитическая функция связана с необходимостью оценки возможных альтернативных решений по определенным критериям эффективности.

Во-вторых, слишком жесткая система управления – вредна. Здесь следует рассмотреть две взаимосвязанные главные синергетические дефиниции – порядок и хаос. Порядок неизменно связан с жесткой организацией, структурой предприятия. «Порядок» – слово, часто звучащее, как правило, в устах директора, руководителя организации. Это термин, ставший по существу символом прочности управления, он ассоциируется у нас с хорошей организованностью. Однако «слишком большая организованность так же вред-

на, как и отсутствие таковой» [13, с. 4]. С нашей точки зрения, хаос – это не отсутствие порядка, а особый вид порядка, пока не описанный. Так как есть смысл и в хаосе, он жизненно необходим для развития, эволюции сложных систем. Предлагается рассматривать хаос как некий процесс, результатом которого будет являться упорядоченная структура. К тому же, именно хаос, может порождать и порождает порядок принципиально нового уровня в любой структуре, в любой организации [3, с. 40].

Задачи, которые невозможно решить в условиях слишком жесткого управления, могут быть решены «за счет хаоса»: синхронизация темпов изменения подсистем внутри сложной системы, что позволит сохранить ее целостность; приспособление к изменчивым и непредсказуемым внешним условиям; выход из эволюционного тупика; определение стимулов, точек инновационного развития (точек бифуркации); формирование новых связей и структур, особенно в период снижения деловой активности или возрастания диссипативных, рассеивающих, хаотических процессов.

Следует отметить так же, что современные условия хозяйствования, в том числе и за счет инноваций, характеризуются повышенным уровнем энтропии. Снизить уровень энтропии на макроуровне достаточно сложно без негативных последствий, поэтому возникает необходимость синергетического управленческого воздействия на уровне предприятия.

В-третьих, рассматриваем феномен самоорганизации (в рамках синергетического подхода) как дополнение к традиционному управлению предприятием. Управление как некий социальный феномен представляет собой целенаправленное воздействие на общественные процессы, осуществляемые посредством специальных органов и организаций, призванных совершенствовать целостность и структуру социальной системы [11, с. 80–81]. То есть в процессе управление осуществляется осознанное определенное социальное воздействие на сложную структуру предприятия для достижения поставленных целей. Но, как уже было отмечено ранее, сегодня практически невозможно в полном объеме учесть все быстро меняющиеся факторы. В этом случае на помощь приходит самоорганизация как способность сложной системы к упорядочению своей внутренней структуры, которая полостью формируется сущностью самой системы, без дополнительного воздействия извне, в соответствии с внешними условиями. Это внутренняя потребность самой системы, и она позволяет лучше понять побудительные силы происходящих изменений и учесть их в процессе управления. Однако следует иметь в виду, что процесс самоорганизации невозможно направлять, но на него можно влиять. Важным моментом в самоорганизации является то, что процесс начинается, когда система наиболее готова к изменениям. Таким образом, характеристика системы «на грани хаоса» свидетельствует не только о необходимости, но и о возможности позитивных изменений. Это следует учитывать при выработке управленческих решений. В результате взаимодействия управления и самоорганизации выполняется своего рода антиэнтропийная функция, восстанавливающая естественный порядок и равновесие, нарушенные какими-то внешними возмущениями [2, с. 30].

В-четвертых, определение аттрактора как цели изменений предприятия. Аттрактор – это некоторая совокупность условий, при которых выбор путей движения или эволюции разных систем происходит по сходящимся траекториям, и, в конечном счете, как бы притягивается к одной точке, некоторое множество, к которому со временем притягиваются близлежащие состояния [4].

Учитывая, что любая сложная система будет стремиться к относительной точке равновесия и стабильности, целесообразно определить это состояние как состояние от-

носителем устойчивости, доступной простоты и реализации той внутренней тенденции, которая свойственна на данном этапе самой организации [3, с. 53]. Сложные открытые системы не долго находятся между точками бифуркации в состоянии аттрактора. При этом следует иметь в виду, что, достигнув состояния аттрактора, система уже не может вернуться ни в одно из прежних состояний, и пребывание в этом состоянии недолговечно. Это схоже с традиционной детализацией целей и задач управления предприятием, но имеет особенность – фактически является временной целью на пути достижения стабильности между точками бифуркации. Такой акцент требует новой формулировки целей, задач и ожидаемого результата управляющего воздействия.

Таким образом, практическое значение синергетического подхода заключается в возможности повышения эффективности управляющего воздействия в период активного роста или неустойчивости, когда предприятие как система становится чрезвычайно чувствительным к проявлению случайности, так как возникает ситуация, когда малая случайность может иметь решающее значение для судьбы данной системы, и в ближайшей, и в краткосрочной перспективе.

Важным выводом синергетического подхода является то, что, хотя возможных путей развития (после прохождения точки бифуркации) может быть очень много, но их количество не бесконечно. Какие пути возможны и осуществимы, определяется внутренними свойствами системы, стоящими перед предприятием целями и задачами.

При этом появляется уникальная система ограничений, влияющая на осуществимость и эффективность управляющих воздействий. Кроме того, синергетический подход к управлению в целом позволяет вывести «базовые ситуации», в которых периодически оказываются организации. Их анализ позволяет дать прагматические рекомендации по наиболее эффективному поведению в тех или иных случаях. Необходимым условием при этом является согласованность управленческих воздействий с внутренними тенденциями развития предприятия, иначе любые решения обречены на провал.

В рамках перехода от теории факторов экономического роста к концепции устойчивого развития человека и его потенциала еще одним положительным аспектом применения синергетического подхода является применение социальных технологий как «мягких» управленческих воздействий, встраивающихся в уже имеющийся процесс эволюции социальной системы и инициирующие те изменения, которые благоприятны для человека и согласованы с потребностями всего общества.

Это относится главным образом к конструктивным (позитивным) социальным технологиям, но такой подход востребован сегодня и для анализа (или выявления и контроля) деструктивных социальных технологий, имеющих целью разбалансировать социальное пространство, повышать напряжение в социальной системе.

Среди множества кризисов, которые переживала западная система рыночных отношений, были как регулярные, так и нерегулярные. В фазах регулярных кризисов и их повторяемости есть определенные закономерности [1]. С точки зрения синергетики кризис есть нарушение равновесия и в то же время процесс перехода к некоторому новому состоянию. Таким образом, синергетический подход позволяет математически моделировать цикличность экономической системы как нелинейной открытой системы, между составляющими элементами которой имеется взаимодействие. Нерегулярные кризисы описываются синергетикой на основе флуктуационной модели [5].

Литература

1. Атопов, В. И. Россия: стратегия прорыва. Синергетические идеи развития. / Атопов, В.И. [и др.] – Волгоград: ГУ «Издатель». 2003. – 520 с., ил.
2. Гвишиани, Д. М. Организация и управление / Д. М. Гвишиани. – 2-е доп. издание. – М.: Наука, 1972. – 536 с.
3. Гелих, О. Я. Управление и синергетика: учебное пособие / О. Я. Гелих, Е. Н. Князева. – 3-е изд. – СПб.: Книжный Дом, 2012 – 107 с.
4. Диссипативные системы. – [Электронный источник] – Режим доступа. – http://www.scorcher.ru/art/theory/evolution/dissip_sys.php – Дата доступа : 15.05.2016.
5. Дубнищева, Т. Я. Синергетическое моделирование социально-экономических процессов / Т. Я. Дубнищева // Вестник НГУЭУ. – № 2. – 2009. – С. 25–39.
6. Информация, неопределенность и риск в экономике. – [Электронный источник] – Режим доступа. – <http://bargu.by/2379-informaciya-neopredelennost-i-risk-v-ekonomike.html> – Дата доступа : 20.10.2018.
7. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. / Д. Канеман, П. Словик – Харьков: Издательство Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр», 2005. – 632 с.
8. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
9. Орлов, А. И. Теория принятия решений: учеб. пос. / А. И. Орлов – Москва: Издательство Экзамен, 2005. – 656 с.
10. Пугачева, Е. Синергетическая парадигма / Е. Пугачева, К. Соловьевко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/management/strategy/synergetics.shtml> – Дата доступа : 20.05.2017.
11. Управление // Современная философия: Словарь и хрестоматия. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. – 256 с.
12. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений : учебник / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувилова. – Москва : Дашков и К. 2012. – 324 с.
13. Alan, Lakein How to get control of your time and your life" / Перевод Ю. Емельянов, Н. Емельянова; редактор и корректор А. Медведев – М.: Агентство "ФАИР", 1996. – 91 с.

UDK 338

Ewelina Kurowicka,
author magister,
Maria-Curie Skłodowska University in Lublin,
Lublin, Poland

ROLA TRANSFORMACYJNEGO PRZYWÓDZTWA W KSZTAŁTOWANIU ZAANGAŻOWANIA NAUCZYCIELI W PRACĘ

Dobrą szkołą można nazwać taką, w której pracują zaangażowani i zmotywowani do pracy nauczyciele. Osobą odpowiedzialną za jakość pracy placówki oświatowej jest dyrektor. Jednym z jego głównych zadań jest dbanie o rozwój szkoły. Przywództwo transformacyjne odgrywa ważną rolę w kształtowaniu zaangażowania nauczycieli w pracę. Prob-

lematyka zaangażowania w pracę cieszy się stale rosnącym zainteresowaniem zarówno teoretyków, jak i praktyków zarządzania.

Zaangażowana w pracę kadra nauczycielska stanowi cenny zasób szkoły i w pewnym zakresie oddziałuje na osiągane przez nią wyniki. Nauczyciele mogą być autorami oraz twórcami wprowadzanych w placówce działań, tworzyć autorskie programy. Nauczyciele powinni być przygotowani do takich zadań, jak również wierzyć w słuszność ich wprowadzania. Dynamiczny postęp i zmiany technologiczne, globalizacja, rozwój technik komunikacyjnych oraz potrzeba kształcenia ustawicznego stawiają różnorakie wyzwania współczesnej edukacji. Konieczne jest zatem innowacyjne podejście do zarządzania w polskiej szkole.

Dyrektor szkoły jako przywódca transformacyjny

Szkoła jako placówka oświatowa potrzebuje dobrych przywódców, aby mogła dobrze funkcjonować i radzić sobie z wyzwaniami. Dyrektor jako osoba zarządzająca pracą szkoły i w głównej mierze odpowiedzialna za jej rozwój powinien mieć świadomość tego, w jakim otoczeniu zewnętrznym funkcjonuje szkoła. Istotne jest również, aby potrafił analizować zachodzące w nim przemiany i jakie z tego wynikają dla jej rozwoju szanse oraz zagrożenia [5, s. 51]. Przywództwo jest nierozdzielnie związane z zarządzaniem. Przywództwo rozumiane jako umiejętność można definiować jako zdolność danej osoby do przewodzenia komuś. Można opisywać je jako zdolność angażowania innych ludzi w proces realizacji celu w zakresie jakiegoś systemu lub otoczenia, ale również zdolność zjednywania sobie ludzi i zachęcania ich do różnych wykonywania działań [7, s. 8].

W modelu przywództwa transformacyjnego Bernarda M. Bassa, styl kierowania lidera odnosi się do zmiany wartości organizacji, dzięki włączeniu współpracowników w swoje działania, uczynienie ich zwolennikami swojej wizji. Jest to model odwrotny do przywództwa transakcyjnego, gdzie pracownicy są tylko osobami wynajętymi do pracy, nie zastawiającymi się nad wizją organizacji. Warto podkreślić, że celem przywództwa transformacyjnego jest „transformacja” ludzi oraz organizacji, co można rozumieć jako doprowadzenie do poszerzenia wizji, ustalenie celów czy zrozumienia siebie, spowodowanie, by działania były spójne zasadami i wartościami, a także wywołanie zmian, które nadają impuls do dalszych aktywności [11, s. 146].

Zaangażowanie nauczycieli w pracę – definicja i komponenty zaangażowania

Współczesne badania wyraźnie wykazują, że organizacje są dla pracowników nie tylko źródłem dochodów, ale również miejscem zaspokajania potrzeb wyższego rzędu, tj. chęć rozwoju, ambicja oraz potrzeba akceptacji [6, s. 118–119]. Analiza opracowań naukowych z ostatnich lat pokazuje, że badano wpływ liderów, a dokładniej – przywództwa, na zachowania innowacyjne pracowników, w tym przywództwa transformacyjnego [8, s. 227–244], doświadczanego przez pracowników znaczenia pracy i odpowiedzialności, zaangażowania pracowników, relacji między liderem a podwładnymi.

Na potrzeby niniejszego opracowania wyjaśnienia wymaga termin „zaangażowanie w pracę”. Zaangażowanie (*work engagement*) postrzegane jest, jako pozytywny, dający satysfakcję, związany z pracą stan umysłu, w skład którego wchodzi takie komponenty jak:

- doświadczanie przez pracownika uczucia wigoru (*vigor*) podczas wykonywania pracy,
 - oddanie się pracy (*dedication*),
- zaabsorbowanie nią (*absorption*) [9, s. 71–92].

Wigor można rozumieć jako doświadczanie wysokiego poziomu energii oraz wytrzymałości psychicznej w trakcie pracy, ale również odporności na różnorodne dystraktory. Łączy się także z chęcią wykonywania pracy nawet w obliczu pojawiających się przeciwności i trudności. Oddanie się pracy to entuzjastyczne jej wykonywanie oraz doświadczanie poczucia jej znaczenia, a także dumy z możliwości jej wykonywania. Natomiast zaabsorbowanie pracą

związane jest z uczuciem pełnej koncentracji i pograżenia się w swojej pracy. Może towarzyszyć temu doświadczanie nienaturalnie szybkiego upływu czasu [2, s. 5–18].

Badania naukowe prowadzone przez S. Sonnentag pokazały, że poziom zaangażowania umożliwił przewidywanie proaktywnych zachowań i inicjatyw [10, s. 518–526]. Natomiast J. Hakanen wraz ze swoimi współpracownikami dowiódł w prowadzonych przez siebie badaniach, że zaangażowani pracownicy przejawiają więcej inicjatyw oraz zgłaszają znacznie więcej pomysłów usprawniających procesy organizacyjne [4, s. 78–91]. Wraz ze wzrostem poziomu zaangażowania, zwiększa się szansa wzrostu efektywności pracowników [12, s. 118]. Na ogólnym poziomie, zaufanie pracownika bezpośrednio wpływa na zaangażowanie pracowników [3, s. 608]. Wobec tego istotne jest, aby dyrektorzy szkół dbali o to, w jaki sposób zwiększyć zaangażowanie nauczycieli w pracę.

Streszczenie:

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie roli przywództwa transformacyjnego w kształtowaniu zaangażowania nauczycieli w swoją pracę. W opracowaniu zostały wyjaśnione pojęcia związane z przywództwem, a także zaangażowaniem w pracę. Omówiono rolę dyrektora jako przywódcy w szkole.

Bibliografia

1. Aryee S., Walumbwa F.O., Zhou Q., Hartnell Ch. A. Transformational leadership, innovative behavior, and task performance: test of mediation and moderation processes // *Human Performance*. – 2012. – Vol. 25. – No. 1. – S. 1–25.
2. Baka, L., Cieślak R., Zależności między stresorami w pracy a wypaleniem zawodowym i zaangażowaniem w pracę w grupie nauczycieli: pośrednicząca rola przekonań o własnej skuteczności i wsparcia społecznego // *Studia Psychologiczne*. – 2010. – Nr 48. – S. 5–18.
3. Ferres N., Connel, J., Travaglione A. Coworker trust as a social catalyst for constructive employee attitudes // *Journal of Managerial Psychology*. – 2004. – Nr 19(6). – S. 608.
4. Hakanen, J. J. Perhoniemi, R., Toppinen-Tanner S., Positive gain spirals at work: From job resources to work engagement, personal initiative and work-unit innovativeness // *Journal of Vocational Behavior*. – 2008. – Nr 73.
5. Kapcia, A., Wojnarowska M. W drodze do przywództwa edukacyjnego // *ORE*. – s. 51.
6. Lindgren, M., 21st Century Management. Leadership and Innovation In the Thought Economy // Palgrave Macmillan. – London. – 2012. – S. 118–119.
7. Michalak, J.M. Przywództwo w zarządzaniu szkołą // *ORE*. – s. 8.
8. Reuvers, M., van Engen, M.L., Vinkenburg C.J., Wilson-Evered, E., Transformational leadership and innovative work behaviour: Exploring the relevance of gender differences // *Leadership and Innovation*. – 2008. – Vol. 17. – No. 3. – S. 227–244.
9. Schaufeli W.B., Salanova M., Gonz'alez -Rom'a, V., Bakker, A.B. The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach // *Journal of Happiness Studies*. – 2002. – Nr 3. – S. 71–92.
10. Sonnentag, Recovery S. Work engagement, and proactive behavior: A new look at the interface between nonwork and work // *Journal of Applied Psychology*. – 2013. – Nr 3.
11. Świtk S. Charakterystyka modeli przywództwa stosowanych w organizacjach Lean i Six Sigma // *Organizacja i Zarządzanie*. – 2016. – Nr 4. – S. 146.
12. Szabowska-Walaszczyk, A., Brzozowski A., Zawadzka A. M. Rozwój zasobów ludzkich a efektywność zachowań pracowników: pośredniczący wpływ zaangażowania pracowników // *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*. – 2013. – Nr 6. – S. 118.

Легенчук С. Ф., д. э. н., профессор,
Житомирский государственный технологический университет,
г. Житомир, Украина
Рожук Ю. О., магистрант,
Житомирский государственный технологический университет,
г. Житомир, Украина

ОСОБЕННОСТИ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМ КАПИТАЛЕ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ

Появление интегрированной отчетности в современных условиях учетной практики в Украине направлено на удовлетворение запросов различных групп пользователей. Обычная финансовая отчетность освещает только финансовые показатели за прошлые периоды и не имеет возможности продемонстрировать инвесторам перспективы развития компании, раскрыть возможности создания добавленной стоимости, отобразить информацию о социальной ответственности компании перед обществом, а также об объектах, которые не поддаются количественной оценке. Именно интегрированная отчетность призвана установить связь между руководством компании и различными группами пользователей информации (работниками, инвесторами, клиентами, природоохранными организациями, обществом и т. д.).

Открытый доступ к интегрированным отчетам в Интернете позволил проанализировать отчеты ряда украинских компаний и групп компаний («СКМ», «Фокстрот», «Киевстар», «Концерн Галнафтогаз», «Оболонь», «Артериум», «1+1 Media», «Астарт-Киев», «Новая почта», «ЕУ», «АрселорМиттал»). Проведенный анализ позволил установить, что большинство интегрированных отчетов отличаются по своей структуре, особенно отличаются отчеты последних лет от первых опубликованных отчетов. Например, «Отчет о корпоративной социальной ответственности компании «Киевстар» за 2008 год занимает всего 13 страниц и представлен в черно-белом варианте набранного текста, без иллюстраций, схем и графиков. Авторы данного отчета использовали только такие примитивные инструменты выделения текста, как курсив и жирный шрифт, чтобы привлечь внимание пользователей на название разделов или слоганы компании. Совсем другими выглядят интегрированные отчеты последних лет – цветные, с иллюстрациями, графиками, таблицами, интервью, фотографиями по производству и благотворительным мероприятиям компании. Так, «Отчет по корпоративной социальной ответственности «1+1 Media» (2016) насыщен фотографиями сотрудников, местами их работы, иллюстрациями брендов, вспомогательными знаками и т. д., что обеспечивает удобство восприятия представленного материала. Основным недостатком таких отчетов можно назвать их большую емкость, поскольку проработка такого отчета, размером 157 страниц, требует много времени, противоречит такому принципу составления интегрированной отчетности, как краткость. Считаем, что большой объем интегрированного отчета не позволяет адекватно интерпретировать пользователям все показатели компании, поэтому разработчикам таких отчетов следует обратить внимание на лаконичность и краткость при их составлении и обнародовании.

Относительно размеров компаний, которые составляют интегрированные отчеты, то количество их сотрудников варьируется от 494 («ЕУ») до 250 тыс. человек (Группа компаний «СКМ»). Это подтверждает предположение о том, что интегрированные отчеты составляют все компании, независимо от их размеров, для обеспечения повышения уровня прозрачности деятельности и притока капитала. В то же время в интегрированных отчетах на сегодня больше заинтересованы крупные корпорации или группы компаний, являющиеся лидерами в своих отраслях, а также работающие на международных рынках или планирующие на них выходить.

Вопросы интеллектуального капитала раскрываются в интегрированной отчетности украинских компаний в разрезе его основных составляющих – человеческого, структурного и клиентского капиталов.

Характеристиками человеческого капитала в интегрированной отчетности чаще всего выступают показатели, связанные с работниками компаний – от средней заработной платы и обеспечения социальной защиты до возможностей карьерного роста и стажировки за рубежом. В каждом из проанализированных отчетов вопросы человеческого капитала компаний поднимаются с обоснованием его актуальности. Не во всех отчетах приводятся количественные показатели и их динамика, что свидетельствует о необходимости освещать такую информацию, ведь именно эта составляющая интеллектуального капитала является залогом успешного функционирования хозяйственной деятельности предприятий.

Анализ интегрированных отчетов на наличие информации о структурном капитале, к которому относят все, что связано с системой управления на предприятии (организационная структура, корпоративная культура и этика, корпоративные ценности, программное обеспечение, базы данных, результаты интеллектуального творчества и т. д.), показал, что если она и приводится, то имеет размытый характер и не характеризует количественно его составляющие. Поэтому одним из направлений развития интегрированной отчетности является разработка и внедрение показателей структурного капитала, без которого успешное функционирование компании невозможно.

Анализ интегрированных отчетов на наличие информации о клиентском капитале показал, что несмотря на огромное значение клиентов в процессе формирования денежных потоков в будущем, такие данные приводятся не во всех отчетах, при этом в большинстве отчетов основное внимание уделяется одной из его составляющих – брендам. Так, ЗАО «Оболонь» в «Отчете об устойчивом развитии» 2015 года приводит собственный портфель брендов в разрезе разделения продукции на пиво, слабоалкогольные напитки, безалкогольные напитки, воду и снеки. В свою очередь, ООО «Новая почта» в собственном отчете по устойчивому развитию за 2017 представляет статистику опознания бренда «Новая Почта» – 96 % клиентов знают бренд, а 93 % пользовались услугами компании. Представленная информация по клиентскому капиталу довольно скудна и в основном ограничивается высказываниями, «что мы являемся клиентоориентированной компанией», «имеем доверие клиентов», «обеспечиваем управление отношениями с клиентами» и т. п. Если доверие клиентов имеет для конкретной компании очень важное значение, поэтому в интегрированных отчетах следует раскрывать определенные коэффициенты, характеризующие лояльность или удовлетворенность клиентов, их динамику.

Проведенный анализ уровня раскрытия интеллектуального капитала в интегрированной отчетности в контексте его разделения на человеческий, структурный и клиентский капиталы позволил установить, что наибольшее внимание уделяется рас-

крытию информации о человеческом капитале, поскольку вопросы, посвященные работникам компаний, поднимаются во всех рассмотренных отчетах. Структурный капитал в интегрированной отчетности украинских компаний раскрывается в основном в части корпоративных ценностей, миссии, целей деятельности, при этом практически отсутствуют количественные показатели данного элемента интеллектуального капитала. Клиентский капитал также раскрывается недостаточно полно, с преобладающим использованием качественных показателей (бренды, лояльность и удовлетворенность клиентов), что создает значительные проблемы при проведении его количественной оценки и обуславливает необходимость соответствующего усовершенствования данного элемента интегрированных отчетов украинских компаний.

УДК 330.87

Петрович М. В., д. э. н., профессор,
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

ЭКОНОМИКА УПРАВЛЕНИЯ КАК НАУЧНАЯ ОБЛАСТЬ И УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА

Экономика как наука имеет мощное теоретическое обоснование, предметную сегментацию и богатую историю. Ее возникновение связано с появлением у людей излишков производимых продуктов и необходимостью их эффективного обмена на продукты других производителей. Традиционно под экономикой понимали искусство ведения домашнего хозяйства: низкие трудозатраты, производительный труд, эффективный обмен, рациональное потребление.

В отличие от экономики управление как наука сформировалось в новейшей человеческой истории – на рубеже XIX–XX веков, когда накопленная экономическая практика организации ремесленных, сельскохозяйственных и промышленных производств объективно трансформировалась в соответствующие теоретические, т. е. универсальные, принципы, методы и функции воздействия на производственные, распределительные и обменные процессы.

Однако, несмотря на значительную разницу в генезисе этих двух наук, они имеют общий генезис и семиотику. Так, традиционное понимание экономики как искусства ведения домашнего хозяйства логично предполагает управленческую составляющую, потому что искусство ведения домашнего хозяйства означает умелое распоряжение, т. е. управление имеющимися в хозяйстве ресурсами. Тем самым нужно утверждать, что экономика – это и управление, неразделимые ни во времени, ни в пространстве.

С другой стороны, управление в рыночных средах неизбежно связано с экономическими критериями оценки его эффективности, экономическими ресурсами (земля, труд, капитал, время, информация, знания и др.) и экономическими последствиями (конкурентоспособность, капитализация, экономическая власть, глобализация, экономическая эффективность и др.).

Таким образом, на современном этапе развития управления и экономики, как автономных научных сфер, нужно говорить об экономике управления – самостоятельной научной области на стыке этих двух фундаментальных научных направлений. Экономика управления рассматривает всю систему экономических отношений

субъекта и объекта управления. Это огромный пласт научных и практических проблем эффективного управления на всех уровнях: семейном, корпоративном, государственном и глобальном.

На уровне домашних хозяйств экономика управления предполагает такую организацию семейной экономики, которая была бы необходимым и достаточным условием обеспечения экономического, физического, интеллектуального, социального и демографического развития семьи как первичной ячейки общества.

В корпоративных системах экономика управления предполагает осуществление тех управленческих действий, которые бы обеспечивали прирост качественных характеристик объекта управления и его рыночной стоимости.

На уровне государственной власти экономика управления связана с оптимизацией расходов на содержание государственного аппарата, укреплением экономической власти, профилактикой и регулированием теневой экономики, развитием экономических методов регулирования (ценообразование, финансирование, инвестирование, внешнеэкономическое регулирование, кредитование и др.).

Предметом экономики управления как научной области и учебной дисциплины являются все экономические стороны управленческих отношений. К основным из них можно отнести следующие:

1. Разработка и обоснование экономических принципов управления как основополагающих правил управленческого воздействия. Они могут быть универсальными (разделение труда, специализация, универсализация и др.) и конкретными, привязанными к специфике ситуации или объекта управления (экономическая ответственность, самодостаточность, аутсорсинг, аутстаффинг, «внутренние рынки» и др.).
2. Формирование системы вознаграждений в современном управлении, что включает определение сущности материальных компенсаций, уточнение функций и задач заработной платы в системах управления, принципов и форм оплаты труда управленцев.
3. Отдельным тематическим блоком в экономике управления является рассмотрение экономических методов управления. Сюда, в первую очередь, следует отнести ценообразование, налогообложение, кредитование, финансирование, инвестирование как важнейшие инструменты экономики управления.
4. Современная экономика управления – это экономические коммуникации, их связь с экономическим поведением человека. Отдельного рассмотрения требуют индивидуальные и групповые экономические коммуникации (бизнес-переговоры, деловые совещания, образовательные коммуникации). Большое значение в современном управлении должно уделяться экономической логистике (коммерческая, финансовая, информационная, сервисная логистика; логистика снабжения, производства, сбыта, запасов; транспортная и складская логистика). Очень важно найти объективные критерии и инструменты оценки экономической эффективности таких коммуникаций.
5. Современная экономика управления должна рассматривать экономические стратегии организации. Причем в современных условиях стратегию нужно понимать как «эволюцию первичной руководящей идеи в соответствии с обстоятельствами, которые постоянно меняются» [1].
6. Важнейшей темой предмета экономики управления является проблема оценки экономической эффективности управления. Это методологически сложная проблема. В связи с тем, что экономическую эффективность нужно понимать как экономическую оценку степени достижения поставленных целей, то экономическая эффективность управления – это выраженная экономическим языком мера достижения реализуемых

менеджментом организации целей. Сюда же входит задача эквивалентной экономической оценки результатов управленческого труда. Ее экономическое содержание сводится к стоимости аппарата управления для корпораций и государства, что является центральной проблемой для экономики управления как науки и как учебной дисциплины.

7. В экономике управления время рассматривается как важнейший экономический и организационный ресурс. Есть все основания говорить об экономике времени, точно так же как пишут и говорят об экономике труда, информационной экономике, зеленой экономике, цифровой экономике. В современных условиях время нужно трактовать как абсолютный фактор производства и экономики человеческого существования («время – дороже денег»). «Экономия времени не зависит от экономии экономических товаров и услуг. Даже в стране изобилия человек будет вынужден экономить время, если он не будет бессмертен и наделен вечной молодостью и несокрушимым здоровьем и силой» [2, с. 81].

8. Управление конкурентоспособностью как экономической категорией означает использование таких организационно-экономических инструментов, которые бы обеспечили устойчивые во времени и пространстве экономические преимущества организации. Эта предметная направленность в деятельности организации также прямо связана с экономикой управления. Важно разработать и применить эффективное экономическое обеспечение конкурентоспособности, что может включать создание современных систем продвижения продукции, применение тотальной (перманентной и комплексной) системы контроля затрат на единицу продукции, проектирование и реализацию концепции «одновременного инжиниринга» и другие мероприятия.

9. Экономика управления – это тема формирования и поддержания бренда и имиджа организации (товара), рассмотрение наиболее результативных экономико-управленческих инструментов в решении этой задачи. С данным направлением тесно связаны проблемы экономики управления потребительским поведением, рассмотрение путей и принципов создания клиентоориентированной организации, формирования культуры потребления.

10. Отдельное проблемное поле в рамках экономики управления – оценка эффективности управленческих решений как конечного продукта труда управленческого работника. Важно правильно понять эту сложную характеристику и разработать критерии ее оценки на основе соответствующих алгоритмов.

11. Инжиниринг и реинжиниринг в современных условиях являются философией и инструментом своевременной адаптации организации к быстро меняющимся условиям ее работы. При этом ключевым требованием их проведения является оптимизация экономических и психологических издержек, своевременность, неизбежность и ориентация на необходимые экономические результаты.

12. Экономическая власть в экономике управления – важнейшая теоретико-методологическая категория. Экономика – это всегда система власти со своей структурой: субъектами, объектами и инструментами. В чем ее сущность на разных уровнях управления, в разных ситуациях, в чем ее особенности, какие свойства и ресурсы она имеет, как нужно рассматривать собственность в системе экономической власти? Это ключевые вопросы в рамках данной темы.

13. Теневая экономика в континууме проблем экономики управления неизбежна для ее рассмотрения. Это объективное явление, характерное для всех экономик мира. По некоторым данным, в среднем в 1999–2007 годах доля теневой экономики в ВВП 162 стран мира составила 34,5% [3]. Совершенно очевидно, что теневая экономика и

управленческие процессы связаны тесным образом. Теневая экономика – это власть, только скрытая и неформальная. В этом контексте, пожалуй, важнейшими должны быть меры по профилактике и ограничению теневой экономики, включая и возможность ее легализации в рамках действующего законодательства.

14. Применительно к институтам государственной власти актуальна тема аппаратной экономики. Экономика государственного управления состоит в том, чтобы максимально объективно определить его стоимость соответственно уровню экономического развития государства, национальной экономики. Такая задача предполагает решение проблем мотивации работников госаппарата, сочетание территориального и отраслевого принципов управления, разработку критериев и показателей оценки труда чиновников и др.

15. В современных условиях экономика управления неизбежно связана с так называемым управляемым выбором субъектов и объектов экономико-управленческих отношений. Теория управляемого выбора или подталкивания следует из необходимости минимизации последствий иррационального потребления и поведения человека. Экономика управления должна и в силах предложить те инструменты воздействия на поведение человека, которые бы ограничивали масштабы и количество социально-экономических рисков, девиантного поведения.

Это лишь основные проблемные поля экономики управления как учебной дисциплины и научной области. Являясь междисциплинарным по своей сути, данное направление, кроме перечисленных выше проблемных полей, может включать и такие вопросы, как экономический менеджмент, экономика конфликтов и девиантного поведения в организациях, экономическая бюрократия и экономическая культура, экономика имиджа, экономика потребления и другие. Экономика управления формирует компетенции для структурирования и решения больших и сложных проблем конкретных организаций, территорий и отраслей. Экономика управления – это экономика использования организационных ресурсов: трудовых, временных, финансовых, информационных и других, что позволяет с минимальными издержками достигать максимальных результатов. Расширение и качественно новое содержание управленческих и профессиональных компетенций будущих специалистов ориентировано на знание этих проблем и путей их решения.

Первым шагом в этом направлении явилась подготовка в УО «Белорусский государственный экономический университет» первого в нашей стране учебного пособия «Экономика управления», структура и содержание которого отражает названные выше проблемные направления. Данная дисциплина включена в учебные планы подготовки соответствующих специальностей. Этот практический шаг будет началом формирования новых компетенций будущих управленцев и экономистов в соответствии с требованиями времени.

Литература

1. Экономическая стратегия государства: теория, методология, практика. Электронная онлайн-библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://banauka.ru/4952.html>. – Дата доступа: 04.10.2018.
2. Мизес, Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории – 2-е испр. изд. – Челябинск: Социум, 2005. – 878 с.
3. Теневая экономика: причины возникновения, масштабы и опыт государственного противодействия в России и других странах. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://diplomba.ru/work/73411>. – Дата доступа: 13.10.2018.

Прищепа Д. П., магистр управления, аспирант,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность изучения человеческого капитала продиктована тем, что человеческий капитал уже сегодня является самым ценным ресурсом постиндустриального общества, гораздо более важным, чем природное или накопленное богатство. Уже сейчас во всех странах человеческий капитал предопределяет темпы экономического развития и научно-технического прогресса. Именно интеллектуальные способности человека, его образованность, возможность генерировать новые знания, творчество и инициатива в наибольшей степени востребуются обществом.

Всё это придает особое значение проблемам сохранения, накопления и эффективного использования человеческого капитала, выступающего в качестве ключевого и решающего стратегического ресурса развития экономики и общества в целом.

На сегодняшний день вопросы управления человеческим капиталом рассматриваются в рамках теоретических и практических направлений в области управления персоналом. Получение знаний, развитие талантов, способностей и последующее их применение – другими словами, самореализация – является одной из наиболее актуальных проблем, с которой сталкивается каждый человек в своей жизни. Будущее человека во многом зависит от его отношения к этой проблеме.

Множество трудов наук самых разных направлений посвящены её исследованию, а в древнейшей науке – философии – данная проблема является одной из центральных. Эволюция человека, эволюция общества, как и научно-технический прогресс, в последнее время стали причинами проявления всё большего интереса к данной теме [6].

В результате возрастающей потребности в изучении управления человеческим капиталом возрастает актуальность проблемы саморазвития человека с точки зрения экономики, необходимости тщательного исследования инвестиций в развитие человека и последующей от них отдачи.

Первую попытку оценить денежную стоимость производительных качеств человека сделал В. Петти. Он отмечал, что богатство общества зависит от характера занятий людей, различая бесполезные занятия и занятия, которые «повышают квалификацию людей и располагают их к тому или иному виду деятельности, которая сама по себе имеет огромное значение» [4].

Адам Смит писал, что «человека, изучившего с затратой большого труда и времени какую-либо из профессий... можно сравнить с дорогой машиной». Основная идея его исследования, которая является одной из ключевых в теории человеческого капитала, состоит в том, что расходы, связанные с производительными вложениями в человека, способствуют росту производительности и возмещаются вместе с прибылью. Он доказал, что различия между возможностями людей с разным уровнем образования и профессиональной подготовки отражают различия в их доходе, необходимым, чтобы оплатить приобретение этих навыков [5]. Адам Смит высоко ценил образование и рассматривал его как фактор, способствующий росту богатства страны.

Д. Рикардо позднее развил эту мысль, объяснив отставание стран в экономическом развитии недостатком образования во всех слоях народа, отождествляя воспро-

изводство рабочей силы с воспроизводством населения и отмечая важность качества рабочей силы для эффективного производства [6].

Учёных-экономистов интересовала взаимосвязь результатов труда, квалификации работников, применяемых технологий, особенно на фоне научно-технического прогресса и автоматизации производства, когда множество профессий переставали быть актуальными, но появлялись новые профессии, старые усложнились – соответственно повышалась планка требований к квалификации работников – человек образованный постепенно становился всё более актуальной темой для исследования [3].

В конце XIX – начале XX века Ф. Лист, В. Рошер, Г. Сиджуин, Дж. С. Уолш и другие отмечали, что капиталом является не сам человек, а унаследованные и приобретенные им способности к труду и такие качества, как образование и квалификация. Другая же часть экономистов в то время считала капиталом самого человека, а не его способности [6].

В 1979 г. американский учёный-экономист Теодор Шульц получил Нобелевскую премию, пояснение к которой гласило: «за новаторские исследования экономического развития в приложении к проблемам развивающихся стран». В его работах впервые труду и трудовым ресурсам придаётся решающее значение, качество рабочей силы становится фактором первостепенной важности, причиной положительного уровня жизни и прогресса в стране. За это Теодора Шульца называют пионером исследований человеческого капитала. В 50-е гг. благодаря исследованиям Теодора Шульца началось формирование того, что впоследствии было принято называть “человеческим капиталом”. Согласно этой концепции, образовательный уровень населения определяет его способность использовать информацию и технологию для развития, что является отправным пунктом для перестройки государства и переориентации на прогресс и развитие. Шульц продолжал выступать с доказательствами того, что для слаборазвитых стран инвестиции в человеческий капитал и сельское хозяйство важнее, чем капиталовложения в машины и заводы [1]. Выступая против традиционного подхода к экономическим отношениям, Шульц стремился к тому, чтобы экономисты приняли во внимание информацию, которой обладают люди, их квалификацию и образование. Таким образом, Шульц начал процесс формирования теории человеческого капитала.

Позднее весомый вклад в развитие данного направления внёс другой американский учёный-экономист – Гэри Беккер. Написанные им труды являются не менее фундаментальными в теории человеческого капитала. Общая теория инвестиций в человеческий капитал, разработанная Гэри Беккером, включает подробный анализ инвестиций в образование человека, их влияния на заработки и распределение доходов. По проблеме доходов различных профессиональных и образовательных групп имела масса данных, но практически отсутствовали попытки осмысления процесса инвестирования в человека. Беккер первым перенес понятие человеческого капитала на микроуровень – например, на уровень предприятий. Человеческий капитал предприятия он определил как совокупность навыков, знаний и умений человека. В качестве инвестиций в них Беккер учел в основном затраты на образование и обучение [2].

Множество учёных помимо Беккера и Шульца также сделали свой вклад в развитие теории человеческого капитала. Выходец из СССР, автор многих инновационных работ, посвящённых исследованию экономического роста, Саймон Кузнец, также одним из первых раскрыл роль “человеческого капитала” в качестве фактора экономического роста, заявив, что “самым большим капиталом страны являются ее люди с их мастерством, опытом и побуждениями к полезной экономической деятельности”. В частности,

он отмечал, что вклад капитала в рост национального производства относительно мал по сравнению с человеческим капиталом, поэтому для научно-технического рывка в стране должен быть накоплен необходимый стартовый человеческий капитал. Иначе переход в следующий технологический уклад экономики невозможен [6].

Таким образом, теория человеческого капитала на современном этапе вылилась в новое научное направление, получила общественное признание мировой научно-экономической мысли и включена в структуру экономических дисциплин, которые преподаются в вузах и университетах мира.

Отсюда можно сделать вывод, что человеческий капитал, его формирование и накопление играют важную роль при формировании инновационной экономики. Разработка концепции человеческого капитала позволила сформулировать качественно новый, перспективный подход к пониманию общественного прогресса – в том числе, развитие теории человеческого капитала дало толчок к возникновению инновационной экономики.

Таким образом, спустя более полувека с возникновения термина, можно сделать вывод, что человеческим капиталом принято называть совокупность «активов» человека, его умений, способностей, отличительных черт – которые в будущем служат его инструментом, с помощью которого формируется его доход.

Считаем также необходимым перечислить отличительные свойства человеческого капитала. Они формировались постепенно вместе с формированием термина.

Прежде всего, человеческий капитал неотделим от человека, его носителя. Это является одним из его основных отличий от капитала вещественного.

Во-вторых, как и любой капитал, человеческий капитал приносит доход, однако он отличается по степени ликвидности.

В-третьих, человеческий капитал требует инвестиций – как денежных – в обучение, здоровье, так и моральных – в воспитание, формирование характера. Но отдача от этих инвестиций происходит спустя сравнительно продолжительное время [6].

Человеческий капитал может накапливаться и изнашиваться, устаревать. Функционирование человеческого капитала зависит от индивидуальных предпочтений самого человека, его мировоззрения и характера.

Литература

1. Беккер, Г. С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории: пер. с англ. / Сост., науч. ред., послес. Р. И. Капелюшников; предисл. М. И. Левин – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.
2. Капелюшников, Р. И. Экономический подход Гэри Беккера к человеческому поведению // США: экономика, политика, идеология. – 1993. – № 11. – 179 с.
3. Максимова, В. Ф. Инвестирование в человеческий капитал: учебно-практическое пособие. – М.: Евразийский открытый институт, 2010. – 54 с.
4. Петти, В. Экономические и статистические работы. – М.: Соцэкгиз, 1940. – 82 с.
5. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
6. Человеческий капитал: содержание и виды оценка и стимулирование: монография / В. Т. Смирнов, И. В. Сошников, В. И. Романчин, И. В. Скоблякова; под ред. д.э.н., профессора В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение -1, Орёл: Орёл ГТУ, 2005. – 513 с.

Прокурат А. С., м. э. н., аспирант,
УО «Полесский государственный университет»,
г. Пинск, Республика Беларусь

НАЛОГОВЫЙ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ И АНАЛИЗА НАЛОГОВЫХ РИСКОВ СУБЪЕКТОВ НАЛОГОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Функционирование субъектов налоговых правоотношений в экономической среде сопряжено с возникновением налоговых рисков, под которыми предлагается понимать вид хозяйственного риска, возникающий при взаимодействии данных субъектов и несущий финансово-правовую оценку результатам их действий (бездействий) при осуществлении и использовании одними – законных (незаконных) методов оптимизации (минимизации) налогов, принятия необоснованных налоговых решений; другими – недостаточного налогового контроля за исполнением налогового законодательства плательщиками налогов.

В свою очередь процессы исчисления и уплаты налогов и сборов, формирующие часть налоговых потоков бюджета, существенно влияют как на финансовое положение хозяйствующих субъектов, так и на протекающие экономические и финансовые процессы в государстве, что подтверждается высокой долей налоговых поступлений в бюджет (таблица 1).

Таблица 1 – Налоговые доходы в структуре консолидированных доходов бюджета Республики Беларусь за 2009–2018 гг.

Доходы бюджета, %	Год									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 план
Налоговые	88,4	92,0	85,7	87,3	87,2	86,2	83,6	83,6	83,2	85,4
Неналоговые	11,4	7,8	14,0	12,4	12,7	13,3	16,0	15,4	12,8	10,8
Безвозмездные поступления	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,5	0,4	1	4	3,8

Примечание: Источник – собственная разработка на основании [1].

Как видим, за анализируемый период с 2009 по 2018 гг. налоговые поступления в составе консолидированных доходов бюджета Республики Беларусь сформировались на уровне более 83 %. Приведенная статистика подтверждает важность менеджмента налоговых рисков, возникающих в процессе функционирования субъектов налоговых правоотношений.

В данном случае эффективным инструментом грамотного реагирования на налоговые риски может служить система налогового риск-менеджмента – организованная система, включающая в себя совокупность имеющихся научно обоснованных инструментов и финансовых категорий для управления налоговыми рисками субъектов налоговых правоотношений.

Отсутствие высокоорганизованной системы налогового риск-менеджмента провоцирует возникновение нежелательных финансовых последствий, проявляющихся у организаций-плательщиков налогов в форме: риска формирования недоимок (переплат) по налогам и сборам; риска доначисления налогов, сборов и пеней; риска

наложения административной ответственности; риска увеличения налогового бремени; риска наложения ареста на счета и имущество (активы) организаций-плательщиков налогов либо приостановления их деятельности и др.

На уровне государства нежелательные финансовые последствия будут проявляться в форме: риска уменьшения запланированных налоговых поступлений в бюджет; риска снижения налоговых ставок и уменьшения налоговых баз; риска увеличения доли плательщиков, незаконно осуществляющих экономическую (предпринимательскую) деятельность; риска оттока финансовых ресурсов плательщиков налогов на счета, открытые в зарубежных государствах, в т. ч. оффшорные счета и др.

Отметим, что формирование процессов управления налоговыми рисками с позиции различных субъектов налоговых правоотношений выглядит по-разному. Для организаций-плательщиков налогов наиболее важным является снижение угрозы предъявления претензий со стороны налоговых органов и, как следствие, доначисления налогов, сборов и пеней, в свою очередь, для государства более важным аспектом в данном направлении выступает своевременность формирования запланированных налоговых доходов бюджета и корректность движения налоговых потоков.

В последние годы в Республике Беларусь был проведен ряд мероприятий по совершенствованию налогового законодательства в части осуществления контрольной (надзорной) деятельности на основании:

- Указа Президента Республики Беларусь от 16.10.2009 г. № 510 «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь» [2];
- Указа Президента Республики Беларусь от 16.10.2017 г. № 376 «О мерах по совершенствованию контрольной (надзорной) деятельности» [3];
- Указа Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 09.02.2018 г. № 20 «Об утверждении критериев оценки степени риска в целях отбора проверяемых субъектов для проведения выборочной проверки» [4];
- Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22.01.2018 г. № 43 «О методике формирования системы оценки степени риска» [5];
- Постановления Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 31.12.2009 г. № 88 «О методах и способах проведения проверок налоговыми органами» [6].

В то же время законодательством Республики Беларусь регламентированы лишь методика формирования оценки степени риска и соответствующие критерии в целях отбора проверяемых субъектов для проведения выборочной проверки на предмет нарушения положений налогового законодательства и неисполнения налоговых обязательств.

Таким образом, текущая контрольная (надзорная) деятельность направлена в большей мере на управление последствиями выявленных налоговых нарушений, при этом процессам оценки и анализа налоговых рисков в части предотвращения вероятности их возникновения и реализации уделяется недостаточное внимание. Такая ситуация зачастую неблагоприятно сказывается на эффективности функционирования как самих организаций-плательщиков налогов, так и на эффективности функционирования финансовой и экономической сфер государства в целом.

В свою очередь, управление налоговыми рисками субъектов налоговых правоотношений в рамках налогового риск-менеджмента предполагает проведение мероприятий по их оценке и анализу. При этом проведенные исследования показали, что в рамках функционирования системы налогового риск-менеджмента существует определенный круг проблем, сопутствующих возможности проведения оценки и анализа налоговых рисков (таблица 2).

Решение указанных в таблице 2 проблем, следует выстраивать с учетом текущих процессов развития налогового законодательства и практики налогового администрирования в Республике Беларусь.

Таблица 2 – Проблемы проведения оценки и анализа налоговых рисков субъектов налоговых правоотношений Республики Беларусь

Критерии	Проблемы
Несовершенство налогового законодательства	- производится только оценка степени риска по заданным критериям [5] в целях отбора субъектов для проведения выборочной проверки; - контрольная (надзорная) деятельность направлена в большей мере на управление последствиями налоговых правонарушений
Невозможность использования зарубежного опыта	- нормативно-правовая база Республики Беларусь имеет свои особенности и существенные различия; - регламенты ведения финансовой, бухгалтерской и налоговой отчетности существенно отличаются от зарубежной практики; - необходимо создание специализированных средств технического обеспечения и автоматизации налоговых процессов
Важность соответствия ряду положений	- оценка и анализ налоговых рисков должны различаться по отношению к государству и организациям плательщикам налогов; - порядок оценки и анализа должен исключать значительное воздействие субъективного фактора; - порядок оценки и анализа должен отвечать нормам и требованиям законодательства Республики Беларусь; - процесс оценки и анализа налоговых рисков должен быть не трудоемким и по возможности автоматизирован; - мероприятия по оценке и анализу налоговых рисков должны выстраиваться на основе комплексного подхода
Необходимость наличия следующих элементов	- соответствующей методической базы, описывающей порядок проведения оценки и анализа налоговых рисков; - методов оценки и анализа; - шкалы оценок налогового риска; - процессов сбора и обработки информации; - баз данных для проведения расчетов; - компетентных специалистов

Примечание: Источник – собственная разработка

Следует отметить, что для проведения оценки и анализа налоговых рисков и финансовых последствий от их реализации необходимо также руководствоваться определенным набором принципов. В этой связи предлагается использовать следующие принципы, которыми следует руководствоваться при проведении оценки и анализа налоговых рисков:

Принцип объективности – проводимые аналитические и оценочные мероприятия должны ограничивать воздействие субъективного фактора;

Принцип оптимальности и достаточности информации (данных) – качество оценки и анализа напрямую зависит от объема анализируемой информации (данных);

Принцип корректности и сопоставимости – информация должна быть представлена в сопоставимых показателях для возможности ее сравнения;

Принцип вариативности – оценка и анализ налоговых рисков должны осуществляться с учетом вероятности различных исходов реализации (не реализации) определенного налогового риска в исследуемом процессе;

Принцип актуальности и своевременности – проведение мероприятий по выявлению налоговых рисков необходимо производить регулярно, чтобы полученные

данные были актуальны, а реагирование на идентифицированные налоговые риски было своевременным;

Принцип непрерывности – обследования по выявлению и анализу налоговых рисков должны производиться непрерывно.

Руководство указанными принципами позволит сформировать качественные подходы к осуществлению оценки и анализа налоговых рисков, способствующие объективному восприятию анализируемых данных и информации, а также позволит учитывать многовариантность исходов рискованной ситуации при анализе существующей карты налоговых рисков исследуемого субъекта налоговых правоотношений.

Вышеизложенное подтверждает, что проведение оценки и анализа налоговых рисков в рамках налогового риск-менеджмента в случае решения указанных выше проблем субъектам налоговых правоотношений позволит:

- предупреждать возникновение ранее выявленных налоговых рисков;
- усовершенствовать обеспечительные меры в части их безопасного и устойчивого функционирования;
- своевременно выявлять существенные нарушения налогового законодательства, производить своевременный менеджмент идентифицированных налоговых рисков;
- обеспечить своевременность принятия наиболее верных решений по управлению налоговыми рисками;
- более точно планировать налоговую нагрузку и прогнозировать налоговые издержки с учетом вероятности реализации определенных налоговых рисков за отчетный (прогнозируемый) период;
- анализировать эффективность принимаемых решений по совершенствованию налоговой политики и налогового законодательства;
- обеспечить дополнительные мероприятия по управлению процессами исполнения налогового законодательства плательщиками налогов, а также исполнения запланированных налоговых поступлений в бюджет.

Таким образом, решение указанных выше проблем и руководство вышеизложенными принципами позволит и государству, и организациям-плательщикам налогов рационально распределять финансовые ресурсы на проведение контрольно-аналитических мероприятий, в т. ч. предварительное обследование сложившейся рискованной ситуации и определение необходимости проведения более скрупулезных и глубоких мероприятий по оценке и анализу налоговых рисков в комплексе, что также будет способствовать обеспечению их социальной и экономической стабильности.

Литература

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа: 28.10.2018.
2. О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь: указ Президента РБ от 16 октября 2009 г. № 510.
3. О мерах по совершенствованию контрольной (надзорной) деятельности: указ Президента РБ от 16 октября 2017 г. № 376.
4. Об утверждении критериев оценки степени риска в целях отбора проверяемых субъектов для проведения выборочной проверки: указ Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 9 февраля 2018 года № 20.
5. О методике формирования системы оценки степени риска: постановление Совета Министров РБ от 22 января 2018 г. № 43.
6. О методах и способах проведения проверок налоговыми органами: постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 31 декабря 2009 года № 88.

Шинкарь Ю. Ю., старший преподаватель,
ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»,
г. Минск, Республика Беларусь

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

На сегодняшний день все больше организаций уделяют внимание обучению персонала. Это обусловлено рядом причин: во-первых обучение является одной из форм стимулирования труда; во-вторых, система обучения персонала в современных условиях является одним из основных компонентов профессионального развития, направленным на обеспечение предприятия квалифицированными работниками в соответствии с его целями и стратегиями. Вместе с тем, от того, насколько корректно заданы цели и задачи обучения, насколько верно определен список участников, правильно выбраны формы и методы обучения, будет зависеть его эффективность в целом. Таким образом, планируя обучение работников, в первую очередь ставится цель получить в результате пользу для предприятия в виде современных и своевременных знаний, умений и навыков сотрудников, которые обеспечат эффективное развитие и поддержание конкурентоспособности предприятия.

В планировании и подготовке обучающих мероприятий для сотрудников можно выделить несколько этапов:

Первый этап – определение потребности в обучении. На этапе планирования в конце каждого календарного года составляются списки работников, которым необходимо пройти обучение. К планированию обучения подключены не только специалисты по кадровой работе, а все структурные подразделения.

Второй этап – определение форм и методов обучения. На втором этапе, исходя из предложенных тематик, выбирается наиболее приемлемые и эффективные формы и методы обучения. Основными формами обучения являются: повышение квалификации, участие в семинарах и конференциях, проводимых сторонними организациями; обучение на курсах целевого назначения; переподготовка; внутренние семинары, интерактивное обучение.

Третий этап состоит из проведения комплекса мероприятий, таких как: мониторинг учебных заведений (темы курсов, учебные планы, сроки обучения, стоимость обучения); выделение необходимых ресурсов; оформление заявок на обучение.

Четвертый этап – непосредственно прохождению обучения работниками.

Пятый этап – оценка эффективности прохождения обучения.

В настоящее время для большинства компаний именно последний этап является наиболее проблемным и актуальным.

Это связано в первую очередь с тем, что сотрудничество с внешними организациями по проведению семинаров, тренингов и повышению квалификации, по мнению многих руководителей, показывает, что стоимость такой формы обучения достаточно высока, а специфика предприятий и конкретные насущные вопросы на таких образовательных мероприятиях не всегда учитываются и рассчитаны на «усредненную аудиторию». В такой позиции имеется рациональное зерно.

Автором, по запросу руководства одного из крупных логистических предприятий, был организован и проведен опрос в январе 2018 года. В опросе приняли участие 173 специалиста, которые повысили квалификацию в Государственных учреждениях

образования Республики Беларусь по программе 36 часов по логистической и экономической тематике за последние два года.

Вопросы анкеты были направлены на выявление отношения сотрудников к различным сторонам обучения на курсах повышения квалификации и их видения эффективности такого обучения. Некоторые выводы исследования хотелось бы привести.

Так, на вопрос относительно того, сумели ли обучающие программы курса восполнить недостающие для реализации трудовых функций знания, навыки, которые можно использовать на практике, 76,9 % респондентов ответили утвердительно.

Среди негативных моментов, опрошенные работники отметили, что курсы повышения квалификации имеют в большей степени, по их мнению, теоретическую направленность; отметили недостаточное методическое обеспечение программ (раздаточные материалы, пособия, в т. ч. на электронных носителях); в недостаточной мере используемые в методике преподавания такие интерактивные формы обучения, как деловые игры, анализ конкретных ситуаций и мастер-классы.

Однако данная оценка имеет и обратную сторону, а именно – какое влияние оказывает непосредственный руководитель на эффективность использования знаний, которые приобрели его подчиненные. Среди ответов респондентов исследования были выделены комментарии, которые указывали на то, что применение новых подходов у них на предприятии не приветствуется (15%). Кроме этого, со стороны непосредственных руководителей работники не получают поддержку в части необходимости обучения вообще как такового. Отношение некоторых руководителей к обучению своих работников варьируется от «неодобрительного» и «скептического», до «безразличного» (17,3%).

Поэтому, подводя итог вышесказанному, хотелось бы отметить, что оценка эффективности обучения будет только в том случае объективной, когда в этот процесс будут включены непосредственные руководители работников, которые проходят (прошли) обучение. За позитивные изменения в исполнении работы после обучения отвечает не только человек, прошедший обучение, но и непосредственный руководитель, осведомленный по поводу того, какие навыки и информацию получит его подчиненный в результате обучения и как это можно использовать и применить на практике.

Литература

1. Беляцкий, Н. П. Бизнес-лидерство [Текст] : учебное пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск : Амалфея, Мисанта, 2016. – 248 с.
2. Иванова, С. В. Развитие потенциала сотрудников: профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации [Текст] / С. В. Иванова [и др.]. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 280 с.

6 СЕКЦИЯ. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 657.1.04.56

Беликова Е. Г., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь

ОБЛАЧНАЯ БУХГАЛТЕРИЯ

В современном мире информационные IT-технологии развиваются значительно быстрее, чем практика бухгалтерского учета. В то же время, рано или поздно, любые изменения в сфере информационных технологий найдут свое отражение в практике бухгалтерского учета. Так, все большую популярность приобретают облачные технологии.

На рост роли облачных технологий нацелена государственная политика Республики Беларусь. Указ Президента Республики Беларусь от 23.01.2014 N 46 (ред. от 31.12.2015) "Об использовании государственными органами и иными государственными организациями телекоммуникационных технологий" регламентирует создание G-Cloud (государственного облака) – республиканскую платформу, действующую на основе технологий облачных вычислений, для размещения программно-технических средств, информационных ресурсов и информационных систем государственных органов, иных государственных организаций, а также хозяйственных обществ. В соответствии с этим документом первый инфраструктурный оператор beCloud определен оператором республиканской платформы, действующей на основе технологий облачных вычислений. В настоящее время beCloud уже реализует пилотный проект по миграции в облако информационных систем Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь.

Сегодня в бухгалтерском учете организаций операции учета и контроля проводятся с применением специальных программ. При этом многие сотрудники организаций работают удаленно, отправляя информацию через интернет. Для того чтобы сдать отчет или занести информацию в общую базу данных, программное обеспечение не всегда нужно устанавливать на мобильном устройстве или компьютере. Притом, не все сотрудники могут и обязаны разбираться в тонкостях работы программного обеспечения. Именно здесь и приходят на помощь так называемые «облачные технологии».

Облачные технологии – это оперативное средство ведения бизнеса, заметно снижающее расходы на капитальные вложения в оборудование и программное обеспечение. Вдобавок к этому, процесс ведения, например, бухгалтерской отчетности с помощью использования «облаков» ощутимо упрощается и актуализируется. Облачные технологии бухгалтерского учета дают возможность автоматизировать задачи, с которыми (намного медленнее) справляется человек.

Разработчики бухгалтерских программ сегодня предлагают возможность вести учет через интернет. Уже сейчас реализованы облачные технологии у фирмы «1С» в «1С:Бухгалтерия предприятия 8» редакция 3, которая является весьма удобным способом работы с программой вне зависимости от того, какое оборудование для этого используется и какая именно операционная система на нем установлена.

Так, для того чтобы получить доступ к программе через мобильное устройство, потребуется установить на него любой из существующих интернет-браузеров. Сервер облачных технологий обладает всем комплексом свойств, которые обеспечивают его эффективную и оперативную работу, в том числе:

- наличие мобильной версии, позволяющей масштабировать программу на любом устройстве;

- высокая устойчивость к отказам в работе оборудования;
- эффективное взаимодействие с базами данных;
- условия для хранения большого числа прикладных решений;
- настройки облачных технологий позволяют усиливать отдельные функции программы по желанию пользователя.

Можно выделить следующие преимущества бухгалтерского учета через облачный сервис:

- Возможность доступа к информации с любого авторизованного устройства. К примеру, если ведение бухгалтерии осуществляется удаленно, не нужно сложных схем с удаленным доступом к рабочему столу.
- Гораздо более высокий уровень безопасности. Физически расположенный на предприятии сервер всегда можно изъять, провести хакерскую атаку и т. п. Облачный же сервер защищен лучше, чем сервер компании, а данные на нем – полностью зашифрованы. Облачные технологии бухгалтерского учета гарантируют обмен информацией через защищенные интернет-каналы.
- Бесперебойная работа. Это значит, что руководитель бизнеса или бухгалтер может получить доступ к необходимой информации не только в любое время, но и из любой точки мира, где есть Интернет и скоростное подключение.
- Полная конфиденциальность. Данные на сервере шифруются, и это делает их совершенно нечитаемыми без знания вашего пароля доступа. А потому даже владелец облачного сервиса не может прочитать хранимую на сервере информацию.
- Все необходимые функции. Облачный учет позволяет генерировать формы отчетности и выполнять все необходимые для современного предприятия функции. Новейшие онлайн-сервисы оказывают помощь не только в работе по подсчету доходов, расходов и других финансовых операциях, но также в анализе имеющихся данных. Функциональность таких приложений с каждым годом увеличивается, а качество предоставления услуг совершенствуется.
- Быстрая обработка данных. Все вычисления производятся на оборудовании сервис-провайдера, расположенном в дата-центре «StoreData», а это значит, что нет необходимости покупать дорогостоящее оборудование для установки бухгалтерских и других бизнес программ и потом тратить средства на его обновления и модернизацию. Очень удобно решен вопрос резервного копирования бухгалтерской информации, что позволило снизить издержки на оборудование для резервного копирования данных. Всю документацию можно без проблем печатать не переживая о совместимости оборудования. Печать из облачного приложения работает на абсолютном большинстве принтеров и многофункциональных устройств без каких-либо дополнительных настроек.

Таким образом, распространение онлайн-сервисов только растет. Будущее как бухгалтерских услуг, так и бухгалтерий предприятий – в облаках.

Литература

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oac.gov.by/ikt/regulator/analysis.html>. – Дата доступа: 26.09.2018
2. Новацкий, Г. А. Использование IT в управлении предприятием / Г. А. Новацкий. – 2008. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/department/se/devis/9/3.html>.
3. Разумников, С. В. Моделирование оценки рисков при использовании облачных ИТ-серверов / С. В. Разумников // Фундам. исслед. – 2014. – № 5. – С. 39–4.
4. Шакель, Н. В. Юридические аспекты использования облачных технологий / Н. В. Шакель // Журн. международного права и междунар. отношений. – 2014. – № 4. – С. 3–7.

Бычкова К. В., студентка 4-го курса,
Тихоненко А. Н., студентка 4-го курса,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Торговля, потребительский рынок и их состояние относятся к числу глобальных социально-экономических параметров, характеризующих степень развития экономики страны.

Торговля – это хозяйственная деятельность, которая обеспечивает обращение товаров, их движение из производства в сферу потребления, таким образом характеризуя хозяйственную деятельность по обороту, купле и продаже товаров. Согласно стандарту Республики Беларусь торговля – вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

В последние годы в Беларуси отмечается заметный рост количества торговых и бизнес-центров, гостиниц и объектов общепита.

Существуют несколько форм торговли: оптовая, розничная и торгово-производственная деятельность. Розничная торговля осуществляется через торговые объекты (магазин, павильон, киоск, палатку, лоток, торговый автомат, автолавку, автомагазин) на основании заключаемых договоров розничной купли-продажи. Торговля с использованием автоматов (вендинг) – одна из форм осуществления розничной торговли.

Вендинговый бизнес – бизнес, суть которого в том, чтобы продать как можно больше товаров и услуг через торговые автоматы.

В настоящее время он еще совершенно новый, но достаточно популярный. Такой бизнес очень рентабельный и имеет различные возможности, аппараты работают в автоматическом режиме и поэтому не требуют особого присмотра. Современный вендинговый бизнес в Беларуси – это самое новое и мобильное оборудование, причем возможности и опции не ограничены.

Такой форме розничной торговли, как вендинг, отдают предпочтение и представители малого бизнеса, и крупные ритейлеры: ведь установка такого аппарата позволяет получить серьезный доход, не затрачивая средства на продвижение данного вида услуг. Однако, если начинать заниматься торговыми аппаратами от лица фирмы (ООО) или индивидуального предпринимателя (ИП), стать которым не составит труда начинающему бизнесмену, то лучше сразу отметить, что с ИП старт немного проще и быстрее, а также не требует больших финансовых вложений, можно не открывать счет в банке, а все платежи проводить через сберкасса или банки, которые оказывают услуги населению [1].

В этом случае стоит учесть тот факт, что в соответствии с п. 2 Указа Президента Республики Беларусь от 18.06.2005 № 285 «О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности» для занятия предпринимательской деятельностью в качестве индивидуального предпринимателя гражданин вправе использовать для производства и (или) реализации товаров, а также выполнения работ, оказания услуг одновременно в совокупности не более четырех торговых объектов [2].

И так как торговые автоматы относятся к торговым объектам, то индивидуальный предприниматель может использовать только четыре автомата. В таком случае, при желании расширить деятельность необходимо зарегистрировать фирму. т. к. для организаций законодательством ограничений не установлено.

Все вендинговые автоматы можно разделить на несколько типов:

1. **Продукты питания.** Самый популярный и востребованный тип вендинговых автоматов. Тут можно приобрести такую продукцию, как кофе, напитки, шоколадки, конфеты и др.
2. **Штучные товары.** Вторые по популярности торговые автоматы, которые продают небольшие товары. Чаще всего они направлены на изделия быстрой необходимости или одноразовые товары, которые внезапно могут пригодиться.
3. **Услуги.** Внешний вид вендинговых автоматов, которые предоставляют услуги, отличается от торговых аппаратов, реализующих товары. Это могут быть, например, массажные кресла самообслуживания, фотобудки, которые часто устанавливают в торговых центрах. В Беларуси у этой сферы нет конкурентов, поэтому предприниматели могут хорошо на этом заработать, если занять свою нишу.
4. **Игровые устройства.** Это устройства, которые монтируют в развлекательных заведениях (караоке, музыкальные ящики, танцевальные игровые площадки), и автоматы с игрушками [3].

При открытии вендингового бизнеса самыми главными и крупными статьями затрат являются покупка оборудования и аренда площади. Стоимость аренды в основном зависит от месторасположения аппарата и проходимости места. Существуют заведомо прибыльные места: большие торговые центры, аэропорты, вокзалы, вузы, АЗС, то есть все места большого скопления людей или частого посещения. Что касается ставок аренды, то в России, Европе и Америке площади под автоматы арендодатели выделяют на безвозмездной основе, осознавая, что вендинговые машины – это дополнительный сервис для клиентов. В Беларуси арендные ставки варьируются от 100 до 600 EUR за 1 м² [4]. По статистике, в развитых странах на 10 тыс. человек приходится 300-400 торговых автоматов. В Беларуси – около 4-х. Так же дело обстоит в России и в Украине. На данный момент в Беларуси насчитывается порядка 2,5 тысяч штук. Этот показатель наилучшим образом характеризует перспективы развития вендингового бизнеса в нашей стране.

Второе достоинство бизнеса на вендинговых автоматах – его высокая ликвидность. Всегда и в любое время найти покупателя на торговый автомат не составит труда. Таким образом, продать часть автоматов или весь бизнес целиком достаточно легко.

Третье достоинство – простота и легкость в освоении и ведении такого бизнеса. При наличии специалиста по ремонту автоматов самому предпринимателю не требуется каких-либо специфических знаний. На приобретение и коммерческую эксплуатацию автоматов не предусмотрено лицензирование или сертификация. Однако торговля отдельными категориями товаров все же требует оформления лицензий и соответствующих документов.

Наряду с неоспоримыми достоинствами вендинговый бизнес обладает и весьма специфическими недостатками.

В первую очередь это высокая стоимость самих аппаратов. Экономить, приобретая бывшие в употреблении автоматы, не получится. С большой долей вероятности вся прибыль будет уходить на их ремонт и техническое обслуживание. Так же нужно учитывать, что уровень прибыли с одного аппарата будет недостаточен в сравнении с затратами по его покупке, установке и обслуживанию. По оценкам специалистов, ми-

нимальное количество автоматов, которое позволит получать ощутимую прибыль — 10. Для расширения бизнеса необходимо приобрести автомат, выбрать точку, арендовать площадь и запустить процесс продажи. Стоит также отметить, что почти все автоматы легко адаптируются к продажи одних товаров на торговлю другими, аналогичными. Кофейный автомат может продавать несколько видов кофе и чая.

Во вторую очередь, срок окупаемости. Он равняется, в среднем, одному году для кофе-машин. А в Беларуси срок доходит до 3–3,5 лет. И может даже превышать такие цифры для «снековых» машин, торгующих фасованной продукцией. В отечественных условиях получается очень низкорентабельный бизнес, поскольку подобная техника стоит дороже обычных кофейных автоматов и требует наличия склада продукции. Кроме того, сказывается низкая, по сравнению с Америкой и Европой, платежеспособность населения. Сократить срок не предоставляется возможным, даже если автоматы расположены в удачном месте и обязанности по их обслуживанию и ремонту предприниматель будет выполнять самостоятельно.

Последним недостатком можно считать то, что все производство вендинговых автоматов сосредоточено за рубежом. Колебания курса доллара и евро напрямую влияют как на стоимость новых автоматов, так и на цену запчастей и расходных материалов для них [5].

Существуют некоторые риски, с которыми на определенном этапе сталкивается практически каждый предприниматель:

Прежде всего, это достаточно высокая вероятность того, что автомат будет поврежден хулиганами или даже украден. Чтобы минимизировать этот риск, нужно добиться включения в договор аренды пункта о том, что учреждение, на территории которого располагается устройство, несет ответственность за его сохранность. Необходимо отметить, что на такие условия соглашается далеко не каждый арендодатель. Если это крупный торговый центр, в штате которого есть охрана, то вполне вероятно, что его владельцы согласятся с таким требованием. Но большинство учреждений стараются избежать подобной ответственности. В этом случае предпринимателю не остается ничего другого, как оформить договор страхования, в котором прописывается выплата компенсации за умышленное повреждение или кражу оборудования.

Также нужно быть готовым к тому, что в летний период уровень продаж понижается. Это связано с тем, что большинство людей уезжают на отдых, а студенты на каникулы. Кроме того, если речь идет о горячих напитках или еде, то спрос на них несколько меньше в теплос время года.

Не исключено также появление новых конкурентов. Чтобы минимизировать эти риски, предпринимателю рекомендуется постоянно улучшать качество своих услуг и по возможности расширять ассортимент [6].

В заключение можно отметить, что вендинговый бизнес при разумном подходе может принести значительную прибыль без излишних затрат. Главное – тщательно продумать все нюансы дела.

Литература

1. С чего начинать в вендинге? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://infovend.ru> – Дата доступа: 02.10.2018.
2. Инспекции Министерства по налогам и сборам по областям и г. Минску: справочник плательщика [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/voprosy-otvet/view/vopros-individualnyj-predprinimatel->

- osuschestvlyaet-roznichnuju-torgovlju-pri-etom-k-osuschestvleniju – Дата доступа: 02.11.2018.
3. Вендинг в 2018 году: что это, виды автоматов, как начать свой бизнес [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kompanion.online/biznes-termimi/vending> – Дата доступа: 02.10.2018.
 4. Вендинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/vending-13102> – Дата доступа: 02.10.2018.
 5. Как создать вендинговый бизнес [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://выгодный-вклад.рф/biznes-plan/torgovlya/vendingovyj-biznes.html> – Дата доступа: 02.10.2018.
 6. Вендинговый бизнес: подробный бизнес-план [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://izibizi.ru/vendingovyj-biznes-podrobnyj-biznes-plan.html> – Дата доступа: 02.10.2018.

УДК 330.46

Веренич А. Д., аспирант,
Белорусский государственный университет,
г. Минск, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ АДАПТИВНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Стремительное развитие информационных технологий является основным драйвером революционных изменений, которые поспособствуют формированию адаптивных систем управления сбытом и цифровизации управления цепями поставок, трансформация которых выражается в увеличении скорости материального потока, а также интенсивности и сложности информационного потока.

Внедрение современных технологических решений, которые уже сегодня доступны организациям розничной торговли в Республике Беларусь, позволит обеспечить значительные конкурентные преимущества и удовлетворять все потребности современного покупателя.

Разнообразие и количество цифровых услуг и возможностей постоянно и стремительно увеличивается. Уже сегодня передовые организации розничной торговли используют технологические решения, которые формируют потребительские предпочтения и меняют требования покупателей к розничной торговле. Так, например, товарооборот товаров и услуг в электронной коммерции Республики Беларусь вырос на 25% в 2017 году. Более того, число мобильных платежей с использованием карт, включая платежи через приложения, выросло в 2,3 раза по сравнению с предыдущим годом. Также вдвое выросла сумма всех мобильных онлайн-оплат [3].

По оценке участников рынка, в 2017 году белорусы потратили на товары и услуги в интернете более \$520 млн. В общем объеме розницы это 2,8%. Для сравнения, в Украине онлайн продается 3% от всех товаров, в России – 4% [3].

В 2017 году в России доля регулярных онлайн-покупок посредством смартфона выросла с 36% 2014-го года до 63% [1]. Покупатели старшего возраста предпочитают делать покупки в интернете посредством наиболее традиционного инструмента – компьютера. Однако молодые покупатели, в основном, используют мобильные устройства.

Сайты организаций розничной торговли уступили прошлогодние позиции основного источника потребительской информации о товаре, определяющей решение о покупке социальным сетям и отзывам покупателей: показатель снизился с 54% до 21% [1].

Доля международных онлайн-ритейлеров продемонстрировала уверенный рост и в 2017 году достигла 33% покупок среди российских потребителей [1]. Чтобы вырваться вперед, российские организации розничной торговли должны обеспечить хотя бы такое же конкурентоспособное качество обслуживания или даже лучше, чем у глобальных лидеров отрасли.

Использование современных информационных технологий в сфере розничной торговли влияет на поведение покупателей, меняя их предпочтения. Среди основных областей, в которых привычки покупателей изменились наиболее заметно, можно выделить следующие:

1. Возможность выбора способа совершения покупки. Покупателю на сегодняшний день важно как иметь возможность ознакомиться с ассортиментом магазина и характеристиками товара не выходя из дома, так и иметь возможность посетить магазин с целью изучения товара. Частота совершения онлайн-покупок с каждым годом увеличивается. Офлайн-продажи все еще превышают объемы реализации товаров в интернете, однако онлайн-торговля уже составляет значительную долю рынка.
2. Использование смартфона для совершения онлайн-покупок. Все большее число покупателей осваивает смартфон в качестве инструмента для совершения покупки. Использование мобильных приложений позволяет покупателям знакомиться с ассортиментом магазина и отзывами на определенный товар, а также совершать покупки в любое удобное время и участвовать в бонусных программах магазина.
3. Влияние социальных сетей на выбор покупателя. Потребители стали активнее пользоваться социальными сетями и мобильными приложениями, а также выше ценить отзывы и обзоры других покупателей.
4. Снижение уровня удовлетворенности покупателей от посещения магазина. Привыкшие к высокому уровню сервиса в онлайн-магазинах потребители становятся более требовательными и ожидают такого же качества обслуживания в обычных магазинах. В том числе, персонализированных предложений и «бесконечных» запасов на полках.

Проведенный анализ предпочтений современных потребителей позволяет выделить перечень направлений, по которым следует развиваться организациям розничной торговли с целью привлечения покупателей.

1. Омниканальность. Поскольку покупатели пользуются как онлайн, так и офлайн-каналами в процессе совершения покупки, основной задачей организаций розничной торговли должно стать обеспечение многоканального обслуживания для потребителя посредством предоставления информации о наличии в магазине, обеспечения «бесконечных» запасов на полке, а также удобных способов доставки.
2. Мобильные приложения. Организации розничной торговли должны обратить внимание на развитие удобных мобильных платформ для потребителей, так как большинство современных покупателей совершают покупки посредством мобильных устройств.
3. Социальные сети. При выборе товара большинство потребителей ориентируются на отзывы и обсуждения в социальных сетях, нежели на информацию, представленную на сайте организации розничной торговли. Важно следовать данной тенденции и общаться с потребителями в различных социальных сетях, с помощью которых организации розничной торговли могут привлечь новых клиентов, повысить уровень осведомленности о бренде и качество обслуживания.

4. Повышение качества оказываемых услуг с помощью использования современных информационных технологий, использование которых направлено на возможность для покупателей быстрой проверки наличия товара в другом магазине, получения персональных предложений, предоставление виртуального знакомства с товарами и услугами.

Компании должны реагировать на новые привычки потребителей, меняя соответствующим образом направление своих приоритетов и инвестиций. Таким образом, компаниям следует уделять больше внимания динамике продаж через смартфоны, а также впечатлениям покупателей от посещения магазинов. В то же время необходимо обеспечивать сквозное многоканальное обслуживание, так как традиционные магазины все еще остаются основным местом совершения покупок.

Литература

1. Бахарев, И. Онлайн атакует: исследование покупательских предпочтений отPwC / И. Бахарев // E-pepper.ru – нишевый информационный онлайн-ресурс, посвященный электронной коммерции в России [Электрон. ресурс]. – 2018. – № 1. – Режим доступа : <https://e-pepper.ru/news/onlayn-atakuet-issledovanie-pokupatelskikh-predpochteniy-otpwc.html?fbclid=IwAR2pnwXczLajWQLQJOzBIu-HlzgBmwtk3--pOUYn60ckboMq0g39TntvpaNU>. – Дата доступа: 09.10. 2018.
2. Зайцев, Ю. Ритейл без использования цифровых инструментов непривлекателен в глазах клиентов // RETAIL&LOYALTY. Журнал о рознице и инновациях. – 2017. – № 8(71) – С. 24.
3. Топ-4 технологии для ритейла в 2017 году [Электрон. ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://belretail.by/article/top-tehnologii-dlya-riteyla-v-godu> – Дата доступа: 07.03.2018.
4. Федосеева, К. Н. Место и роль интернет-технологий в современной экономике / К. Н. Федосеева, О. В. Бойченко // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества: сборник трудов по материалам II научно-практической конференции. Филиал ФГБОУ ВО «КГМУ» в г. Феодосия. – 2017. – С. 195–199.

УДК: 658.849

Войтович Н. В., к. э. н., доцент кафедры маркетинга,
Львовский национальный университет ветеринарной медицины
и биотехнологий имени С. З. Гжицкого, Львов, Украина

Гриновец Н. В., магистр,
Львовский национальный университет ветеринарной медицины
и биотехнологий имени С. З. Гжицкого, Львов, Украина

Кыцман И. И., магистр,
Львовский национальный университет ветеринарной медицины
и биотехнологий имени С. З. Гжицкого, Львов, Украина

ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В АГРОБИЗНЕСЕ

Введение. Формирование информационного общества привело к выходу информационно-коммуникационных технологий на новый уровень, позволяющий решать сложные экономические задачи как для отдельных коммерческих структур, так

и в общегосударственном масштабе. При этом значительная часть экономики бизнеса становится электронной и перемещается в глобальную среду Internet.

Одним из средств осуществления и поддержки процессов информатизации в экономической среде является интернет-торговля, позволяющая максимально эффективно осуществлять коммерческие операции, оперативно реагировать на изменения рынка товаров и услуг, расширять сферы воздействия коммерческих субъектов и усиливать их конкурентные преимущества.

Анализ последних исследований и публикаций. Интернет стал неотъемлемой частью ведения коммерческой деятельности, способной влиять на мировую экономику. На современном рынке сохранить конкурентные позиции удается лишь тем предприятиям, которые постоянно развиваются и используют новые технологии. Применение информационно-коммуникационных технологий в сфере торговли во многом определяет успешность развития торговой организации [9, с. 75].

Разработки зарубежных авторов [1–4] по внедрению инновационных средств информационных коммуникаций остаются передовыми. Немалый вклад в практическую сторону вопросов внедрения средств интернет-торговли внесли отечественные ученые.

Большинство авторов [6–7, 11] в своих работах изучают основные направления развития и использования систем электронной коммерции и рекомендуют показатели, которые могут использоваться для оценки эффективности создания и внедрения, функционирования и стоимостного оценивания систем электронной коммерции и существенно отличаются от комплекса аналогичных групп показателей, которые используются в традиционных формах торговли.

В трудах Денисенка Е. [5] и Фоминой Ю. [10] речь идет об информатизации агропромышленного комплекса (АПК) в целом и создании единого электронного рынка сельскохозяйственной продукции.

Результаты исследования. Сейчас все больше компаний начинают использовать Internet для обмена информацией и оптимизации работы с клиентами. Самой распространенной формой присутствия в сети является создание сайта (Web-представительства). Потребитель получает из рекламных баннеров сайта и коммерческих и деловых изданий много полезных Web-адресов, где можно узнать цены или заказать товар. Такой способ передачи сообщений потенциальным клиентам эффективнее обычных средств коммуникации, где указывают почту, телефон, факс. С помощью таких обязательных элементов, как интерфейс или навигация, клиент может самостоятельно выбрать необходимую для изучения информацию. Сайт является дополнением к рекламной кампании, обеспечивает возможность обратной связи и интерактивной работы с аграрными предприятиями.

Одной из перспектив внедрения самых распространенных коммерческих моделей интернет-торговли в сфере B2C является Internet-магазин. Internet-магазин (электронный, виртуальный, e-shop) представляет собой специализированный Web-сайт (каталог), который принадлежит фирме-товаропроизводителю, торговой фирме и т. д. и предназначен для продвижения потребительских товаров на рынке, увеличение объемов продаж, привлечения новых покупателей.

Internet-магазин – магазин, обладающий собственным складом с наличием реальных товарных запасов. Для автоматизации магазина лучше всего выбрать торговую Internet-систему, которая интегрируется с автоматизированной системой управления предприятием.

Характерной чертой Internet-магазина является полная автоматизация системы обработки заказов, благодаря чему можно работать индивидуально с каждым зарегистрированным клиентом.

Основными требованиями, предъявляемыми пользователями к Internet-магазину являются:

- понятный интерфейс и удобная система навигации по магазину;
- удобная система ссылок, которая позволяет оптимальным способом получить необходимую пользователю информацию;
- минимальное количество действий пользователя для совершения покупки.

Для аграрных предприятий разработаны сотни полезных сайтов, программное обеспечение и приложения. Например, *Agricultural Web Services* (AWS) – подразделение *Dominion Enterprises* – в 2010 г. запустил мобильный сайт для дилеров сельскохозяйственного оборудования. AWS является составной частью организации *Commercial Web Services* и ведущей компанией по предоставлению технологического обеспечения в сети Интернет для отрасли сельскохозяйственного оборудования. Мобильные сайты AWS разработаны с возможностью сотрудничества с каждым дилерским сайтом, предоставляя мобильным пользователям оптимальный опыт приобретения продукции:

- 1) веб-сайты для заключения сделок продажи;
- 2) веб-сайты для распространения информации;
- 3) веб-сайты для заключения сделок продажи и распространения информации.

На аграрных веб-сайтах можно получить консультации по вопросам ценообразования, консультации по товарным рынкам сельскохозяйственной продукции, бизнес-планы и экономические обоснования проектов, исследования рынков сельскохозяйственной продукции и пищевой промышленности.

Наличие веб-сайтов по отдельным отраслям по производству продукции сельского хозяйства или пищевой промышленности является значительным шагом к информатизации экономики. Появление новых площадок способствует развитию рынка и конкуренции, повышает адекватность рыночной политики и представляется чрезвычайно полезным и перспективным в сфере агробизнеса.

Преимуществом рассмотренных особенностей функционирования Internet-магазина является возможность получения оперативной информации о деятельности предприятия, ассортименте товаров и услуг, осуществлении эффективного электронного взаимодействия с партнерами, поставщиками, клиентами.

Основными конкурентными преимуществами интернет-торговли являются:

- ☞ рост конкурентоспособности предприятия за счет уменьшения операционных расходов (расходов на организацию бизнеса, рекламу и продвижение товара (услуги), на обслуживание клиентов, поддержку коммуникаций, уменьшение затрат времени на взаимодействие с клиентами и деловыми партнерами, расширение до- и послепродажной поддержки);
- ☞ расширение и глобализация рынков;
- ☞ персонализация взаимодействия:
 - с помощью информационных сетей фирмы могут получать подробную информацию от каждого клиента и автоматически предоставлять товары и услуги по массовым рыночным ценам;
- ☞ изменения в инфраструктуре из-за уменьшения доли или полного исключения материальной инфраструктуры (здания, сооружения), сокращения количества персонала, уменьшения количества посредников;

☞ создание новых продуктов и услуг, например, службы электронной поставки и поддержки, предоставление справочных услуг, услуг по установке контактов между заказчиками и поставщиками и тому подобное [8, с. 161].

Выводы. Определено, что Web-сайт для аграрного предприятия является не только способом передачи сообщений потенциальным клиентам, но и дополнением к рекламной кампании обеспечивает возможность обратной связи и интерактивной работы с данным предприятием.

Установлено, что Internet-магазин (электронный, виртуальный, e-shop) является одной из самых распространенных коммерческих моделей электронной торговли в сфере B2C, предназначенной для продвижения потребительских товаров на рынок, увеличения объемов продаж, привлечения новых покупателей.

Таким образом, использование предприятиями современных инновационных средств интернет-торговли позволит укрепить позиции на рынке и увеличить прибыль.

Литература

1. Global Internet and E-Commerce Trends 2010 [Text]. – GmbH&Co.KG, 2010. – 251 p.
2. Sikander, J. B. A Prescriptive Architecture for Electronic Commerce and Digital Marketing [Text] / J. B. Sikander, V. O. Sarma. – Microsoft Ltd, 2010. – 98 p.
3. Liang, Y. Research and Design of a Grid Based Electronic Commerce Recommendation System [Text] / Y. Liang, G. Nie // Journal of theoretical and applied electronic commerce research. – 2010. – Vol. 5, № 1. – P. 71–80. doi:10.4067/s0718-18762010000100007.
4. Ahamed, S. S. R. Modes of electronic commerce: real issues and cases [Text] / S. S. Riaz Ahamed // Computer Sciences and Telecommunications. – 2010. – № 5. – P. 10–20.
5. Денисенко, Е. Больше, чем магазин [Текст] / Е. Денисенко // Эксперт Северо-Запад. – 2012. – № 11. – С. 26–28.
6. Копішинська, О. П. Перспективи впровадження технологій електронної комерції в аграрному секторі економіки України [Текст] / О. П. Копішинська, А. В. Калініченко, В. М. Калініченко // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. – 2008. – № 7. – С. 9–13.
7. Одарченко, А. М. Дослідження перспектив впровадження електронної торгівлі в умовах м'ясопереробного підприємства [Текст] / А. М. Одарченко, К. В. Сподар, Є. Б. Соколова // Математические методы, модели и информационные технологии в экономике. – 2015. – № 1/5(21). С. 99–101.
8. Тягунова, Н. М. Интернет-торгівля: сутність та особливості / Н. М. Тягунова, М. Ю. Гудзенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – № 3. – С. 160–162.
9. Федулова, Л. І. Передумови формування інформаційнотехнологічної інфраструктури торговельних підприємств / Л. І. Федулова, Д. Б. Кучер // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. – № 1. – С. 73–86.
10. Фомина, Ю. А. Электронная система товарного рынка для сельского хозяйства [Текст] / Ю. А. Фомина, Э. В. Фомин // Journal of Institutional Studies. – 2011. – Т. 3. – № 2. – С. 104.
11. Электронная коммерция в Украине [Электронный ресурс] // Gemius. – Режим доступа: \www/URL: [http:// gemius.com.ua/ua/raporty/2017](http://gemius.com.ua/ua/raporty/2017).

Мазаник А. В., Еманова Д. С., студенты 4-го курса,
специальность «Коммерческая деятельность»,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современной экономике все большую роль играют организации, позиционирующиеся во «всемирной паутине» и осуществляющие свою деятельность при использовании информационных технологий. Одной из разновидностей таких организаций является интернет-магазин, или предприятие электронной коммерции.

В узком и технологическом смысле под электронной коммерцией понимается использование сетевых и информационных технологий для организации процесса купли-продажи, однако в настоящее время ее возможности вышли далеко за сложившиеся границы и охватывают все аспекты бизнеса.

Электронная коммерция предполагает существенное преобразование «традиционных» форм предпринимательства. Информационные и интернет-технологии формируют новую внутреннюю культуру бизнеса, способность быстрой адаптации бизнес-модели и стратегии к меняющимся условиям хозяйственной деятельности и новым возможностям, являются ключевыми факторами успеха предприятия в быстро меняющихся условиях интернет-экономики.

Опираясь на опыт зарубежных стран, в первую очередь Германии, можно заключить, что предприятия, основу бизнес-процессов которых составляют информационные технологии, относятся к технологически ориентированным (Innovations-orientierte). Они характеризуются высокими показателями затрат на НИОКР, освоение новых технологических процессов, продвижение и сбыт продукции.

В то же время обзор белорусского рынка электронной коммерции позволяет сделать вывод, что ситуация с использованием на отечественных предприятиях информационных технологий является неоднозначной: с одной стороны, наблюдается значительный рост затрат на информатизацию, с другой – непонимание принципов построения информационной системы значительно снижает эффективность ее функционирования. Реализация задач в области управления информацией не всегда приводит к получению предприятием дополнительных конкурентных преимуществ и росту прибыли.

Учитывая значимость информационных технологий и их высокую стоимость, предприятие должно иметь план внедрения и использования таковых в своей деятельности – стратегию информатизации.

Рассмотрение процесса информационного развития со стратегических инновационных позиций позволяет раскрыть эффект от внедрения современных информационных технологий. Под инновационной стратегией информатизации следует понимать систему мероприятий, направленных на создание условий для перспективного развития предприятия за счет внедрения новых информационных технологий.

В основе разработки инновационной стратегии информатизации находится оценка текущего состояния предприятия и исследование его экономических возможностей – будущих характеристик инновационного потенциала, устойчивости развития.

Выделим основные структурные различия в потенциалах традиционного предприятия и предприятия электронной коммерции: основой развития традиционного предприятия является физический капитал, то есть основные средства и оборотные

активы: у предприятий электронной коммерции на первый план выходят такие составляющие ведения бизнеса, как управление нематериальными активами, развитие технологий и кадрового потенциала.

Подобная трансформация позволяет высвободить капитал, сконцентрированный в физических активах, и направить его на формирование бренда, накопление нематериальных активов, привлечение потребителя и другие процессы, обеспечивающие лидерство в отрасли. Стоит также отметить, что в определение «товар предприятия электронной коммерции», помимо материальных компонентов, необходимо вкладывать такие составляющие, как уровень сервиса, скорость доставки и методы удержания потребителя, то есть понятие товара электронной коммерции является более широким.

Значительные возможности по совершенствованию деятельности предприятия электронной коммерции имеются в области интеграции всех компонентов его предпринимательской деятельности в единое информационное электронное пространство – в результате информатизации возможности предприятия выйдут за границы его непосредственного присутствия – интеграция с поставщиками и партнерами фактически объединит партнеров по бизнесу в единый кластер. Усиление информационного взаимодействия между предприятиями положительно скажется на эффективности их бизнес-процессов и общей инновационной привлекательности, в частности, появятся возможности для распространения технологий, информации, навыков, единой маркетинговой политики.

На рисунке 1 представлена схема информатизации предприятия электронной коммерции. На схеме отмечены два ключевых направления реализуемой на предприятии стратегии информатизации. Заштрихованными линиями выделены новые связи между предприятием и его партнерами.

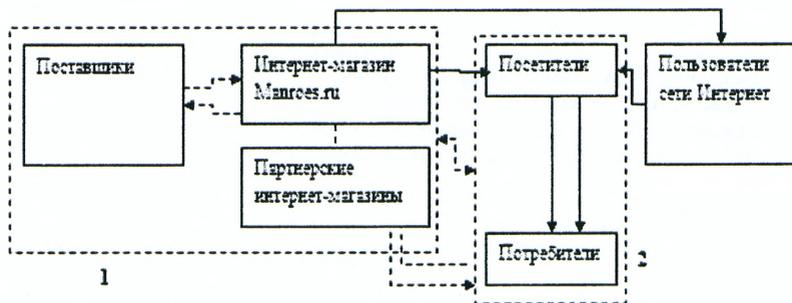


Рисунок 1 – Схема информатизации предприятия электронной коммерции [1]

Единое информационное пространство строится на основе взаимодействия внутренней информационной сети предприятия (интранет), повышающей эффективность взаимодействия сотрудников, оптимизирующей процессы планирования и управления, и внешнего виртуального центра (экстранет), отвечающего за взаимодействие с партнерами, поставщиками и клиентами.

Первый блок представляет собой создание единого информационного пространства между предприятием и его контрагентами (поставщиками и партнерскими магазинами).

В результате создания единого информационного пространства предприятие приобретает возможность пользоваться следующими преимуществами:

- сокращение времени принятия решений и как следствие, снижение размера транзакционных издержек;
- сокращение числа ошибочных решений;
- сокращение необходимого для функционирования предприятия персонала за счет автоматизации бизнес-процессов;
- возрастание скорости обнаружения ошибок в процессах предприятия и, как следствие, рост качества управления предприятием.
- рост эффективности бизнес-процессов, связанных с работой склада, в том числе: сокращение количества неликвидов, увеличение производительности работы склада, расширение ассортимента за счет широкой базы поставщиков, а также возможность более гибкой ценовой политики за счет их диверсификации.

Следующий блок представляет собой усиленную информационными технологиями систему взаимоотношений с посетителями и потребителями.

При грамотной организации взаимоотношений с клиентами они становятся перманентным источником данных о рынке, тенденциях его развития, а также о потребностях, в удовлетворении которых существует необходимость. Потребители могут не только служить «системой раннего оповещения» о возникающих потребностях и технологических тенденциях, они способны также помочь в создании концепции новых товаров и процессов.

Применение информационных технологий присутствует практически во всех аспектах деятельности предприятия электронной коммерции. А всесторонняя реализация возможностей электронной коммерции достижима при условии разработки инновационной стратегии развития, в основе которой будет находиться информатизация ключевых бизнес-процессов предприятия.

Литература

1. Балабанов, И. Т. Электронная коммерция. – СПб: Питер, 2016.
2. Юрасов, А.В. Электронная коммерция. – М.: Дело, 2006.
3. Гридасов, А. Ю. Информационные технологии в экономике и управлении / А. Ю. Гридасов, А. Г. Ивасенко, В. А. Павленко – М.: КОНКУРС, 2017.

UDC 353.5:339.138

Ulyana Petrynyak,

PhD Department of Management,

Faculty of Economics and Management,

National Academy of Public Administration the President of Ukraine, Lviv,

e-mail: ulyana1234@ukr.net

TERRITORY MARKETING IN THE REGIONAL DEVELOPMENT MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. In this article analysed the organizational-functional, theoretical and methodological principles of marketing of territories in the management system of the development of the region. The essence of marketing of the territory explored and the main directions of using marketing tools in this aspect are substantiated. The factors of the territory's competitiveness are identified, the marketing tools of influence on the investment attractiveness of the region were determined.

Key words: management, region, marketing territories, competitiveness of the territory. **JEL Classification:**R1: General Regional Economics M31: Marketing

INTRODUCTION

In conditions of increasing competition, natural conditions and favourable geographic location are no longer the main factors of the attractiveness of the territory. Therefore, marketing of territories is an integral part of economic and social policy of cities and regions. The main task of regional marketing is the ability to "sell" as a commodity the investment attractiveness of the region, create conditions for its economic growth, improve the quality and standard of living of the population.

Territory marketing that encompasses a system of methods aimed at making the region the most attractive place to live and produce is an effective way of supporting regional development, attracting investment and promoting innovation through which you can turn the region into a "pole of growth" and ensure its steady development [Krikavskyy E.V., 2011].

THEORETICAL BACKGROUND

Particular relevance of the study of the development of territories became after the signing by Ukraine of the Association Agreement with the EU. One of the main directions of the implementation of this Agreement is the creation of a free trade zone, which entails the free movement of goods, and increased competition in the domestic market of Ukraine, as well as stimulate the intensification of investment activities in the priority areas of the economy and other its development branches territories. Foreign experience in the formation and implementation of regional policy, in particular the EU countries, shows the application of special management tools, in particular regional (territorial) marketing, in the management of the development of territorial units.

Territory marketing should be an integral part of the economic development strategy of the region. Contemporary challenges leading to the transformation of the state regional policy create the need to find the latest approaches to marketing management of the region, aimed at overcoming territorial imbalances and imbalances, improving the competitiveness of the territories, strengthening their competitive advantages and their own socio-economic potential. In particular, according to specialists, territorial marketing also understands the philosophy that requires the orientation of the entire system of power and management for the needs of target groups of consumers of goods and services territory. The problem of economic development of the regions for a long time is at the centre of attention of domestic and foreign researchers. It is also worth noting that under the marketing of the territory, scientists understand both the marketing of the country and the marketing of a region or city. [Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. (1993), p. 18].

The expediency of marketing the territories as a means of forming their image and investment attractiveness is considered by O. Pankrukhin. A separate stratum of scientific research is devoted to the definition of the place of marketing in the system of state and regional management.

So, E. Romat [2003] diagnoses the problem of using marketing tools in public administration. John Ashworth defines the marketing of the territory as a process by which local activities are linked as closely as possible to the needs of target clients for the maximum effective socio-economic functioning of this territory [1990, p. 11]. On the peculiarities of the application of marketing technologies in the management of socio-economic development of regions accentuate the attention of [Deineka O., 2004] and [Budnikevich I., 2011] justifies the use of the tools of municipal marketing in ensuring the competitiveness of cities. A means of solving the problems of depressed territories, namely, the industrial cities of the old industrial districts, considers this issue [Dubnitsky V., 2012]. The relationship be-

tween the system of regional marketing and branding of regions and cities is devoted to the research by [Yevdokimenko V., 2012, p. 246].

Taking into account the methodology that marketing is a social and managerial process, marketing of territories should be regarded as a system for managing the development of the region, which provides for a set of measures for the formation and study of regional (local) markets, maximum adjustment of the structure of the region's economy to the influence of internal and external factors, harmonization of interests of sub management and management bodies to ensure the appropriate level and quality of life of the population of the region, stabilization of socio-economic development, region, taking into account the competitive advantages of administrative units [Knyazeva IV., Shevtsova E. V., 2017].

ANALYSES AND RESULTS

Marketing of territories occupies a special place in the local policy of formation of territory (space) and aims at achieving the goals of sustainable development of the region. Consider objectives of marketing territories in the development management system. On the figure 1 showed objectives of marketing territories in the development management system.

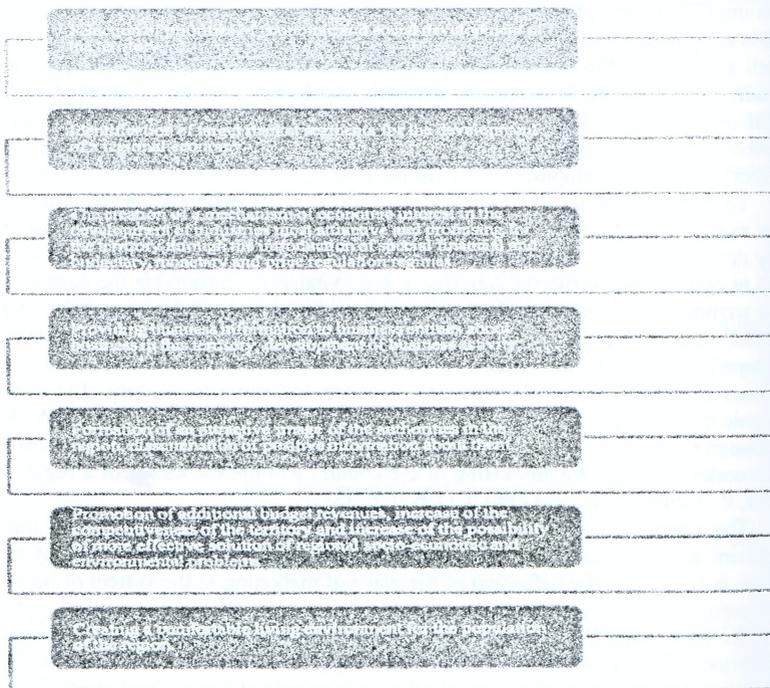


Figure 1 – Objectives of marketing territories in the development management system

Source: Ownre search on the source: Marketing of Territories as an Effective Mechanism for the Development of the Region (2016).

Modern conditions of the development of society, accompanied by increased competition for resources, consumers, markets, objectify the need for the formation of new mar-

keting strategies for the development of regions, the development and implementation of their special spatial policies. It is the territory, its nature, resource support, socio-economic infrastructure potential that determines the competitive position of the region.

To solve these challenges, the use of marketing tools and technologies based on technologies is directed at the territories with certain advantages and interests of potential consumers of this territory. With the help of regional marketing, the competitive advantages of the region are assessed and supported and the level of attractiveness of investments is determined in comparison with other regions-competitors, as well as the parameters of the competitiveness of the administrative-territorial formation as its ability to continuous development on the basis of adaptation to market changes are analysed. To realize its target orientation, marketing of territories produces complexes of measures that ensure. [Gudz P. 2010, p. 124].

The attractiveness of the territories for a person can be ensured through the ordering of coastal lines, the creation of pedestrian, museum, historical or trade zones, the development of architecture. Marketing attractiveness consists of many components that create an attractive image of the territory for its inhabitants and foreigners and form a structural and logical concept for the marketing of the attractiveness of the territory. Most territories would not abandon the development of special features that guarantee them competitive advantages in the rivalry. For tourists, it is often historical and architectural objects. The Parthenon and other buildings of the ancient Hellenes serve for Athens and Greece, the Eiffel Tower and the Arc de Triumf— for Paris, and the Taj Mahal for India. Italia (like many other countries) looks very attractive for its visitors, but only until then, while the tourist is not in contact with a strike of aviation, rail or hotel officials [Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I., 1993].

In modern conditions, regional authorities use special technologies of marketing research to analyse the marketing complex and, accordingly, the product marketing area is a specific territory, service, goods, their combination, a certain idea, a strategy aimed at the development of regional space, to change the structure of the economic system of the region, solution of social problems of the population, achievement of ecological safety, ensuring balanced development. However, the consumer cost of the territory is different for different categories of investors (buyers of a regional product), and the higher it is, the more its characteristics meet the requirements of a particular investment project. Therefore, regional public authorities offer an area that is attractive to a particular business or to various investment projects.

After all, the correct pricing ensures the most efficient use of available resources and leads to the receipt of additional funds in local budgets. According to the regional authorities, it is advisable to develop various marketing strategies for the promotion of the territory to the market (to meet the investor's demand or to satisfy the needs of the consumer of the regional product), which are oriented towards the offering of territories that have either strategic values and advantages or operational opportunities for their use.

The achievement of the goals of balanced development of the region objectively involves the use of special facilities of spatial marketing policy, which can be classified in certain groups (fig. 2).

Source: Own research on the source: Petrynjak U. Y., Krajnik O. P. Prediction and management of socio-economic processes in the region, Monograph / Col. Aut for sciences Ed. Corr. National Academy of Sciences of Ukraine, Doctor of Economic Sciences, prof. VS Zagorsky. – Lviv: LRIT NAPA.

Applying the principles of marketing as one of the innovative tools of regional management enables to increase the efficiency of regional government bodies, to ensure the effectiveness of the implementation of state regional policy, to achieve balanced development of regions. Application of concepts of marketing of territories in the development of eco-

conomic strategies will more successfully attract investment in the regions, increase attractiveness among foreign countries and in general, improve the image of the territories, which will have a positive impact on their socio-economic status. In the prospect of further research, it planned to consider in more detail the specifics of the application of marketing of the territory in a specific region.

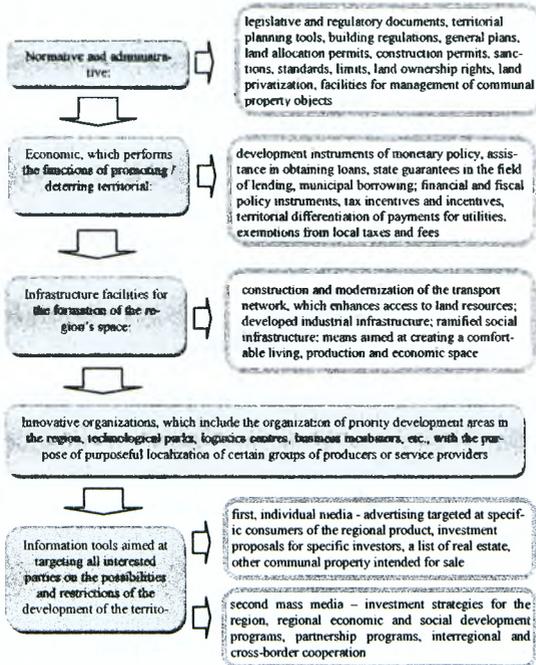


Figure 2 – Special facilities of spatial marketing policy

Conclusions

Summing up it should be noted that the introduction of marketing of territories into the management of local governments of territorial communities in the regions of Ukraine is an important factor in improving the efficiency of their economy at the current stage of European integration of Ukraine. The prospect of further scientific research in the context of the identified issues is the identification of reserves for building up human potential of territories in the context of deepening European integration of Ukraine. Of paramount importance, however, should be given to studying the experience of EU Member States in training personnel for regional marketing systems, including taking into account the specifics territories of the border regions of Western Ukraine.

REFERENCES

1. Ashworth, G. J., Voogd, H. Selling the city: marketing approaches in public suburban planning, Belhaven, London. – 178 p., 1990.

2. Budnikevich, I. M. Directions of using the tools of the classical concept of municipal marketing in ensuring the city's competitiveness. Marketing and management of innovations. – No. 3 t. – 2011.
3. Chukhrai, N. O. Comprehensive application of urban marketing in Ukraine: analysis of theory and practice. Aspects of self-government. – № 3. – 2006. – P. 42–49.
4. Deineka, O. I. Marketing of the Region: Contemporary Trends, Problems and Prospects. Socio-economic studies in the transition period. – Vip. 3. – Part 1. – 2004. – P. 377–382.
5. Dubnitsky V.I. Development of a complex of territorial marketing for increasing the socio-economic potential of industrial cities of the old industrial region. Marketing and innovation management. – No. 4. – 2012. – P. 81–89.
6. Gerasimchuk, Z. Features of the city's marketing management / Z.V. Gerasimchuk // Collection of scientific works of Lutsk State Technical University. – Vip. 5(18). – Part 1. – 2003. – P. 41–49.
7. Gudz, P. Methodological bases of marketing management of a modern city. Economy and Law. – № 3. – 2010. – P. 122–125.
8. Knyazeva IV, Shevtsova E. V. Marketing of Territories. – Novosibirsk: SibAGS, 2017 – 200 p.
9. Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. The Free Press. – New York. 1993. – 400 p.
10. Krikavskyy, E. V. Organizational mechanism of introduction of the concept of marketing in the management of economic development of the territory in the construction of an innovation model. Ukraine and its regions on the way to an innovative society under. commonly Ed / V.I. Dubnitsky. – Donetsk: Southeast, 2011. – T. 2. – 532 p.
11. Petrynjak, U. Y., Krajnik O. P. / Col. aut for sciences Ed. Corr. National Academy of Sciences of Ukraine, Doctor of Economic Sciences, prof. VS Zagorsky.– Lviv: LRIT NAPA. – Section.
12. Romat, Ye. V. Transformation of the model of public management of advertising activity in transitional conditions, monograph. – Kyiv: NAPA, 2003. – 380 p.
13. Yevdokimenko, V. K. Transformation of marketing and branding system of countries, regions, cities. Scientific Bulletin of the Bukovinian State Financial-Economic University. – Exp. 2 (23). – 2012. – P. 246–257.

7 СЕКЦИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ

УДК 339.565:656 (476)

Адамович Ю. А., Власюк Н. Н., студенты,
УО «Брестский Государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Транзитный потенциал страны является одной из составляющих совокупного экономического потенциала. С давних пор Беларусь занимает доминирующее положение на перекрестке транспортных направлений, связывающих народы Западной Европы с Евроазиатским регионом, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря. Высокая степень транзитивности нашей страны связана с тем, что через ее территорию проходят 2-й и 9-й международные транспортные коридоры. Процессы глобализации создали условия для использования Беларусью ее выгодного географического положения, обеспечивающего кратчайший путь прохождения грузов между различными странами. Выгодное геополитическое положение Республики и ее транспортный потенциал способствуют развитию транзитных возможностей. А развитие транзитного потенциала способствует увеличению прямых денежных поступлений в виде оплаты транспортных и сопутствующих услуг, прямые инвестиции в развитие собственной транспортной инфраструктуры, внедрение самых современных транспортных технологий, создание новых рабочих мест, доходы от транзита в бюджеты всех уровней.

Ежегодно через территорию Беларуси перемещается около 170 млн т транзитных грузов и две трети всего транзита из Европы в Россию. В 2011 г. экспорт транспортных услуг составил 3538 млн долл., а их импорт – 1531,1 млн дол. [1, с. 92]. Однако на сегодняшний день Беларусь как международный перевозчик грузов стала терять свои позиции.

Сейчас вклад транспортного сектора в ВВП составляет около 8%. Из всех видов транспорта автомобильный и ж/д транспорт являются значимыми экспортерами. Так, в течение 2008–2014 гг. объемы перевозок транзитных грузов ж/д транспортом колебались в пределах 50,6 млн т, в 2008 г. до 45,1 млн т в 2014 г. Положение существенно изменилось с вхождением нашей страны в затяжной кризисный период. Начиная с 2013 г., ж/д транзитный товаропоток начал снижаться, и уже в 2015 г. он сократился по сравнению с 2014 г. на 15,9%. Тенденция падения сохранилась и в следующем году. Так за первую половину 2016 г. объем перевозок грузов по железной дороге сократился еще на 20,5% по сравнению с этим периодом прошлого года.

Большинство поступлений в секторе автомобильных дорог обеспечивается за счет транзитных транспортных перевозок в третьи страны и из них. В структуре транзитных автоперевозок продолжают преобладать транзитные грузы, перевозимые российскими автоперевозчиками. Второе место по объемам перевозок занимают польские автомобильные перевозчики. Традиционно максимальный грузопоток через территорию Республики идет из Российской Федерации. В 2016 году - около 90% и направляется в Литву, Латвию и Польшу. Что касается направлений перевозок, при безусловном преобладании грузов, перевозимых в/из России, чаще других странами назначения транзитных грузопотоков через территорию Беларуси являются Польша, Германия, Литва, Украина, Бельгия, Нидерланды, государства Средней Азии и Кавказского региона.

Так, за период с 2010 по 2015 г. доля российских перевозчиков была практически на одном уровне: 91,4–93,6%. Имеет место ярко выраженный однополярный вектор в транзитных перевозках через Республику Беларусь, что влечет за собой повышенные риски при неблагоприятной экономической ситуации в российской экономике. Этот вывод подтверждает введение запрета на ввоз в РФ сельхозпродукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых являются США, страны ЕС, а также Канада, Австралия и Норвегия. Ответные санкции со стороны России еще более усугубили проблему автомобильного транзита через Республику Беларусь. В сложившихся условиях следует, прежде всего, сделать вывод о необходимости диверсификации географии автомобильных перевозок.

Оказать влияние на транзит из/в РФ Беларусь не может. Поэтому важнейшее значение для увеличения транзита через Беларусь имеют перевозки грузов по Новому Шелковому пути (далее – ШП). Наиболее перспективные маршруты этого пути проходят именно через территорию Беларуси (Брест). Наивысшая пропускная способность железнодорожных перевозок относится к маршрутам Китай – Россия – Беларусь и Китай – Казахстан – Россия – Беларусь. О потенциале контейнерных перевозок в данном направлении свидетельствует тот факт, что объем перевозок грузов контейнерными поездами по Белорусской железной дороге в сообщении Китай – ЕС – Китай в 2015 году более чем в 3 раза превысил уровень 2013 года. Развитая железнодорожная, автомобильная инфраструктура, а также небольшая удаленность от прибалтийских и черноморских портов способствуют тому, что Беларусь может превратиться в крупный транспортно-логистический узел в рамках ШП, а сотрудничество с прибалтийскими и черноморскими портами позволит Беларуси подключиться и к «Морскому шелковому пути XXI века». Однако решение данного вопроса в ближайшей перспективе не представляется возможным ввиду необходимости вложения огромных инвестиций в развитие инфраструктуры Нового ШП на всем его протяжении, а не только на белорусском участке. Выход из создавшегося положения есть, но он требует не только затрат капитала, но и времени для реализации этого перспективного процесса.

Поэтому необходимо рассмотрение следующих предложений по развитию транзитного потенциала страны:

1. Находясь на пересечении транспортных магистралей, Беларусь могла бы стать крупным центром международного перемещения товаров. Одним из существенных препятствий на пути развития сектора международных транспортных услуг, которые, по прогнозам специалистов, будут преобладать среди международных услуг, является неразвитость нашей транспортной логистики. В создавшихся условиях необходимо не допустить падения существующих транзитных грузопотоков, а также разработать новые конкурентоспособные транспортно-логистические схемы для переключения транзитных грузопотоков с альтернативных маршрутов, расширять практику организации перевозок ускоренными контейнерными поездами, как по сложившимся маршрутам, связывающим государства – члены ЕС с государствами – членами ЕАЭС, Китаем и Юго-Восточной Азией, так и по вновь организуемым.

2. Ключевым аспектом развития транзитного потенциала Беларуси также выступает информационное обеспечение транзитной привлекательности страны путем внедрения современных информационных технологий сопровождения транспортных и логистических процессов и других систем информатизации. Для продолжения работ по развитию и модернизации инфраструктуры транзита необходимо: продолжить работу по электрификации отдельных участков железной дороги; повысить скорости движе-

ния по железной дороге; разработать и внедрить информационные и информационно-управляющие технологии в сфере транспорта и логистики.

3. Необходимо продолжить работу по совершенствованию пограничного, таможенного и иных видов контроля. Произвести совершенствование правовых и экономических условий для эффективного использования транзитного потенциала.

В нашей стране разработана Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016–2020 годы, целью которой является совершенствование условий логистической деятельности, повышение эффективности использования инфраструктуры, необходимой для оказания логистических услуг, и транзитного потенциала Республики Беларусь. При благоприятных внешних условиях она подразумевает рост объема логистических услуг в 1,5 раза; увеличение общей складской площади логистических центров в 1,64 раза и увеличение к 2020 году доходов от транзита, до 1,5 млрд долларов США [2].

Таким образом, реализация в Республике предложений, направленных на развитие транзитного потенциала, позволит более эффективно использовать геополитическое расположение страны и увеличить доходы отечественных организаций от оказания услуг нерезидентам Беларуси.

Литература

1. Беларусь в цифрах: стат. справ / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2012. – 100 с.
2. Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь 18.07.2016 № 560. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

УДК 339.9

Кубасов А. И., магистрант кафедры менеджмента,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

РОЛЬ МИРОВОГО РЫНКА ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Развитие государств в условиях глобализации способствует регулярному расширению их взаимных хозяйственных связей. В мировой экономике государства стремятся к одной наиважнейшей цели – максимально эффективно использовать свои конкурентные преимущества на международной арене. Быть конкурентноспособным – значит не только отслеживать нынешние условия рынка и действовать согласно им, но и прогнозировать свои действия на будущее. Экономика будущего – экономика технологий и инноваций.

Важнейшими инновационными регионами мира остаются США, Европа и Япония – на них приходится 93% корпоративных инвестиций в исследования и разработки [2]. Как ни странно, но именно эти страны представляют большую семерку ведущих держав мирового сообщества. Согласно проведенным статистическим данным The Boston Consulting Group, в топ-5 инновационных компаний мира входит Apple, Google, Tesla Motors, Microsoft и Samsung [3]. И опять же, эти компании являются ведущими мировыми транснациональными корпорациями.

В нашем стремительно развивающемся мире большое значение имеют технологии. Постоянное развитие науки и техники порождают инновации, новейшие изобретения человечества, которые, появившись только сегодня, уже завтра могут стать потенциальным товаром на рынке, в том числе мировом. Миграция технологий, их передача и использование представляет собой один из важнейших аспектов функционирования всей современной экономики.

Международное разделение труда с течением времени только углубляется. Это обусловлено рядом объективных причин: в частности таких, как научно-техническая революция и развитие производственных сил. Экономические отношения между странами год за годом сопровождаются развитием и углублением научно-технического и производственного сотрудничества. Так постепенно и складывался мировой рынок технологий.

Из области торгово-экономических отношений можно выделить обмен сырьевыми и продовольственными товарами, которые так или иначе связаны с географическими, климатическими условиями и наличием полезных ископаемых. В таком случае оставшуюся часть внешнеэкономических связей в современном мире можно охарактеризовать как следствие международного разделения труда, которое, в свою очередь, базируется на неравномерном развитии различных видов технологии. Уровень этих технологий и определяет конкурентоспособность товаров на рынке, их качество и себестоимость, а, следовательно, и получение прибыли при реализации.

Экономическая целесообразность экспорта технологии объясняется тем, что это:

- источник получения доходов;
- форма борьбы за товарный рынок;
- способ обойти проблемы экспорта соответствующего товара;
- способ установления контроля над зарубежной фирмой через такие условия лицензионного соглашения, как объем производства, участие в прибылях и т. п.;
- возможность доступа к другой технологии через «перекрестное лицензирование»;
- возможность более эффективного совершенствования объекта лицензии с участием покупателя и т. д.

Экономическая целесообразность импорта технологии объясняется тем, что это:

- доступ к новштвам высокого технического уровня;
- средство экономии затрат на НИОКР;
- средство уменьшения валютных расходов на товарный импорт;
- обеспечение использования национального капитала и рабочей силы;
- условие расширения экспорта продукции, выпускаемой по зарубежным технологиям;
- гарантия освоения продукта или процесса при помощи продавца и т. д.

Таким образом, на рубеже XX и XXI вв. мировое сообщество подошло к пониманию необходимости объединения усилий различных стран в целях использования лучших научных достижений в интересах человечества, в том числе для предотвращения возникающих в процессе развития науки и техники угроз глобального характера, определения приоритетов научных исследований и механизмов их реализации. Иначе говоря, мировой рынок технологий способствует интеллектуализации мировой экономики в целом. Современные международные научно-технические связи представляют собой комплекс самых разнообразных отношений, возникающих как на уровне организаций, предприятий, объединений предприятий, так и на уровне государств и межгосударственных организаций.

Следовательно, мировой рынок технологий представляет собой сложную систему коммерческого и некоммерческого международного обмена результатами интеллектуальной деятельности в различных ее формах, необходимых для мирового общества и экономического развития.

Литература

1. Роль высоких технологий и развитие национальных экономических систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.work5.ru/gotovyve-raboty/67338>.
2. Компании и инновации: локальный взгляд на глобальные изменения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.perspektivy.info/book/kompanii_i_innovacii_lokalnyi_vzglad_na_globalnye_izmeneniya_2011-06-22.htm.
3. Топ 50 инновационных компаний мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1tmn.ru/ratings/world-ratings/top-50-innovacionnykh-kompanij-mira-4140006.html>.
4. Международная экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knowledge.allbest.ru>.
5. Международная экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.ggau.by/mod/page/view.php?id=5685>.

УДК 339.5(75)

Куган С. Ф., к. э. н., доцент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССА ТАМОЖЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ

Транзитное перемещение товаров через территорию Республики Беларусь осуществляется с разрешения таможи и под таможенным контролем, что является общепринятой мировой практикой.

Регулирование и управление в сфере таможенного дела, координацию деятельности других республиканских органов государственного управления и иных организаций осуществляет Государственный таможенный комитет Республики Беларусь. Ему подчинены 9 таможен, учреждение образования «Государственный институт повышения квалификации и переподготовки кадров таможенных органов Республики Беларусь» и республиканское унитарное предприятие «Белтаможсервис».

Расположение таможенных пунктов пропуска по регионам представлено на рисунке 1.

В состав подразделений таможи по регионам входят не только пункты пропуска, но и различные специализированные отделы: отдел автоматизированных контрольных процедур таможенных операций; отдел технических средств таможенного контроля и связи; отдел электронного таможенного декларирования; отдел контроля транзитных систем таможенных органов; отдел контроля и развития интегрированных систем; отдел оперативно-аналитической информации таможенного контроля и др.

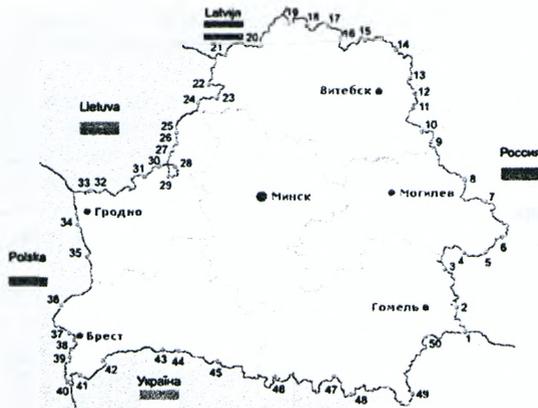


Рисунок 1 – Карта таможенных пограничных переходов (ТПП) Республики Беларусь

Примечание: 1. Веселовка – Сеньковка; 2. Селище 1-е – Камень; 3. Перелеска – Верхличи; 4. Самотевичи – Медведи; 5. Смольки – Беляни; 6. Горня – Осинка; 7. Звенчатка – Понятовка; 8. Коськово – Клюкино; 9. Ляды – Красный; 10. Редьки – Красное; 11. Лиозно – Рудня; 12. Колышки – Узгорки; 13. Стайки – Сеньково; 14. Шлыки – Дрозды; 15. Езерише – Лобок; 16. Краснополье – Стайки; 17. Горбачево – Клиновое; 18. Юховичи – Долосцы; 19. Кострово – Байдаково; 20. Бигосово – Патерниске; 21. Урбаны – Силене; 22. Видзы – Тварячус; 23. Мольдевичи – Адутишкис; 24. Лынтупы – Попяляке; 25. Котловка – Лаворишкес; 26. Лоша – Шумкас; 27. Каменный Лог – Мядининкай; 28. Клевица – Уряляй; 29. Беньякони – Шальчининкай; 30. Геранены – Кракунай; 31. Дотишки – Эйшишкес; 32. Привалка – Райгардас; 33. Поречье – Латежарис; 34. Брузги – Кузница Белосток; 35. Берестовица – Бобровники; 36. Песчатка – Половцы; 37. Козловичи – Кукурыки; 38. Варшавский мост – Тересполь; 39. Домачево – Славатыче; 40. Томашовка – Пулемец; 41. Олтуш – Пицца; 42. Мокраны – Доманово; 43. Мохро – Дольск; 44. Невель – Прикладники; 45. Верх Теребежов – Городище; 46. Глушкевичи – Майдан Копици; 47. Новая Рудня – Выступовичи; 48. Александровка – Вильча; 49. Комарин – Славутич; 50. Новая Гута – Новые Ярыловичи

В международной логистике наблюдается тенденция устранения таможенных барьеров на пути следования грузов и создания единых экономических пространств как в рамках Европейского союза и трансатлантических союзов, так и в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Несмотря на позитивные изменения, проблемы таможенного оформления по-прежнему остаются актуальными. В настоящее время на территории Евразийского экономического союза применяется электронное декларирование товаров, представляющее собой оформление электронных таможенных деклараций в Национальной Автоматизированной Системе Электронного Декларирования (НАСЭД). В целях выработки мер по совершенствованию таможенного оформления следует рассмотреть подробно основные этапы и участников этого процесса.

В процессе анализа основных процедур таможенного оформления были выявлены следующие участники этого процесса:

1. Коммерческий сектор: компании-владельцы инфраструктуры, компании, предоставляющие услуги складов временного хранения (СВХ), стивидорные компании, таможенные представители, импортеры/экспортеры, банки, экспедиторы, перевозчики, страховые компании.

2. Государственный сектор: органы пограничной службы, Государственный таможенный комитет, органы ветеринарного и продовольственного надзора, Государственная налоговая служба.

Для выявления недостатков информационно-коммуникационного обеспечения таможенного оформления нами использовался метод структурно-функционального моделирования. Логическая модель, описывающая бизнес-процесс организации импорта грузов, ввозимых на территорию Республики Беларусь, представлена на рисунке 2.

Распишем процедуру таможенного оформления грузов с разбивкой на процессы:

1. Представление предварительной информации о прибытии груза на таможенный пост. Импортер уведомляет таможенного брокера о предстоящем приходе груза на таможню и направляет коммерческие документы сделки купли-продажи.

2. Прохождение пограничного перехода. При прибытии груза в Республику Беларусь перевозчик передает документы на груз в службу приграничного контроля. Пограничная служба сверяет сведения в документах и дает разрешение на ввоз товара на территорию республики путем проставления в транспортных документах отметки «Ввоз разрешен».

Для специальных грузов, либо подлежащих фито-ветеринарному контролю, представители ветеринарной службы проверяют сертификаты и ставят соответствующие отметки.

3. Прибытие груза на таможенный пост и регистрация документов. После прибытия груза документы передаются в таможенный орган для дальнейшего таможенного оформления и регистрации. С 1 февраля 2018 года доступна новая схема подачи электронной предварительной информации (ЭПИ) и статистических деклараций (СД) в таможенные органы Республики Беларусь через Общегосударственную автоматизированную информационную систему (ОАИС). Представление таможенным органам осуществляется посредством ЭПИ (Электронное предварительное информирование) (код услуги на ЕПЭУ 3.00.01) и ЭСД (Электронная статистическая декларация) (код услуги на ЕПЭУ 3.00.02).

4. Размещение груза на складе временного хранения.

5. Подготовка и подача декларации на товары. Эта операция состоит из трех операций:

5.1 Сбор документов и заполнения декларации на товары. Таможенный брокер подготавливает комплект документов для оформления, подбирает код ТН ВЭД ЕАЭС, рассчитывает сумму таможенных платежей и заполняет таможенную декларацию. В случае, если используется бестранзитная технология перемещения товара из пограничного пункта таможенного оформления во внутренний, то прибывший в пограничный пункт пропуска товар не помещается под процедуру таможенного транзита, а сразу после документального контроля направляется на склад временного хранения грузового терминала. Там с ним проводятся грузовые операции и непосредственно само таможенное оформление. В зависимости от номенклатуры товара процедура оформления на границе занимает всего до 30 минут. Бестранзитная технология позволяет сократить время пребывания транспортного средства на границе и тем самым увеличить пропускную способность КПП.

5.2 Вычисление таможенных платежей осуществляется в соответствии с подбранным кодом ТН ВЭД ЕАЭС.

5.3 Оплата таможенных пошлин и гарантийных платежей. Подача декларации через декларанта посредством Интернета.

В соответствии с п.1 ст.46 гл.6 Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (ТК ЕАЭС) к таможенным платежам относят:

1. ввозную таможенную пошлину;

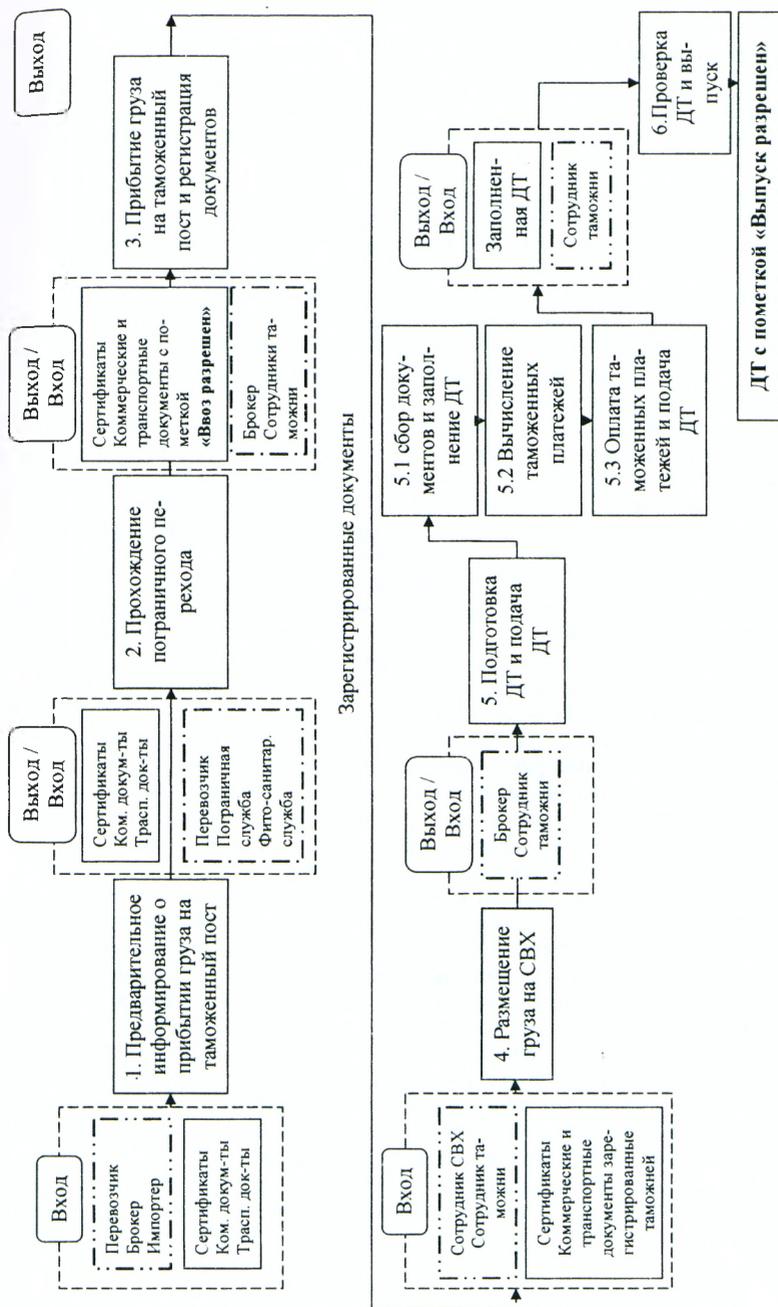


Рисунок 2 – Логическая модель функционирования процедуры таможенного оформления

Источник: разработка автора

- вывозную таможенную пошлину;
- налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию Таможенного союза;
- акцизы, взимаемые при ввозе товаров на таможенную территорию Таможенного союза;
- таможенные сборы [1].

На данный момент существует два варианта оплаты пошлин: внесение причитающихся сумм таможенных платежей наличными денежными средствами в кассу таможенного органа или через банк.

При подаче декларации через декларанта посредством Интернета им подготавливается стандартный пакет документов: Декларация на товары, Декларация таможенной стоимости, Описание. Описание документов (с привязанными к ней документами) отправляется в электронный архив декларанта. В большинстве своем все документы представляются в электронном виде.

6. Проверка декларации в Государственном таможенном комитете и выпуск. После подачи декларации таможенный орган рассматривает и проверяет пакет документов. Если все требования соблюдены, то дается разрешение на выпуск товара в свободное обращение на территории Республики Беларусь. Представитель таможенного органа направляет сообщение «Выпуск разрешен» декларанту и на склад временного хранения. После чего груз может быть отгружен с терминала склада.

Детальный анализ процедуры таможенного оформления с помощью метода структурно-функционального моделирования позволяет сделать следующие выводы:

1. Большая часть обмена информацией происходит на основании бумажных документов (в основном это коммерческие и транспортные) или на основании копий документов, а лишь малая их часть оформляется в автоматизированной системе.
2. Уровень координации между заинтересованными сторонами организован следующим образом: пограничная служба осуществляет первоначальную проверку и разрешение ввоза груза на территорию Республики Беларусь. Соответствующие отметки проставляются только в оригиналах на бумажных документах, что в свою очередь замедляет процесс обмена информацией между участниками цепочки поставок. Таможня является последним контролирующим органом. Проверка на соответствие документов всем требованиям занимает в среднем 12–72 часа.

В значительной степени устранить отмеченные недостатки и свести процедуру проверки к минимальному интервалу позволяет Национальная автоматизированная информационная система электронного декларирования (НАСЭД). Данная система осуществляет информационную поддержку и автоматизацию таможенных операций, совершаемых должностными лицами таможенных органов и заинтересованными лицами (декларантами), с использованием письменных и электронных документов, а также обеспечивающая информационное взаимодействие таможенных органов Республики Беларусь с заинтересованными лицами и таможенными службами иных государств (рисунок 3). НАСЭД является самостоятельной системой, входящей в состав единой автоматизированной информационной системы таможенных органов Республики Беларусь.

Использование НАСЭД позволит решить ряд задач:

- 1) сократить время таможенных операций на выпуск товаров за счет электронного обмена информацией между участниками внешнеэкономической деятельности и таможенными органами Республики Беларусь и внедрить на практике заявительный принцип, заключающийся в выпуске товаров на основании сведений, содержащихся в электронной таможенной декларации и электронном документе таможенного транзита;



Рисунок 3 – Схема взаимодействия основных компонентов НАСЭД

- 2) обеспечить прозрачность процесса совершения таможенных операций в отношении товаров, а также сократить временные и финансовые затраты, связанные с таможенными операциями;
- 3) предотвратить коррупцию (исключение личного контакта должностного лица таможенного органа и участников внешнеэкономической деятельности);
- 4) минимизировать влияния субъективного фактора, ошибок или злоупотреблений при проведении таможенных операций.

Таким образом, после полного внедрения технологии НАСЭД возможно однократное получение документов от уполномоченных госорганов и дальнейшее использование этого документа путем ссылки на номер и дату без предоставления оригинала или копии данного документа.

Использование данной технологии позволит нашей стране подняться в международном рейтинге в категории «Эффективность таможенных процедур».

Литература

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (ратифицирован РБ 25.10.2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.customs.gov.by/. – Дата доступа: 25.10.2018.
2. Родкина, Т. А. Информационно-коммуникационное обеспечение логистики трансграничных перевозок товаров в интегрированном пространстве: научная монография / Т. А. Родкина, Е. М. Комарова. – М.: ВИНТИ РАН, 2017. – 120 с.

УДК 338.4

Мясникова О. В., к. э. н., доцент,
Серда А. Е., научный сотрудник,
 УО «Институт бизнеса БГУ»,
 г. Минск, Республика Беларусь

ТРАНЗИТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И УРОВЕНЬ ЕГО ЭКСПЛУАТАЦИИ

В Республике Беларусь на сегодняшний день реализуется комплекс мероприятий, обозначенных программой развития логистической системы и транзитного потен-

циала на период до 2020 года. Основные приоритеты данной программы включают – активное использование инновационных технологий управления и автоматизации, правовое обеспечение, развитие международного сотрудничества в области логистики, привлечение иностранных инвестиций, увеличение объёмов и качества логистических услуг. В рамках данной программы предусмотрено сбалансированное развитие всех видов транспорта, рост валового национального дохода от транзита по территории республики, формирование сети мультимодальных транспортно-логистических центров. Но чем же обусловлен интерес в развитии логистики в Беларуси?

По факту, Республика Беларусь имеет достаточно высокий транзитный потенциал: каждый год через нашу страну следовало (до введения санкций) более 100 млн т. европейских грузов, из них около 90 % между ЕС и РФ [5, с. 114]. На данный момент, в Индексе эффективности логистики, к примеру, LPI (Logistics Performance Index) Всемирного банка в 2018 г. Беларусь заняла 103 место в списке 160 стран мира. По итогам предыдущих исследований наша страна занимала 120 место (2016), 99-е (2014), 91-ое (2012). По показателям «эффективность таможи» Беларусь на 112-м месте, «качество инфраструктуры» – на 92-м, «простота организации международных перевозок» – на 134-м, «компетенция в логистике» – на 85-м, «возможность отслеживания грузов» – на 109-м, «соблюдение сроков поставки» – на 78-м [1, с. 10].

Помимо этого, Беларусь занимает стратегическое географическое положение на маршрутах МТК, в развитии которых заинтересованы ЕС, ЕАЭС, Китай. Согласно плану расширения трансъевропейских транспортных сетей (TEN-T) ЕС, транспортная сеть Беларуси является частью северной и центральной осей. Три европейских коридора заходят в Беларусь: II – Берлин – Москва, IX (порты Черного моря, Киев – Минск – балтийские государства, или Санкт-Петербург–Хельсинки), IXB на Калининград / Клайпеду через Минск / Вильнюс, – и имеют значительный транзитный потенциал. Движение по транзитным коридорам через территорию Беларуси осуществляется с востока на запад и с севера на юг (и наоборот).

Транзитные коридоры, идущие через Беларусь, являются каналами международной торговли между странами ЕС и ЕАЭС, ЕС и странами Азии (через Транссибирскую железную дорогу) или через Казахстан («Экономический пояс Шелкового пути»). Основными потребителями белорусских транзитных услуг выступают резиденты ЕС (они дают около 50 % экспорта белорусских транспортных услуг). На ЕАЭС приходится 28,6 % белорусского экспорта транспортных услуг, в том числе на долю России – 27%. Основными странами происхождения потоков из ЕС в Россию являются Литва, Польша и Германия. По состоянию на 2018 год, 48 процентов всех экспортируемых услуг в Беларуси составили транспортные услуги. Импорт транспортных услуг на 2018 год составил 37% в общей доле импортируемых услуг [4]. То есть мы видим, что в сфере услуг в стране лидируют транспортные.

За последние семь месяцев в Республике Беларусь также был сделан значительный скачок в импорте и транспортировке товаров. Как пример следует рассматривать экспорт молочных продуктов в Китай. За семь месяцев 2018-го года в Китай поставлено сельхозпродукции на \$23,3 млн, что в 4,2 раза больше, чем в прошлом году (в 2017). Основным драйвером выступила молочная продукция. В период с января по июль был сделан чувствительный прорыв в ее поставках на китайский рынок: за этот период поставлено 57,3 тыс. т на \$20 млн. Экспорт молочной продукции в Китай вырос в денежном выражении практически в 5,6 раза к уровню прошлого года, в натуральном – в 6,9 раза. По состоянию на сегодняшний день практически все белорусские молокоперерабатывающие предприятия имеют сертификаты на право поставок своей продукции в КНР, что также является многообещающим фактором [3].

В данном отношении Белорусская железная дорога настойчиво продолжает активную работу по наращиванию объёмов белорусских поставок в Китай. На сегодняшний день предлагается не просто перевозка или логистическая услуга, а готовое транспортное решение по доставке продукции в любую точку Европы и Китая. По словам генерального директора ООО «Китайская торгово-инвестиционная компания мясной промышленности «Большой Шёлковый путь» Чжан И., в будущем по программе «Один пояс и один путь» в Китай планируется поставлять в месяц по 60 контейнеров различной продукции на сумму 60 миллионов долларов США [2].

Рост показателей отмечается и в поставках белорусской пищевой продукции на немецкий рынок. С января по май 2018 года поставки в Германию выросли на 22%. По словам посла Беларуси в Германии, на сельскохозяйственную и пищевую продукцию приходится в среднем 1–2,5% поставок, однако в данном конкретном случае речь идёт о серьёзных суммах – около 20–30 миллионов долларов в год.

Посол также пояснил, что отечественные производители стараются закрепиться на рынке, реализуя новые проекты, в том числе и высокотехнологические. В частности, ЗАО «Атлант» планирует реализовать с немецкими компаниями проект, позволяющий поставлять продукцию в развивающиеся страны. В среднем же, по данным Белорусского статистического комитета, товароборот Беларуси со странами ЕС в 2018 году вырос на 36,7%, что составляет около 7 млрд 332,4 миллионов долларов США [6, 2].

В дополнение к этому следует отметить, что на указанный временной период основными торговыми партнёрами Беларуси выступали следующие страны: Российская Федерация (49,9%); Украина (7,1%); Соединённое королевство Великобритании и Северной Ирландии (5,1%); Германия и Китай (по 4,6%); Польша (3,8%); Нидерланды (3,2%); Литва (2%); Турция (1,6%); Италия (1,3%); Казахстан (1,2%); США (0,9%). Прирост товарооборота наблюдается с февраля 2017 года. По итогам прошлого года он вырос на 30%; в январе 2018 года – на 64,1%; в январе-феврале на 58,6%, в январе-марте на 49,9%; в январе-апреле на 46,2% [4].

Из всего вышеперечисленного видно, что развитие логистики в Республике Беларусь имеет наивысший приоритет для роста экономики страны. В целом, сейчас в Беларуси действуют 59 двусторонних соглашений о международном автомобильном сообщении с 44 странами, 45 международных договоров о воздушном сообщении, 13 - о сотрудничестве в области железнодорожного транспорта, 7 - по водному транспорту, а также транзиту грузов с использованием портов. Однако жизненно важным аспектом является развитие уже имеющегося потенциала.

К примеру, благодаря созданию ОТЛК к 2021 году планируется выполнить транзит контейнерных грузов, на коридоре Китай - ЕС, в объёме порядка 1,1 млн контейнеров. Если же говорить непосредственно о Беларуси, республика планирует увеличить транзитный контейнеропоток в 4,5 раза. В целом мультипликативный эффект для республики за прогнозный период может составить около 1 млрд долл. прироста ВВП [5].

В завершение следует акцентировать внимание на том, что Республиканской программой развития логистики в Республике Беларусь на 2015-2020 годы предусмотрено достижение следующих показателей:

- 1) рост объёма логистических услуг в 1,5 раза (по сравнению с 2015 годом);
- 2) увеличение общей складской площади логистических центров в 1,64 раза (по сравнению с 2015 годом);
- 3) увеличение к 2020 году доходов от транзита, которые включают доходы от транзита нефти, природного газа и транзита в сфере транспорта (за исключением трубопроводного транспорта), до 1521,1 млн. долларов США;

4) пропускная способность автодорожных пунктов пропуска увеличится с 29 до 35 тыс. автомобилей в сутки.

В результате наиболее благоприятного сочетания внешних и внутренних факторов в 2017–2020 годах возможно достижение среднегодового темпа роста доходов от транзита на уровне 106%. К примеру, уже сейчас имеются прогнозы учёных о том, что доходы от транзита по Беларуси составят 3281,34 млн долл. (2017); 3291,08 млн долл. (2018); 3281,66 млн долл. (2019); 3253,84 млн долл. (2020) [5, С. 133].

Литература

1. Shepherd, B. Connecting to compete 2018: Trade logistics in the Global economy. The logistics performance Index and its Indicators. / B. Shepherd, J. Arvis, A. Ojala, C. Wiedener, A. Raj, K. Dairabayeva, T. Kiiski – Washington DC: 1818 H Street NW, 2018. – 70 p.
2. Беларусь увеличила товарооборот со странами ЕС на 37,6% [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naviny.by/new/20180725/1532541003-belarus-uvlechila-tovarooborot-so-stranami-es-na-376>. – Дата доступа: 20.10.2018.
3. Беларусь увеличила экспорт молочной продукции в Китай в 5,6 раза [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belmarket.by/belarus-uvlechila-eksport-molochnou-produkcii-v-kitay-v-56-gaza>. – Дата доступа: 20.10.2018.
4. Беларусь увеличила экспорт услуг на 21,2%, импорт на 27,1% [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naviny.by/new/20180426/1524722050-belarus-uvlechila-eksport-uslug-na-212-import-na-271>. – Дата доступа: 20.10.2018.
5. Ковалев, М. М. Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы: моногр. / М. М. Ковалев, А. А. Королёва, А. А. Дутина. – Минск: Изд. центр БГУ, 2017. – 327 с.
6. Новости республики Беларусь – Беларусь увеличивает экспорт в Германию [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.profi-forex.by/news/entry5000039432.html>. – Дата доступа: 20.10.2018.

УДК 658.6

Пожарицкий Е. Д., аспирант.

УО «Белорусский государственный университет».

г. Минск, Республика Беларусь

ЛОГИСТИКА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ОМНИКАНАЛЬНОСТИ В РИТЕЙЛЕ

На сегодняшний день многие компании с трудом успевают за развитием новых технологий и изменениями в поведении потребителей. По результатам исследования «The 2018 Retail Mobility Insights Report», 60% опрошенных респондентов предполагают серьезную конкуренцию со стороны более инновационных и ориентированных на клиента компаний. Участвующие в опросе представляли организации нескольких направлений: продовольственные товары, хозтовары, мода. Использование цифровых и мобильных технологий в своей работе позволяет многим компаниям добиваться серьезных конкурентных преимуществ, однако скорость, с которой осваиваются инвестиции, оставляет желать лучшего. Согласно отчету, большинство организаций отмечают собственное отставание в реализации потенциала мобильных коммуникаций, а также сомневаются в собственных логистических возможностях. В Республике Бела-

реть, на сегодняшний момент, наблюдается тенденция к конкуренции с помощью снижения цен, а это приводит к недостатку свободных средств для внедрения инноваций и создания прочных каналов связи с потребителями.

Начиная с 2016 года, трафик с мобильных устройств начинает превалировать над количеством посещений со стационарных компьютеров. Такая тенденция предоставляет компаниям большие возможности для увеличения продаж путем упрощения процессов покупки для своих клиентов. Обязательным условием на сегодняшний день становится наличие мобильной версии сайта, грамотно отображающейся на телефонах и планшетах. К сожалению, на белорусском рынке не все компании пришли к пониманию значимости такого инструмента, а, следовательно, упускают клиента практически на первом шаге знакомства. Также отсутствие мобильной версии сайта снижает конверсию интернет-рекламы, а значит, часть ресурсов, выделенных на привлечение покупателей, расходуется неэффективно.

Как показывает опрос, около 47% ритейлеров используют одинаковую стратегию при работе с пользователями мобильных устройств. Она заключается в увеличении покупательской корзины с помощью грамотного привлечения клиентов именно в момент готовности совершить покупку. На практике это реализуется демонстрацией рекламы на основе поисковых запросов пользователей.

Повсеместное использование потребителями мобильных устройств приводит также к расширению каналов связи. Если еще в 2010 году покупатель либо посещал физический магазин, либо набирал номер телефона, то сегодня, с развитием технологий, компаниям приходится рассматривать множество других способов для установления контакта с клиентом. Таким образом, продавцы стремятся к переходу в омниканальность, реализуя для клиентов возможность выбрать и заказать товар самым удобным способом. К сожалению, на практике многие из ритейлеров либо оказываются не способны обеспечить надлежащий уровень сервиса и не оправдывают затраченных средств, либо останавливаются только на этапе поиска каналов для связи с покупателем.

Для начала давайте разберемся, чем на самом деле отличаются мультиканальность, кроссканальность и омниканальность. Зачастую многие руководители не до конца понимают принцип работы новой методики и останавливаются в самом начале. На сегодняшний день многие компании работают по принципу мультиканальности, когда клиент имеет возможность купить товар несколькими способами, например, в точке продаж или в интернет-магазине. Однако информация о совершенных покупках не обрабатывается и не хранится, то есть каждый раз магазин встречает покупателя как нового человека. Более того, если клиент до момента покупки обращался в магазин несколько раз и общался с разными менеджерами, может произойти конкуренция.

Осознание важности покупательской лояльности для бизнеса привело к переходу в кроссканальность. Здесь любой канал общения с потенциальным клиентом сводится в CRM-систему, а значит, каждый заказ отслеживается. Человек может выбрать товар на сайте магазина, а затем получить его по почте, курьерской доставкой или же забрать самостоятельно. На данном этапе формируются предпосылки для настоящего клиентоориентированного сервиса, в будущем обработанные данные можно использовать для создания персонализированных предложений. Главная особенность кроссканальности – отсутствие конкуренции за покупателя, формируется единый опыт взаимодействия в онлайн и оффлайн.

Некоторые компании останавливаются на этапе кроссканальности, ситуация на современном белорусском рынке вполне позволяет успешно вести бизнес в таких условиях. Однако стремительное развитие технологий формирует существенное конкурентное преимущество для тех, кто следует принципу омниканальности. Независим-

мо от выбранного способа связи, или в случае перехода из одного канала в другой, система воспринимает посетителя как одного и того же человека со своей историей заказов, а значит, и со своими определенными потребностями. Конечным результатом станет преодоление разрыва между онлайн- и оффлайн-продажами и предоставление покупателю полного контроля над процессом выбора и оформления товара.

Использование такого подхода сейчас позволяет демонстрировать клиенту персонализированную рекламную информацию даже на этапе заинтересованности в товаре. Приведем простой пример: наш покупатель собирается приобрести телевизор. Вначале он только выбирает определенную марку, изучая отзывы на форумах и определяясь, какую модель лучше подобрать. На данном этапе он еще не посещает сайты магазинов, а значит, показав ему рекламу именно сейчас, мы получаем весомое преимущество перед конкурентами. Система анализирует его поисковые запросы и посещенные сайты и показывает таргетированную рекламу. Добавив сюда специальное персональное предложение (например, скидку на выбранный телевизор), мы получаем заинтересованного потенциального покупателя.

Оmnikanальность является важным путем развития для ритейла, хоть на сегодняшний день поколение миллениалов активно совмещает онлайн- и оффлайн-покупки, скоро к ним присоединится подрастающее поколение Z. Новый тип покупателя перестанет доверять рекламе и потребует индивидуального подхода. Онлайн-пространство ожидает переход на Web 3.0 – систему коллективного создания контента. Иными словами, наступает период «одушевленного поиска», когда результатами выборки будут управлять не специально обученные роботы, ориентируясь на ключевые слова, а живые люди. В эпоху ориентации бизнеса на клиента, оmnikanальность помогает собирать и анализировать информацию по всем каналам. Любой бизнес уже создает продукты под желания своих покупателей, осталось сделать это наиболее эффективно.

Оmnikanальность помогает бизнесу и в распространённой ситуации, когда клиент не желает делиться личной информацией. Согласно опросам, только половина покупателей согласна на обработку данных ради скидок, специальных предложений или бонусов программы лояльности. В таком случае мы упираемся в замкнутый круг: нет информации для анализа – нет подходящего предложения – клиент уходит к конкуренту. Объединив данные из разных каналов, можно легко отслеживать потребности потребителя и формировать персонализированные предложения.

Несмотря на существенные плюсы оmnikanальности, многие компании предпочитают использовать старые подходы к установлению связей с клиентом. Основанием для такого поведения часто служит страх перед электронной коммерцией. Некоторые считают, что увеличение онлайн-продаж приведет к исчезновению физических торговых точек. Однако в оmnikanальности главное – это грамотное взаимодействие каналов продаж, исключая внутреннюю конкуренцию. Также, как уже отмечалось, большая часть клиентов не желает делиться личной информацией для обработки. Это приводит к затруднению отслеживания перемещения покупателя от канала к каналу. Часть компаний не заинтересована во внедрении оmnikanальности из-за сложности прогнозирования результатов.

Одной из проблем перехода к оmnikanальности является логистика. Даже обеспечив правильную работу каналов связи с покупателем, компании забывают о такой важной вещи, как распределение собственных товаров. Только 46% опрошенных респондентов считают, что хорошо поддерживают оmnikanальный опыт покупок в своих центрах дистрибуции. Это касается выполнения заказов, размещенных на веб-сайте или с помощью мобильного приложения и дальнейшей доставке в удобное для покупателя место точно в срок. Часть компаний имеют серьезные проблемы с удовле-

творением покупательской потребности в удобном способе заказа и получения товара. В основном это происходит из-за отсутствия системы отслеживания остатков товара на складе. Зачастую, количество товара, отображающегося в интернет-магазине и реально доступного для отгрузки, не совпадает. В результате, клиент делает заказ, который не может быть выполнен. Это приводит к негативному покупательскому опыту и потере лояльности в целом. Еще один пример – неправильно указанные сроки доставки. Совершив заказ, клиент узнает, что на самом деле его товар может быть доставлен через 2–3 дня, а не в течение 2–3 часов. Как и в предыдущем случае, это приводит к снижению лояльности и покупательскому оттоку.

Одним из способов решения существующей проблемы становится правильное программное обеспечение. Обеспечив надлежащий учет складских остатков и синхронизацию данной информации с интернет-магазином и мобильным приложением, компания создаёт приятные покупательские впечатления и повышает лояльность. Вторым подходом становится грамотная организация курьерской службы. Своевременная доставка товара и удобные пункты самовывоза – ключ к завоеванию расположения клиентов. Также одним из главных изменений в компании должна стать публикация достоверной информации и выполнение данных обещаний.

Оmnikanальность – современный подход для построения долгосрочных отношений с клиентами, способ выделиться и получить весомое конкурентное преимущество. Собирая данные из разных каналов, компания сможет лучше узнать о потребностях покупателей. Omnikanальный ритейл отличный инструмент для персонализированных продаж. Однако из-за плохой логистики многие компании или не готовы к переходу на новый уровень, или тратят свои средства впустую. Отслеживание остатков товара на складе и организация курьерской службы во многом помогает организации перейти на omnikanальность и построить долгосрочные отношения с покупателями.

Литература

1. Андреев, А. Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А.Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 2. – С. 16.
2. Дымщиц, М. Потребительская лояльность: учеб. / М. Дымщиц. – М.: Вершина, 2010. – 200 с.
3. Молокович, А. Д. Транспортная логистика / А. Д. Молокович. – М.: Гревцов Паблицер, 2014. – 210 с.

УДК 656.135.4

Пискур Ю. В., к. э. н., **Зазерская В. В.,** доцент,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РЕСПУБЛИКИ ПОЛЬША

На современном этапе логистика приобретает большую значимость в управлении материальными, информационными и людскими потоками. Уже в начале XX века логистика сложилась как наука и сегодня имеет тенденции к развитию и формированию новых организационных форм, чтобы соответствовать экономическим условиям.

Актуальность логистики заключается в пяти основных факторах:

1. Экономический – поиск способов снижения затрат в целях увеличения прибыли.
2. Организационно-экономический – создание новых организационных форм для реализации процессов товародвижения.
3. Информационный – наиболее тесно связывает логистику и рынок, так как информационные потоки являются средством логистических процессов.
4. Технический – проявление логистики как системы, развитие субъектов и объектов управления в сфере автоматизации и компьютеризации и в транспортно-складском хозяйстве.
5. Регулирование хозяйственных процессов – предполагает регулирование процессов на уровне предприятий, регионов, а также в национальном масштабе.

Данные факторы являются составляющими логистического потенциала и влияют на различные области логистики.

В Республике Беларусь и Республике Польша большой спрос приходится на транспортную и железнодорожную логистику.

Рассматривая транспортную логистику, стоит отметить, что Беларусь и Польша находятся в выгодном географическом положении. В Республике Беларусь действуют 42 логистических центра, из них 11 принадлежит государству, а остальные были созданы с помощью иностранных инвесторов и за счет национальных средств. Так же действуют мультимодальные логистические центры. Под данным логистическим центром понимается обслуживание нескольких видов транспорта при совмещении технологии грузопереработки на терминалах, входящих в состав мультимодального логистического центра. Однако большинство таких центров в Беларуси выполняют функцию склада. В Польше логистических центров в несколько раз больше, и их работа обеспечивает мультимодальные перевозки.

Далее сравним страны по транспортным системам. Транспортный коридор – это высокотехнологическая транспортная система, которая концентрирует на определенном направлении транспортные коммуникации, обеспечивающие массовую перевозку грузов между густонаселенными районами.

Территорию Республики Беларусь пересекают три трансъевропейских транспортных коридора, определенных по международной классификации под номером II «Берлин – Варшава – Минск – Москва – Нижний Новгород» и IX «Хельсинки – Санкт-Петербург/Москва – Киев – Кишинев» с ответвлением IХВ «Калининград/Клайпеда – Вильнюс – Минск – Киев – Кишинев» (рис. 1). Они связывают Западную Европу со многими промышленными центрами Беларуси, России, Украины, Литвы, Молдовы и другими странами.

Использование транспортного коридора № 2 позволяет сократить издержки на 20-30% по сравнению с выбором маршрута через Украину или страны Балтии. Транспортный коридор № 9 обеспечивает организованную транспортную связь между северными и южными морями Европейского континента.

На территории Республики Польша проходит четыре транспортных коридора:

- II «Берлин – Варшава – Минск – Москва – Нижний Новгород»,
- III «Брюссель – Ахен – Кёльн – Дрезден – Вроцлав – Каговице – Краков – Львов – Киев»,
- IA «Хельсинки – Таллин – Рига – Каунас и Клайпеда – Варшава и Гданьск»,
- IB «Рига – Калининград – Гданьск» (рисунок 2).

В Республике Беларусь протяженность республиканских автомобильных дорог составляет 15,7 тыс. км, однако многим странам Евросоюза уступает в качестве. Так, например, в Германии 100% дорог с твердым покрытием, а в Беларуси твердое покрытие имеют 86% дорог. Протяженность национальных дорог в Польше более 18,8 тыс. км, из них 550 км составляют автострасы и 230 км – скоростные дороги.

Доля логистики в Республике Беларусь составляет 5,7% от всего ВВП, в то время, как в Польше – 15% (табл. 1). Это говорит о том, что рынок логистических услуг в Беларуси находится на стадии становления и свой потенциал реализует лишь на 20–25%.

Таблица 1 – Доля рынка логистических услуг в ВВП РБ и странах Евросоюза

Страны	Доля рынка в ВВП, %
Беларусь	5,7
Польша	15
Литва	14
Латвия	10,2
Германия	17

Рассмотрим основные проблемы транспортной логистики:

1. Одной из главных проблем является недостаток программных продуктов для логистики. На сегодняшний день на рынке существует множество программ и их количество постоянно растет, но конкретно для транспортной логистики таких продуктов нет. Это достаточно серьезная проблема, поскольку настроить похожие программы, например 1С, возможно, но максимальную наглядность расходов и их правильность гарантировать нельзя.
2. В настоящее время транспортные компании стараются минимизировать риски повреждения или потери груза. Страховые компании не гарантируют возмещение стоимости ущерба в полной мере, поэтому возникает трудность приобретения страхования в соотношении ее стоимости и величины выплат.
3. Сложность и длительность таможенного оформления. Таможенная процедура – это процедура, определяющая совокупность требований и условий, включающих в себя порядок применения в отношении товаров и транспортных средств таможенных пошлин, налогов, запретов и ограничений, установленных в соответствии с законодательством. Возникают проблемы с правильностью оформления документов и, соответственно, с быстротой их оформления, увеличивается время прохождения государственных границ.

Для выявления уровня качественных показателей логистики Республики Беларусь и Республики Польша необходимо использовать индекс интенсивности логистики (LPI). Оценка эффективности логистики осуществляется по бальной системе от 1 (min) до 5 (max).

Состав шести ключевых направлений оценки качества логистических услуг в стране (LPI):

1. Эффективность процесса оформления (скорость, простота и предсказуемость формальностей) органами пограничного контроля, в том числе таможенных.
2. Качество и развитость инфраструктуры (например, порты, железные дороги, дороги, информационные технологии).
3. Простота организации по конкурентоспособным ценам поставок.
4. Компетентность и качество логистических услуг (например, транспортных операторов, таможенных брокеров).
5. Возможность отслеживать грузы в любой момент времени.

6. Своевременность доставки грузов в пункт назначения, соблюдение запланированного или ожидаемого времени поставки.

Рассмотрим показатели по шести субиндексам LPI Беларуси и Польши в 2016 и 2018 годах.

Таблица 2 – Субиндексы LPI Республики Беларусь и Республики Польша

Критерии оценки качества логистических услуг	Республика Беларусь		Республика Польша	
	2016	2018	2016	2018
Эффективность процесса таможенного оформления	2,06	2,35	3,27	3,25
Качество и развитость торговой и транспортной инфраструктуры	2,10	2,44	3,17	3,21
Простота организации по конкурентоспособным ценам поставок	2,62	2,31	3,44	3,68
Компетентность и качество логистических услуг	2,32	2,64	3,39	3,58
Возможность отслеживать грузы в любой момент времени	2,16	2,54	3,46	3,51
Своевременность доставки грузов в пункт назначения	3,04	3,18	3,80	3,95
LPI(место страны)	2,40(120)	2,57(103)	3,43(33)	3,54(28)

Анализируя данные, можно увидеть, что обе страны улучшили свои позиции в общем рейтинге стран. Беларусь улучшила все показатели, кроме показателя цен поставок. Это связано в целом с экономической ситуацией в стране. Польша также увеличила свои показатели качества, однако снизилась эффективность процесса таможенного оформления, что также связано с экономической и политической ситуацией в стране.

В Республике Беларусь и Республике Польша разработаны государственные программы по развитию транспортной логистики до 2020 г. На сегодняшний день эти программы реализуются, что подтверждается их позициями в общем рейтинге стран. Поскольку Беларусь и Польша являются транзитными странами, это должно стимулировать к упрощению пограничных и таможенных процедур, способствовать развитию транспортной инфраструктуры, также увеличить вероятность своевременной доставки грузов. Взаимодействие улучшенных факторов в целом повысит качество транспортной логистики, логистических услуг.

Литература

1. [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://www.gov.pl>.
2. Курочкин, Д. В. Логистика : практикум / Д. В. Курочкин. – 2-е изд. – Минск : ФУАинформ, 2014. – С. 8.
3. [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/international/global/2018>
4. Транспорт и связь в Республике Беларусь: статист. сб. – Минск: Нац. статист. комитет Республики Беларусь, 2012. – 152 с.
5. [Электронный источник]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>

Рамская Л. К., магистрант кафедры менеджмента,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ВОЗМОЖНОСТИ АУТСОРСИНГА В ЛОГИСТИКЕ

Для прогрессивного развития экономики Республики Беларусь на сегодняшний день актуальным является вопрос улучшения транспортной логистики. Благодаря своему географическому положению, как внутриконтинентальное государство, наша страна имеет привлекательность в сфере международного транзита, а также в поиске новых перспективных рынков транспортных услуг. С интегрированием республики в мировую экономику и повышением транспортно-логистического потенциала страны реализуются преимущества рационального использования транспортных сетей, оптимального расположения логистических центров, что обеспечивает выгодные пути и временные затраты на прохождение грузов.

Предмет логистики состоит в организации рационального процесса движения товаров и услуг от поставщиков сырья к потребителям, функционирования сферы обращения продукции, товаров, услуг, управления запасами, создания инфраструктуры товародвижения [1, с. 19].

Логистическая система – это сложная, динамичная система, основной целью которой является осуществление товарообращения для своевременного обеспечения потребностей экономики и населения в товарах и продукции производственно-технического назначения с наименьшими издержками.

Логистическую систему можно разделить на следующие подсистемы:

1. **Производственная логистика.** Целью производственной логистики является оптимизация материальных потоков внутри предприятий, которые создают материальные блага или предоставляют материальные услуги.
2. **Закупочная логистика** – это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. Целью закупочной логистики является адекватное и полное удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью.
3. **Транспортная логистика** – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с организацией перевозки (перемещения) грузов, пассажиров и багажа, наиболее рациональная схема перемещения грузов от грузоотправителя к грузополучателю с использованием одного или нескольких видов транспорта.
4. **Складская логистика** – это отрасль логистики, занимающаяся вопросами разработки методов организации складского хозяйства, системы закупок, приемки, размещения, учета товаров и управления запасами с целью минимизации затрат, связанных со складированием и переработкой товаров.
5. **Распределительная логистика** – это логистическая деятельность, связанная с доведением готовой продукции до потребителя согласно интересам и требованиям последнего, с учетом экономических выгод для предприятия, а также передача, хранение и обработка соответствующей информации.
6. **Информационная логистика** – это совокупность между логистической системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления и контроля за логистическими операциями [2, с. 35].

С каждым годом количество и протяжённость транспортных артерий планеты неуклонно растёт, всё новые государства вовлекаются во всеобщую логистическую систему, по каналам которой непрерывно перемещаются потоки сырья, материалов, комплектующих и готовой продукции. Поэтому компании вынуждены либо повышать собственные затраты на оптимизацию путей перевозок и увеличение количества транспортных единиц, что неизменно приводит к повышению себестоимости продукции и, как следствие, к снижению прибыли; либо искать иные средства снижения общих затрат на производство.

Самостоятельно достичь высоких результатов во всех сферах деятельности компании практически невозможно, а иногда и не целесообразно. Поэтому для многих предприятий привлечение услуг сторонних организаций станет эффективным решением. В условиях поиска вариантов развития транспортной структуры возрастает внимание к аутсорсингу, который становится не только методом повышения эффективности, но и неотъемлемой составляющей антикризисного управления организацией.

Аутсорсинг – это форма сотрудничества между предприятиями, при котором независимый внешний исполнитель (аутсорсер) привлекает и использует от своего имени и на свою ответственность, но в интересах заказчика (аутсорси), факторы производства для выполнения задачи или функции в соответствии с требованиями аутсорси на безрисковой, возмездной основе. В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый, эпизодический, случайный характер, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее одного года) [3, с. 8].

Таким образом, аутсорсинг – это, говоря иными словами, процесс передачи компанией части собственных, производственных или бизнес-процессов другой компании, являющейся экспертом в данной области. Делегируя процессы, не относящиеся к основному производству, но являющиеся стратегически важными для аутсорсера (компания, берущей «чужие» функции на себя), компания совершает взаимовыгодный обмен.

Большое влияние на современную логистику оказывают процессы глобализации и интернационализации. При грамотном построении и реализации, аутсорсинговая схема становится важнейшим инструментом оптимизации логистической цепочки. Для крупных предприятий логистический аутсорсинг – необходимый элемент управления сложными алгоритмами поставок. Привлекая специалистов специализированной логистической компании, предприятие получает целый ряд преимуществ, наиболее важные из которых следующие:

- Сокращение или полное исключение из статьи затрат расходов на содержание целого отдела логистики или отдельных сотрудников.
- Возможность использования специализированных методик, в том числе и новейших разработок IT-технологий в области логистики.
- Отсутствие необходимости дополнительного обучения сотрудников и повышения их квалификации.
- Высвобождение персонала, финансов и времени для направления их в более значимый сектор производства.
- Уменьшение рисков, связанных с осуществлением логистических процессов.

Очевидно, что использование аутсорсинговых схем подразумевает качественный и стандартизированный сервис. Немаловажную роль играет и сокращение финансовых рисков компании, поскольку логистический посредник берет на себя ответственность за исполнение той или иной логистической операции. В ряде случаев при использовании аутсорсинга может наблюдаться значительное сокращение издержек

на логистическую часть бизнеса за счет сокращения транспортных расходов, трат на приобретение оборудования и содержание многочисленного штата специалистов по логистике. Кроме того, за счет жесткой конкуренции на рынке логистических услуг логистические компании стремятся сделать наиболее выгодное коммерческое предложение для своих клиентов в части оптимального соотношения цены и качества, услуги. В стратегическом плане использование аутсорсинга позволяет компании сконцентрироваться на профильном бизнесе без отвлечения ресурсов на логистику.

Передача функций логистики третьей стороне является экономически оправданной, так как при этом происходит повышение качества логистических услуг в целом, развитие логистической инфраструктуры и переход от комплексной логистики к логистике интегрированной, которая позволяет более эффективно реализовывать цели бизнеса.

Литература

1. Фразелли, Э. Мировые стандарты складской логистики / Эдвард Фразелли. – М.: Альпина. – 2012. – 330 с.
2. Ковалев, М. М. Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы: монограмма / М. М. Ковалев, А. А. Королева, А. А. Дутина. – Минск: Изд. центр БГУ, 2017. – 327 с.
3. Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аустаффинг: высокие технологии менеджмента: учебн. пособие / Б. А. Аникин, И. Л. Рудал. – М.: ИНФАРА–М, 2011. – 45 с.

УДК 656.13

Ренковская В. С., Никонович М. В., Кулаков И. А., ст. преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Транспорт – одна из важнейших отраслей хозяйства. Он не только обеспечивает потребности хозяйства и населения в перевозках, но и является крупнейшей составной частью инфраструктуры, служит материально-технической базой формирования и развития территориального разделения труда, оказывает существенное влияние на динамичность и эффективность социально-экономического развития отдельных регионов и страны в целом. Специфика транспорта как сферы экономики заключается в том, что он сам не производит новой продукции, а только участвует в её создании, обеспечивая сырьем, материалами, оборудованием производство и, доставляя готовую продукцию потребителю, увеличивает тем самым её стоимость на величину транспортных издержек, которые включаются в себестоимость продукции [1].

Беларусь – важная транспортная артерия евразийского пространства. Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн тонн европейских грузов. Доля транспортной отрасли в ВВП составляет в среднем 6–7%. Также можно отметить, что на транспортные услуги в стране приходится свыше 44 % от общего объема экспорта услуг. От транспортной деятельности республики получено почти 16 % совокупного объема чистой прибыли и около 11% налоговых поступлений в бюджет.

В Республике Беларусь число официально действующих транспортно-экспедиционных и логистических предприятий постоянно растёт. В 2011 году число

предприятий по транспорту составляло всего лишь 8404, а логистических центров – 11, сейчас функционирует 13228 предприятий, 41 логистический центр и свыше 17 тыс. индивидуальных предпринимателей, которые обеспечивают занятость порядка 275 тыс. человек, или 6,2 % от общей численности людей, занятых в экономике республики [2].

Транспортно-логистические услуги (transport-logistical services) – услуги, связанные с организацией перевозки (перемещения) грузов, пассажиров и багажа (СТБ 2047–2010).

Рассмотрим транспортную структуру Республики Беларусь:

Автомобильный транспорт. Автомобильная логистика занимает ведущее место в транспортно-логистической системе Беларуси. Данный факт обусловлен географическим расположением республики, а также преимуществами автомобильного транспорта как оптимального и эффективного средства доставки «от двери до двери» и распределения товаров. По состоянию на 1 января 2017 г. в Беларуси протяженность сети автомобильных дорог общего пользования составляла 87 031 км (в том числе республиканских дорог – 15 970 км, местных дорог – 71 061 км).

Территорию Беларуси пересекают два трансъвропейских транспортных коридора под номерами II (запад – восток) и IX (север – юг). Сегодня в нашей стране доля автомобильного транспорта в общем объеме грузоперевозок превышает 40% и постоянно увеличивается. При этом эксплуатируется более 418 тыс. грузовых автомобильных транспортных средств. Автомобильным транспортом перевозится свыше 58% от общего объема перевозок пассажиров. Более 90% объема перевозок пассажиров в регулярном сообщении обеспечивается организациями автомобильного транспорта общего пользования коммунальной формы собственности.

Итог состояния, рост удельного веса автомобильного транспорта в структуре перевозок прослеживается последние 5 лет. Балансируя между спросом и предложением, рынок автотранспортных услуг адекватно реагирует на все происходящие события (запреты, ограничения, санкции и т. д.) [3].

Железнодорожный транспорт. Сегодня Белорусская железная дорога (БЖД) – это современная, хорошо развитая транспортная система протяженностью порядка 5,5 тыс. км железнодорожных путей общего пользования, из которых более 1100 км электрифицировано. Перевозки грузов осуществляются поездами массой до 7 тыс. т и длиной до 1500 м. Специфика положения БЖД заключается в том, что она находится на стыке разной ширины колеи, выступая связующим звеном между странами СНГ и Западной Европы. В Республике Беларусь разработан и реализован упрощенный порядок таможенного оформления грузов, перевозимых железнодорожным транспортом. БЖД осуществила полный переход на электронный документооборот при перевозке грузов через все пограничные переходы в сообщении Беларусь – Россия. На отдельных участках железной дороги выполнены работы по внедрению современных микропроцессорных систем.

Итог состояния. Теряет позиции в борьбе за грузы с автомобильным транспортом.

Воздушный транспорт. Роль воздушного транспорта незначительна в республике. В стране имеются семь аэропортов, из которых проложены 58 международных воздушных трасс, используемых 1130 авиакомпаниями из 98 государств мира. Сегодня осуществляется более 200 тыс. полетов воздушных судов в год. Протяженность сети международных воздушных трасс составляет более 25 тыс. км. Белорусские авиаперевозчики представлены двумя авиакомпаниями: «Национальная компания «Белавиа» и «Трансaviaэкспорт». Средний возраст парка пассажирских воздушных судов составил 14,8 лет. Спрос на авиаперевозки вырос во всем мире, это подтверждает и Междуна-

родная ассоциация воздушного транспорта (IATA), которая в июне 2016 г. зафиксировала рекордные темпы роста грузовых авиаперевозок за последние 14 месяцев.

Итог состояния. Хотя воздушный транспорт и занимает небольшую часть в общем объеме перевозок грузов, но достаточно успешно идет по пути его увеличения [4].

Внутренний водный транспорт. Перевозкой и перевалкой грузов занимаются около 10 портов, расположенных в Мозыре, Гомеле, Могилеве и др. Некоторые из них имеют железнодорожные подъездные пути. По территории республики проходит водный путь международного значения Буг – Припять – Днепр – Черное море, по которому перевозятся различные грузы.

Итог состояния. В последнее время перевозки грузов речным транспортом находятся под пристальным вниманием государства, которое пытается решить проблемы речников, но их объем составляет лишь 0,46% от общего объема перевозок.

Трубопроводный транспорт. На территории Республики Беларусь широко используется этот вид транспорта для транспортировки газа, нефти и нефтепродуктов. Через Беларусь проложен основной для российского экспорта нефтепровод «Дружба», а также менее значимый нефтепровод Ярославль - Полоцк - к прибалтийским портам и НПЗ, проходит участок магистрального газопровода «Ямал - Европа».

Итог состояния. Состояние значительно зависит от общей экономической ситуации как в Беларуси, так и в странах, которые являются ее основными торговыми партнерами.

Транспорт, обслуживая практически все виды международных экономических отношений, является важнейшим источником валютных поступлений в республике, выступая на международном рынке как экспортер транспортных услуг. В общем объеме экспорта услуг 44,1% составляет экспорт транспортных услуг, в том числе железнодорожный транспорт – 20,5%, автомобильный транспорт – 12,0% и воздушный транспорт – 1,9%. Наиболее динамично растет экспорт автотранспортных услуг.

В настоящее время в Республике Беларусь зарегистрировано свыше 12000 субъектов хозяйствования, имеющих лицензию на выполнение международных автомобильных перевозок [5].

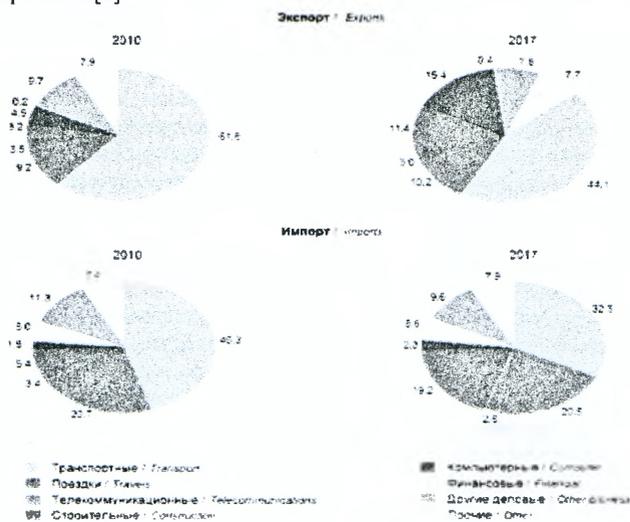


Рисунок 1 – Экспорт и импорт транспортных услуг [6]

Транспортный комплекс республики удерживает доминирующее положение во внешней торговле услугами и является одним из основных источников поступления валюты в стране.

На рисунке 1 чётко просматривается большой объём транспортных услуг, направленных на экспорт. На графиках изображена разница между экспортом и импортом. То есть это подтверждает, что транспортный комплекс играет огромную положительную роль в экономике страны. В целом, хоть ситуация и весьма положительна, но ещё есть над чем работать и какие стороны совершенствовать.

Одними из основных показателей деятельности предприятий транспортного комплекса является грузо- и пассажирооборот.

Таблица 1 – Данные по видам транспорта [6]

Вид транспорта	Вид перевозки	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Автомобильный транспорт	пассажирские, млн чел.	1440,3	1435,8	1415,5	1304,4	1216,4	1161,2	1174,8
	грузовые, млн т/км	19 436	22 031	25 603	26 587	24 523	25 239	26 987
Железнодорожный транспорт	пассажирские, млн чел.	89	100,5	99,4	91,6	87,1	81,8	80,5
	грузовые, млн т/км	49 406	48 351	43 818	44 997	40 785	41 107	48 538
Воздушный транспорт	пассажирские, млн чел.	1	1,3	1,6	2	2,1	2,5	3,0
	грузовые, млн т/км	27	34	27	65	77	108	83
Внутренний водный транспорт	пассажирские, млн чел.	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
	грузовые, млн т/км	143	134	84	49	21	21	32
Трубопроводный транспорт	грузовые, млн т/км	65 258	61 134	61 220	59 704	60 552	59 345	57 708

На рисунке 2 представлена динамика количества перевезённых грузов и пассажиров, которая имеет тенденцию к снижению железнодорожного и трубопроводного транспорта, к увеличению автомобильного транспорта. Анализ грузооборота и пассажирооборота проанализирован в разрезе видов транспорта. По диаграммам видно, что основную долю грузооборота составляют трубопроводный, железнодорожный и автомобильный транспорт. Что касается пассажирооборота, то наибольший удельный вес принадлежит автомобильному транспорту, железнодорожному и воздушному транспорту.

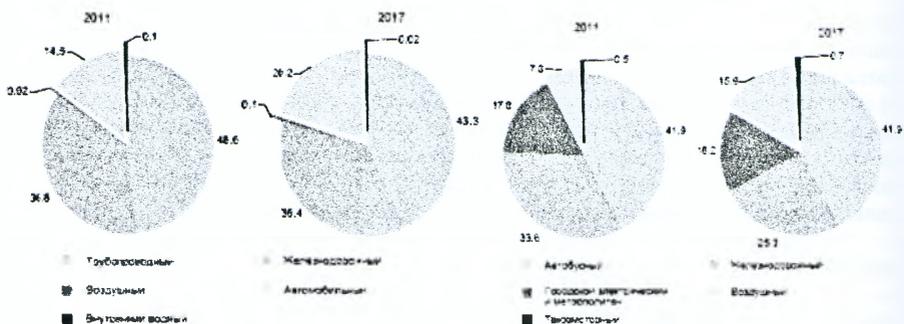


Рисунок 2 – Грузооборот и пассажирооборот по видам транспорта в 2017 г. [6]

Проведенный анализ рынка транспортно-логистических услуг показал лидирующие позиции автомобильного транспорта. В связи с чем предлагаем направления развития автотранспортного комплекса:

1. Выполнение Государственной программы развития автомобильного транспорта Республики Беларусь, которая носит комплексный характер и содержит перечень и механизм реализации мероприятий по развитию автомобильных перевозок пассажиров и грузов, необходимых для достижения устойчивого роста их объемов, а также повышения эффективности и качества обслуживания экономики и населения;
2. Выполнение Государственной Программы развития наземного городского электрического транспорта Республики Беларусь, которая предусматривает гарантированное и эффективное удовлетворение потребностей населения республики в безопасных и качественных услугах по перевозке пассажиров и является основой для формирования конкретных программ в городах Республики Беларусь обладающих городским наземным электротранспортом;
3. Совершенствование маршрутной сети автомобильных перевозок пассажиров в регулярном сообщении с учетом потребностей населения;
4. Формирование единого информационно-технологического пространства грузовых автомобильных перевозок на основе современных систем рыночного мониторинга, анализа, логистики и статистики транспортных связей и процессов;
5. Реализация программы инновационного развития, определение направлений, по которым возможно создание новых мощностей и производств, внедрения новых технологий на пассажирском транспорте;
6. Обновление пассажирского и грузового подвижного состава организаций автомобильного транспорта;
7. Формирование конкурентоспособной среды в области транспортной деятельности на внутреннем и внешнем рынках транспортных услуг;
8. Развитие внешнеэкономической деятельности в сфере автомобильного транспорта, международных автомобильных перевозок грузов и пассажиров, в т. ч. в туристических целях.
9. Для обеспечения высокой скорости грузопотока необходимо наличие трасс с хорошим дорожным покрытием.
10. Развитие логистической системы, охватывающей различные сферы деятельности в стране. В индустриально развитых странах логистика давно поставлена на службу повышения эффективности управления движением материальных потоков. В современной рыночной среде процесс совершенствования логистического управления то-

вародвижением объективно приводит к усилению интеграции организаций, участвующих в перемещении товаров.

Таким образом, развитие рынка транспортно-логистических услуг является одним из важнейших стратегических инструментов в конкурентной борьбе не только для отдельных организаций, но и страны в целом.

Литература

1. Аксенюк, И.Я. Транспорт: история, современность, перспективы, проблемы. – М.: Наука, 1985.
2. [Электронный источник]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/economy_ru
3. Автомобильный транспорт Беларуси – 2008: "Синяя книга" IRU / [Международный союз автомобильного транспорта] IRU. Ассоциация международных автомобильных перевозчиков "БАМАП"
4. Ивуть, Р. Б. Логистика / Р. Б. Ивуть, С. А. Нарушевич. – Минск: БНТУ, 2004. – 328 с.
5. Транспорт и связь в Республике Беларусь: статист. сб. – Минск: Нац. статист. комитет Республики Беларусь, 2012. – 152 с.
6. [Электронный источник]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>

УДК 656.022.88

Станчук В. В., аспирант.

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК НЕГАБАРИТНЫХ И ТЯЖЕЛОВЕСНЫХ ГРУЗОВ

Транспортировка негабаритных грузов на сегодняшний день весьма востребована ввиду необходимости перевозок разного рода специальной, строительной, сельскохозяйственной и прочей техники, больших цистерн, промышленного оборудования и других негабаритных тяжеловесных грузов. Специфика негабаритных перевозок, помимо необходимости задействовать специализированный подвижной состав, заключается во многих моментах, без учета которых своевременная и безопасная доставка негабарита к месту назначения невозможна.

На сегодняшний день перевозка крупногабаритной техники является одной из основных проблем, с которыми приходится сталкиваться подрядчикам строительных, автомобильных и промышленных компаний. Очень важно, чтобы процесс работы на разных объектах был организован таким образом, чтобы специализированная техника доставлялась на место назначения своевременно и уже в том состоянии, в котором она будет использоваться.

Стоит отметить, что специальной литературы по теории, связанной с данной темой, очень мало. Именно поэтому разобрано очень много практического материала, в основном, информацию, доступную на домашних страницах транспортных компаний. Поскольку требования к перевозкам постоянно дополняются и изменяются, именно эти источники являются самым надежными и правдивыми при анализе информации, связанной с перевозкой негабаритного груза.

Негабаритный груз представляет собой громоздкий или тяжелый предмет, который из-за своих технических параметров или специфических особенностей нельзя

перевозить в закрытом дорожном транспортном средстве или закрытом контейнере, то есть стандартными видами транспорта [1].

Критериями, по которым груз идентифицируется как негабаритный, являются его ширина, длина и высота. Таким образом, если перевозимый груз, установленный на подвижной состав, превышает по длине 20 метров, по ширине 2,55 метра, по высоте 4,0 метра, то он автоматически попадает под категорию негабаритных [2]. К таким грузам можно отнести, например, яхты, транспорт (например, сельскохозяйственный), емкости, краны, станки, то есть именно такой негабарит, который невозможно перевезти обычным транспортом. Перемещение подобных грузов посредством железнодорожного или авиатранспорта является затруднительным и дорогостоящим процессом, поэтому именно автомобильные перевозки грузов – самый доступный и вместе с тем экономичный способ транспортировки негабарита.

Негабаритные перевозки относятся к числу наиболее сложных и трудоемких. Фирма-перевозчик несет большую ответственность за сохранность и целостность груза перед грузовладельцем. Во время транспортировки учитываются все наиболее важные и значимые факторы, поэтому при подготовке внимание акцентируется на выработке наиболее оптимального решения для транспортировки груза, что позволяет оптимизировать затраты, а также качественно осуществлять поставленную задачу в кратчайшие сроки.

Во избежание проблем во время транспортировки негабаритного груза необходимо учитывать особенности процесса транспортировки негабаритных грузов, нужно особенно тщательно и детально проводить подготовку перевозки.

Перевозки негабаритных грузов, кроме обеспечения технологии собственно транспортного процесса, могут предусматривать:

- 1) производство погрузочно-разгрузочных работ (ПРР), в т. ч., перевалку с одного вида транспорта на другой;
- 2) усиление дорожных покрытий и мостов;
- 3) реконструкцию инженерных коммуникаций, ЛЭП и связи;
- 4) строительство различных объездов и подъездных автодорог;
- 5) изготовление новых или реконструкцию существующих транспортных средств;
- 6) изготовление нестандартизированного технологического оборудования и оснастки;
- 7) проведение множества согласований на самых различных уровнях, в том числе, решение вопросов по землеотводу и получению разрешений на строительство, например, дорог и др. [3].

Многие из перечисленных мероприятий требуют выполнения сложных проектно-конструкторских работ.

В связи с этим особое место в организации перевозок должно уделяться работам по выбору оптимальной транспортно-технологической схемы осуществления перевозки и согласованию ее со всеми заинтересованными организациями.

Также следует учесть, что согласования могут продолжаться в течение нескольких месяцев и даже лет.

Многие вопросы могут быть решены только на уровне государственных органов, городских администраций или других подобных учреждений.

Этапы транспортировки негабаритных и тяжеловесных грузов:

- 1) подбор подходящей транспортной или логистической фирмы;
- 2) подбор специального транспорта с учетом всех характеристик конкретного груза;
- 3) выбор оптимального маршрута следования;
- 4) оформление необходимых разрешений;
- 5) организация сопровождения груза.

Порядок оформления автодоставки включает в себя оформление различных необходимых документов, например:

- 1) товарно-транспортной накладной;
- 2) счета-фактуры, если речь идет о перевозке товаров;
- 3) сертификатов происхождения для товаров импортного производства;
- 4) разрешений или лицензий;
- 5) гарантийного письма об оплате в случае, если оплата за доставку будет произведена после доставки получателю;
- 6) страхового полиса, если это требуется.

Выбор оптимальных маршрутов транспортировок зависит от специфики груза, его размеров и назначения. Особую сложность представляет выбор маршрута для крупногабаритных или негабаритных грузов.

Выбор маршрута перевозки груза преследует главную цель – обеспечить безопасность транспортировки груза и надлежащие условия его перевозки. Также оптимальный выбор маршрута перевозки грузов позволяет обеспечить безопасность других участников дорожного движения. Особенное значение этот фактор имеет для негабаритных грузов. Маршрут перевозки уникально тяжелого груза должен быть составлен так, чтобы не допустить повреждения других автомобилей или дорожного покрытия.

Транспортировка груза осуществляется по дорогам общего пользования, поэтому выбор оптимальных маршрутов грузоперевозки будет зависеть от общей проходимости трассы и ее скоростного режима. Нельзя не учитывать индивидуальные особенности трассы: качество асфальтового покрытия, уклон, ширину проезжей части, наличие всевозможных препятствий в виде мостов, железнодорожных насыпей, переездов и др.

Таким образом, составляя маршрут из точки А в точку Б, необходимо иметь четкое представление обо всех дорогах, по которым может осуществляться грузоперевозка. При разработке маршрута перевозки следует руководствоваться следующими параметрами:

- 1) основные технические характеристики транспортных средств;
- 2) специфика грузов, требования к особым условиям их перевозки;
- 3) состав организаций, согласующих маршрут и осуществляющих контроль за всеми;
- 4) этапы выполнения транспортных операций;
- 5) организационные обязанности сторон.

Ниже представлена таблица с требованиями к перевозке негабаритных и крупногабаритных грузов:

Кроме того, на транспортных средствах, перевозящие крупногабаритные и тяжеловесные грузы должны быть установлены опознавательные знаки «Автопоезд», «Крупногабаритный груз» и «Длинномерное транспортное средство» (см. рисунок 1).



Знак «Автопоезд»



Знак «Крупногабаритный груз»



Знак «Длинномерное транспортное средство»

Рисунок 1 – Опознавательные знаки негабаритного груза [5]

Таблица 1 – Требования к перевозке негабаритных и крупногабаритных грузов

Параметры автопоезда с грузом	Изменения параметра	Необходимость разрешения	Автомобиль прикрытия	Патрульный автомобиль
Длина автопоезда с грузом (м)	20-24	необходимо		
	24-30	необходимо	необходимо	
	30 и более	необходимо		необходимо
Ширина автопоезда с грузом (м)	2,55-3,49	необходимо		
	3,50-3,99	необходимо	необходимо	
	4 и более	необходимо		необходимо
Высота автопоезда с грузом (м)	4,00-4,49	необходимо		
	4,50 и более	разработка маршрута в зависимости от препятствий с привлечением спецтехники по подъему электросетей и т.д.		
Вес автопоезда с грузом (т)	38-44	необходимо		
	44 и более	разработка спецпроекта		

Что касается документооборота в негабаритных грузоперевозках, то, первую очередь, потребуется счет или счет-фактура. В этом сопроводительном документе, выписываемом продавцом товара покупателю, указывается следующая информация: наименование и координаты обеих сторон, время и номер заказа, описание груза, упаковочные данные, точные обозначения и номера, проставленные на упаковке, цена груза, а также способ его оплаты и поставки.

Далее следует счет-проформа, где указываются цена и стоимость товара, однако он не является расчетным документом, поскольку в нем нет требования об уплате обозначенной суммы. Таким счетом может быть оформлен товар, который уже отгружен, но еще никем не приобретен, и наоборот.

Упаковочный лист содержит перечень позиций груза с указанием номера и веса каждого места груза. Это грузосопроводительный документ, являющийся дополнением к счет-фактуре.

Одним из важнейших этапов организации процесса перевозки крупногабаритных грузов является получение всех необходимых разрешений.

Литература

1. Конвенция о договоре международной перевозки грузов (КДПГ). – 1956. – 16 с.
2. Таможенная конвенция о международной перевозке грузов с применением книжки МДП (Конвенция МДП). – 1975. – 346 с.
3. Мельников, И. С. Грузовые автомобили. Охрана труда / И. С. Мельников – Москва, 2008. – 128 с.
4. Негабаритные грузоперевозки // Транспортная компания «БелАМРО» [www.belamro.by]. – 2018. – Режим доступа: <http://belamro.by/index.php/ru/nashi-uslugi/gruzopercvozki>. – Дата доступа: 10.10.2018.
5. Правовой портал kodeksy-by.com// ПДД РБ [www.kodeksy-by.com]. – 2012. – Режим доступа: <http://kodeksy-by.com/pdd.htm>. – Дата доступа: 10.10.2018.

Фешенко С. Л., магистр экономических наук,
УО «Белорусский государственный университет информатики и
радиоэлектроники».

Атаманчук Е. Л., магистр экономических наук,
УО «Белорусский государственный университет информатики и
радиоэлектроники»,
г. Минск, Республика Беларусь

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ КОРИДОРОВ

Термин «транспортный коридор» (transport corridor) был введен Комитетом по внутреннему транспорту Европейской экономической комиссии Организации Объединенных Наций в середине 1980-х гг. в результате анализа транспортных потоков между Южной Европой и странами Скандинавии.

Транспортный коридор – это часть национальной или международной транспортной системы, которая обеспечивает значительные грузовые перевозки между отдельными географическими районами. Включает в себя: подвижные транспортные средства и стационарные устройства всех видов транспорта, работающих на данном направлении, а также совокупность правовых условий осуществления этих перевозок [1, с. 217].

Наступившая цифровая эпоха выдвигает новые требования к организации работы транспортных коридоров. Основные из них: обеспечение непрерывного мониторинга грузовых потоков, осуществление электронного взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности с транспортно-логистическими компаниями и органами государственного контроля. Выполнение перечисленных требований возможно в рамках цифровых транспортных коридоров [2].

Цифровой транспортный коридор, согласно представлению ИВА IT Park и НТА «Инфопарк», – это концептуальный принцип организации грузоперевозок, опирающийся на возможности передовых информационных технологий. Его назначение – информационная поддержка перевозок, безбумажный документооборот и создание условий для достижения «баланса интересов» клиентов, перевозчиков, транспортно-логистических комплексов и экспедиторов [3].

Цифровой транспортный коридор реализуется как информационно-сервисная система сбора, обработки и консолидации информации о транспортных средствах, грузах и сопроводительных документах на всех этапах перевозки, технологических операциях. Данная система предполагает работу в формате «одного окна» без территориальных ограничений с круглосуточным доступом [4].

Одним из обязательных условий функционирования цифровых транспортных коридоров является внедрение электронных сопроводительных документов, электронных навигационных пломб и их взаимное признание.

На сегодняшний день взаимодействия бизнеса с государственными контролирующими органами осуществляется, как правило, в бумажной форме. Использование электронных сопроводительных документов позволит существенно повысить эффективность этого процесса. В результате произойдет снижение себестоимости товаров и услуг за счет устранения дублирования документов, сокращения объема передаваемой информации и экономии времени и ресурсов на ее обработку; повысится уровень «прозрачности» трансграничных сделок и упростятся процессы их отслеживания; упростится процесс учета и взимания налогов.

Применение в рамках цифровых транспортных коридоров электронных навигационных, так называемых интеллектуальных пломб дает ряд преимуществ. Во-

первых, это обеспечение безостановочной транспортировки грузов и бесшовного прохождения границ, что принесет существенный экономический эффект за счет сокращения времени на их транспортировку и пребывания на таможне. Сокращение времени на прохождение таможни возможно за счет минимизации проверок и упрощения документооборота в результате использования данных из системы электронного пломбирования. Во-вторых, это повышение безопасности перевозки груза за счет отслеживания его местоположения в реальном режиме времени [5].

Таким образом, создание цифровых транспортных коридоров:

- сократит сроки транспортировки грузов;
- привлечет дополнительные транзитные грузопотоки;
- повысит экономическую эффективность транспортных систем и размер налоговых поступлений от их функционирования;
- снизит риски и повысит вероятность устранения возможных отрицательных последствий в функционировании транспортных систем;
- обеспечит условия для развития добросовестной конкуренции;
- способствует организации дополнительных рабочих мест и точек экономического роста в регионах, расположенных вдоль транспортных коридоров;
- повысит «прозрачность» и предсказуемость процесса транспортировки;
- способствует привлечению международных инвестиций в развитие и модернизацию транспортной инфраструктуры.

Литература

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. – 20-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 484 с.
2. Беляцкая, Т. Н. Диффузия цифровых технологий / «Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы» под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 10–29.
3. Панельная дискуссия «Цифровые транспортно-таможенные коридоры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iba.by/news/f8266a62dc8238b7.html>
4. Цифровые Транспортные Коридоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Documents/2.%20Инфопарк%20Пакет%20цифровых%20услуг%20для%20транзитных%20коридоров%20ЕАЭС.pdf>.
5. Беляцкая, Т. Н. Управление электронной экономикой / Т. Н. Беляцкая // Наука и инновации. – 2018. – № 5.

УДК 334.012.64

Кот Н. Г., старший преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ СКРЫТНОСТИ И ПРОЗРАЧНОСТИ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Малое предпринимательство является важнейшей составляющей рыночной экономики и играет важную роль в социальной стабилизации, создании новых рабочих мест, ускорения экономического роста за счет реструктуризации экономики и перераспределения трудовых ресурсов.

Развитие и становление малого предпринимательства в разных странах происходило по-разному и в разное время. В США годом зарождения малого предпринимательства считается 1953 год, в котором было создано Федеральное агентство – Администрация по делам малого бизнеса США, защищающая интересы малого предпринимательства на уровне государства. В западных странах малое предпринимательство активизировало свою деятельность в 1970 гг. Формирование малого бизнеса, составившего основу экономики Китая, стало результатом рыночных реформ, затеянных китайскими коммунистами в конце 1970-х годов. Становление малого предпринимательства в Республике Беларусь насчитывает чуть больше 25 лет, начиная с принятием в 2010 г. Закона Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» [1].

Теме развития малого предпринимательства уделяется большое внимание со стороны руководства любой страны, в том числе и Республики Беларусь. В стране с целью развития и укрепления позиций малого предпринимательства принят ряд законодательно-нормативных документов, начиная от Законов и заканчивая Стратегиями. Программы и стратегии развития малого предпринимательства большинства стран определяют основные задачи и принципы совершенствования государственного регулирования и поддержки развития малого предпринимательства. Одним из указанных в документах принципов является принцип прозрачности малого предпринимательства, который подразумевает открытость для физических и юридических лиц, объединений юридических лиц, органов государственного управления на всех этапах регуляторной деятельности в сфере малого предпринимательства [2].

Однако если обратиться к взглядам ученых-экономистов на сущность предпринимательства, то можно увидеть, что отличительной особенностью предпринимателя является скрытость в своих действиях.

Принято считать, что Р. Кантильон был первым, кто обратил внимание на предпринимательство как совершенно новое явление. Р. Кантильон в качестве основной черты предпринимателя выделил готовность к риску и высокий уровень амбициозности - «предприниматели пытаются использовать любую возможность в своем деле и выжимают из клиентов все, что можно». Р. Кантильон впервые определил предпринимателя как субъекта рыночных отношений.

Классики политической экономии Ф. Кене, А. Смит, Д. Рикардо характеризовали предпринимателя как владельца капитала.

В концепции В. Рошера предприниматель не только предоставляет капитал, а также сочетает собственный производственный труд с патентной функцией, таким образом, уже в XIX в. внимание уделяется авторству, изобретению в производстве.

А. Тюрго обратил внимание на то, что реализация предпринимательской функции требует не только капиталовложений, но и определенных управленческих решений и способностей.

Впоследствии предпринимателя все реже отождествляют с владельцем капитала, его рассматривают как организатора производства, необязательно обладающего правом собственности на капитал. Такого взгляда придерживались Ж.-Б. Сей и Дж. С. Милль. По мнению Ж.-Б. Сэя, отличительной особенностью предпринимательства является его умение оперировать тремя факторами производства (земля, труд, капитал): извлечение их в том месте, где они давали малый доход, затем перемещение и новая их комбинация в другом месте, где они дают наибольший доход. Стоит обратить внимание на необходимость «новой комбинации», т. е. изменение, усовершенствование и улучшение предлагаемого потребителям товара (продукции, работы, услуги). Дальнейшая работа над объектом предпринимательства осуществля-

ется не столько в целях самого предпринимателя, сколько в интересах конечного потребителя, что свидетельствует о гармонии интересов всех участников общества, к чему, собственно, и сегодня призывает руководство страны и ученые.

Представители немецкой классической школы И. Тюнен и Г. Мангольдт развили идею о наличии риска и неопределенности, как неотъемлемой части предпринимательства, а доход, получаемый предпринимателем, представляет собой плату за принятие на себя рисков от внедрения инноваций в производстве. И. Тюнен называл предпринимателя «изобретателем и исследователем в своей области».

В концепции В. Рошера предприниматель сочетает собственный производственный труд с патентной функцией [3], таким образом, уже в XIX в. внимание уделяется авторству, изобретению в производстве.

Большое внимание в теории предпринимательства заслуживает учение Й. Шумпетера, который связал предпринимательство с нововведениями, и в этом смысле считается основоположником теории инноваторского предпринимательства [4]. К предпринимателям следует относить всех, кто выполняет названную функцию, в том числе работников организации, а также и тех, кто реализует инновационную функцию импульсивно, эпизодически: экономистов, финансистов, юристов, консультантов и пр.

Предпринимательство, по мнению И. Шумпетера, не может рассматриваться как профессия, т. к. в этом статусе невозможно находиться длительное время [4].

Также весьма условным является и идентификация предпринимателей как класса, данная группа не имеет собственной классовой позиции, правда, предпринимателей отличает особый стиль жизни [4].

Особенностью предпринимателей как общественной группы граждан является ее принципиальная немногочисленность. Предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности [4].

Практически все предшественники Йозефа Шумпетера (1883–1950) видели в качестве ведущих мотивов предпринимательской деятельности прибыль. Й. Шумпетер одним из первых представил развернутую трактовку неэкономических мотивов предпринимательства и выделил три основные группы таких мотивов:

- стремление иметь «свою империю»: быть полновластным господином в собственном предприятии, которое предприниматель сам конструирует и сам строит, и которое, в случае успеха, полностью отвечает его запросам, потребностям, ценностям;
- воля к победе: возможность в рамках собственного «дела» доказать собственную состоятельность, проявить мужество, ум, стойкость в борьбе с конкурентами и другими факторами среды, реализовать себя как личность;
- радость творчества: возможность заниматься любимым делом, полностью соответствующим индивидуальным интересам и установкам, возможность видеть конкретные результаты собственных усилий. При этом ключевыми в мотивации предпринимателя являются не факторы результата деятельности (полученный доход, общественное признание, статус и т. п.), а факторы процесса предпринимательской деятельности (поиск нового, возможности для проявления личностных качеств, борьба и преодоление препятствий на пути к успеху и т. д.).

Защита капитала собственником является догмой – все хотят быть богатыми и здоровыми, а капитал представляет ценность для большинства людей, иначе он не был бы капиталом. Собственник капитала может потерять свой капитал различными способами – прямое хищение, вымывание капитала в связи с действиями государства и конкурентов, влияние рынков и т. д. Однако сохранение тайны о реальной норме прибыли

является главным мотивом в защите капитала. Высокая норма прибыли, как магнит, привлекает не только действующий капитал, приводя к его переливу в данную сферу бизнеса, она может «оживить» капитал, находящийся в настоящее время в пассивной форме (форма сокровищ или консервации), стимулировать его переход из формы сокровищ или депозитов в производственную форму. Это неизбежно приведет к росту конкуренции, перепроизводству и потерям капитала у первоначального собственника.

Принцип скрытности – это обязанность и право руководителя предприятия не разглашать приемы и методы получения прибыли перед конкурентами, государством и общественностью.

Принцип скрытности имеет двухстороннюю направленность действий:

1. Скрывать истину (занижать отражаемую стоимость активов предприятия).
2. Приукрашивать действительность (завышать потребительские качества товара или услуги).

В одних условиях деятельности капитала предприниматель должен скрывать прибыль, чтобы не привлекать конкурентов, в других – отражать максимальную прибыль (в ряде случаев – не отражающую действительность, завышенную) и скрывать затраты. В таких случаях капиталу выгодно отразить высокую норму прибыли и «отпугнуть» от участия в этом бизнесе конкурентов и последователей.

Главное, что мы обязаны признать, это то, что рыночные отношения вынуждают предпринимателя проявлять скрытность новых приемов и технологий от конкурентов и общества. Цель поддержания скрытности - получение повышенной нормы прибыли в период до широкого распространения новых технологий. Для потенциального потребителя предназначена рекламная кампания, которая предполагает сообщение о новом продукте, имеющем определенные потребительские или ценовые преимущества по сравнению с продукцией конкурентов.

Успешное продвижение нового товара или торговой марки является наилучшей иллюстрацией этого явления. Более того, есть средства, доступные удачливому предпринимателю, - патенты, «стратегия» и т. п., которые позволяют продлить существование его монополистического или квазимонополистического положения, а также сильно мешают конкурентам «догнать» его» [4].

Частная собственность и бизнес не могут быть полностью открыты для публичного обсуждения в связи с тем, что исчезнет конкуренция. Мы считаем, что предприниматель должен действовать как научный работник, желающий осуществить научное открытие с соблюдением общественных правил, но с нарушением действующей логики [5].

В связи с чем у государства и предпринимателя возникает противоречия: государство в качестве одного из принципов проведения государственной политики в сфере развития малого предпринимательства выдвигает принцип прозрачности, который подразумевает собой открытость для физических и юридических лиц, а предприниматель с целью успешного и долгосрочного своего развития должен придерживаться принципа скрытности.

Стоит отметить, что для повышения защищенности информации предпринимателю необходим «информационный шум», маскирующий ту часть информации, которая ему нужна для целей бизнеса. При этом используются средства массовой информации, «утечка» искаженной информации, соответствующие интервью и др.

Как было отмечено ранее, инновационная теория предпринимательства связана с исследованиями американского экономиста Й. Шумпетера. Он выделил пять типов (случаев) инноваций и выдвинул концепцию «созидательного разрушения» как условия динамического развития экономики.

Что же такое «инновационная теория предпринимательства» или «инновационное развитие», как принято называть данную категорию в настоящее время в Республике Беларусь. Мы считаем, что данная категория – это не программа конкретных мероприятий, утвержденная коллективным органом управления и растиражированная прессой, выполняющая которую, предприятия могут выйти и находиться на передовых позициях в сфере бизнеса и побеждать конкурентов.

Таким образом, ключевое значение в инновационной теории предпринимательства имеет физическое лицо – человек в единственном числе – являющийся носителем инновационных предложений. Причем, от данного человека исходит множество вариантов возможных действий предприятия в краткосрочном периоде. Озвучивание или печать этих вариантов приводит к потере их ценности. Практически в средства массовой информации попадают сведения о методах эффективной деятельности предпринимателя после завершения их использования.

Литература

1. О поддержке малого и среднего предпринимательства: закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 года / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., N 170, 2/1703.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренная Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протоколы от 10 февраля 2015 г. N 3 и от 2 мая 2017 г. N 10).
3. Гильдебранд, Б. Национальная экономия настоящего и будущего [«Die Nationalökonomie der Gegenwart und Zukunft»] – 1998.
4. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер // Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007.
5. Кивачук, В. С. Экономический анализ и контроль при оздоровлении предприятия: монография. – Брест. Издательство БрГТУ, 2007.

УДК 658.716

Кулаков И. А., старш. преподаватель,
Кулакова Л. О., старш. Преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОКЬЮРЕМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современные экономические реалии связаны с постоянным перемещением значительных потоков материальных ресурсов от товаропроизводителя к потребителю. Удовлетворение потребительского спроса в ситуации рыночной экономики обеспечивается по большей части через закупки.

Мировой опыт проведения конкурсных закупок привёл в конце XX в. к возникновению новой профессиональной, практической и теоретической, сферы деятельности, получившей название «прокьюремент» (от древнеримского – прокуратор («попечитель», «управитель»).

Прокьюремент (искусство закупать) – совокупность практических методов, технологий, максимально способствующих соблюдению интересов покупателя при приобретении товаров, работ и услуг в процессе закупочной кампании.

Главной целью прокьюремента является наиболее эффективное удовлетворение объективных потребностей организаций (предприятий) в товарах, работах и услугах.

Цели прокьюремента могут быть реализованы путём соблюдения следующих принципов:

- открытость и прозрачность;
- равенство и справедливость;
- эффективность;
- экономичность;
- подотчетность и ответственность.

В настоящее время прокьюремент рассматривается как целостная система, включающая в себя: планирование закупок; определение целесообразности закупки; регламентирование закупок; проведение и контроль закупок (рис. 1). Данные элементы и составляют суть закупочной деятельности организаций (предприятий).



Рисунок 1 – Элементы прокьюремента

Конкурсные закупки (прокьюремент) являются составной частью закупочной логистики, инструментом достижения ее целей.

По мере эволюции мирового хозяйства, его интеграции разрабатывались принципы, технологии закупок, формировалась нормативно-правовая база. Наиболее значимую лепту в процесс регламентации и унификации международной тендерной деятельности внесли крупнейшие международные организации, ставшие разработчиками принципов и правил осуществления закупок. Среди них ВТО, Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), Всемирный банк (ВБ) и Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), Международная федерация инженеров-консультантов (ФИДИК). Эти ведущие международные организации руководствовались едиными принципами: обеспечение открытости и добросовестности процедур закупок; привлечение максимального количества участников; обеспечение максимальной эффективности и экономичности закупок.

В Республике Беларусь в последние годы была создана правовая система регулирования и обеспечения закупочной деятельности, которая динамично корректируется и трансформируется с учётом требований экономических реалий.

Законодательно разрешённые процедуры закупок в Республике Беларусь приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды государственных закупок в Республике Беларусь

ВИДЫ ПРОЦЕДУР ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК



По состоянию на 30.06.2018 количество размещенных на официальных сайтах электронных торговых площадок Республики Беларусь годовых планов государственных закупок составило 6 517. При этом общее количество аккредитованных заказчиков – 8 484.

В I полугодии 2018 года на официальном сайте размещена информация о проведении 234 511 процедур государственных закупок (лотов).

Из них:

- электронный аукцион – 81 917;
- процедура запроса ценовых предложений – 24056;
- открытый конкурс – 2 526;
- биржевые торги – 728;
- процедура закупки из одного источника – 125 284.

По-прежнему первое место среди объявленных конкурентных процедур государственных закупок в отчетном периоде занимает электронный аукцион (34,9 %). За I полугодие 2018 года заключено около 200 тыс. договоров на государственную закупку общей стоимостью 1 847 276 323 BYN.

В таблице 2 отражены стоимостные показатели процедур государственных закупок. Основную долю составляют договоры, заключенные по результатам проведения процедуры закупки из одного источника, а среди конкурентных процедур – договоры, заключенные по результатам проведения электронного аукциона.

Таблица 2 – Стоимостное распределение заключённых договоров по видам процедур государственных закупок

Вид процедуры государственной закупки	Стоимость заключенных договоров, BYN
Электронный аукцион	567 327 033
Процедура запроса ценовых предложений	19 544 260
Открытый конкурс	29 592 637
Процедура закупки из одного источника	1 204 615 284
Биржевые торги	26 197 109

Таким образом, через процедуры закупок распределяется около 40% бюджета страны, что в денежном выражении представляет собой весьма значительную сумму – 2 млрд \$. Однако, необходимо отметить, что при этом не всегда и не в полном объёме соблюдаются вышеперечисленные принципы прокьюрента. Именно об этом свидетельствует статистика жалоб и правонарушений.

Для разрешения подобных конфликтов и проблем в будущем необходимо активно привлекать к обсуждению итогов торгов и внесению предложений широкую общественность – собственников (акционеров и т. д.), членов трудовых коллективов, жителей населённых пунктов, получателей услуг, налогоплательщиков и т. д. Широким доступом к данным о ходе и результатах торгов должны пользоваться средства массовой информации.

Для стимулирования полноценной конкуренции необходимо активно развивать рынки поставщиков. Например, рынки строительных материалов можно организовывать на пустующих базах УПТК, в производственных и складских помещениях строительного-монтажных и других промышленных предприятий. Кроме того, следует на льготных условиях предоставлять в аренду торговую, офисную, складскую и производственную площади для предпринимательства, поддерживать в целом процесс создания новых субъектов предпринимательства, формировать кластеры по видам строительных материалов в зависимости от наличия определённого оборудования на арендуемых площадях.

Следует заметить, что такие рынки уже изначально будут обеспечены логистической инфраструктурой. Производственно-комплектовочные базы имеют транспортные коммуникации и склады. В результате, можно ожидать, что узкая специализация поставщиков и их высокая конкуренция на своих рынках будут способствовать экономичности и эффективности закупок.

С целью оптимизации дальнейшего потребления закупленных материальных ресурсов можно использовать принцип организации поточного производства на основе календарного планирования.

Для этого необходимо:

- 1) сформировать календарный производственный график (план);
- 2) в процессе закупки согласовать сроки поставок, тем самым перенести транспортно-складские издержки на поставщика;
- 3) ресурсы, требующие изменения потребительских свойств (доработки, переработки) перед запуском в производство концентрировать в производственно-складских комплектовочных участках для повышения заводской готовности, таким образом снижая производственные издержки. Например, распаковывать, из-

- гибать, резать в специальных участках;
- 4) формировать материальный дневной, суточный и т. д. потоки, добываясь соответствующего объема поступающих материальных ресурсов в размере обеспечения потребности смены, дня и т. д.;
 - 5) для освоения потока, исходя из скорости и интенсивности доставки. формировать трудовые, технические и транспортные ресурсы на соответствующий период (смена, день, сутки и т. д.). Например, в строительстве разрабатывают суточные транспортно-комплектовочные графики или карты;
 - 6) рассчитать ритм или шаг потока (оборот ресурсов). Составить графики движения ресурсов, бригад, прочих исполнителей, техники;
 - 7) выполнить сравнительный анализ альтернативных вариантов технологических процессов, техники, уровня квалификации и компетентности персонала и т. д. Это позволит снизить закупочно-логистические и производственные издержки. Исследования в рамках студенческой дипломной НИР УО «Брестский государственный технический университет» выявили, что возможное снижение закупочно-заготовительных и транспортных издержек в среднем может составить 5%;
 - 8) участники цепи поставок, нарушающие ритм потока, подлежат замене (с условием выплаты ущерба). Возможен аутсорсинг.

Итак, прокьюремент как специфическая сфера современного бизнеса в Республике Беларусь находится в начале пути своего становления. Создана законодательная база, нарабатывается практический опыт, осуществляется активный поиск оптимальных методов и технологий.

Литература

1. О государственных закупках в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 года.
2. О некоторых вопросах государственных закупок товаров (работ, услуг): указ Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2013 г. № 590.
3. О некоторых мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг) (ред. от 07.09.2017): постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 августа 2012 г. № 778.
4. О допуске товаров иностранного происхождения и поставщиков, предлагающих такие товары, к участию в процедурах государственных закупок (ред. от 10.08.2017): постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2016 г. № 206.
5. О заполнении сертификата формы СТ-1 для целей проведения процедур государственных закупок: постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 6 июня 2016 г. № 21.
6. Об утверждении Инструкции о порядке согласования Министерством торговли Республики Беларусь проведения заказчиком (организатором) процедуры закупки из одного источника при осуществлении государственных закупок: постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 26 июня 2013 г. № 11.
7. Об утверждении Инструкции о порядке рассмотрения Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь жалоб при осуществлении государственных закупок: постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 28 июня 2017 г. № 30.
8. О формировании и ведении списка поставщиков (подрядчиков, исполнителей), временно не допускаемых к участию в процедурах государственных закупок:

постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 28 июня 2017 г. № 34.

9. Об утверждении примерных форм документов по процедурам государственных закупок: постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 28 июня 2017 г. № 35.
10. О закупках товаров (работ, услуг) при строительстве: указ Президента Республики Беларусь от 20 октября 2016 г. № 380.
11. Об организации и проведении процедур закупок товаров (работ, услуг) и расчетах между заказчиком и подрядчиком при строительстве объектов (редакция от 13.10.2017): постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31 января 2014 г. № 88.
12. О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств (ред. от 15.08.2017): постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 марта 2012 г. № 229.
13. Об утверждении Инструкции о порядке формирования и ведения реестра поставщиков (подрядчиков, исполнителей), временно не допускаемых к закупкам: постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 28 июня 2017 г. № 33.
14. О заполнении сертификата формы СТ-1 для целей проведения процедур закупок за счет собственных средств: постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 06.07.2016 N 25.

СОДЕРЖАНИЕ

1 СЕКЦИЯ. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В АКТИВИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОДЪЕМА

Дашкевич Т. В., Носко Н. В. Криптовалюта и особенности ее функционирования в Республике Беларусь	3
Кухар Р. Б., Елейко О. И., Мотько Н. Р., Степанюк О. И. Тенденции развития современной теории менеджмента в информационном обществе	7
Павлючук Ю. Н., Черновалов П. А. Социально-экономические последствия мошенничества в транзакциях с биткоином	12
Симонюк А. Д. Оценка экономического потенциала региона	16
Черновалов А. В., Баранов Д. П., Черновалова Ж. В. Сущность и содержание категории «цифровая экономика» в управленческой науке	20
Шаркова О. Э., Терещенко Е. А. Гендерный аспект цифровизации экономики	25

2 СЕКЦИЯ. ФОРМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОГРЕССИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ТЕРРИТОРИЙ

Адамчук А. М., Баркин Д. Е. Управление инвестиционной деятельностью малого предприятия	28
Беликова Е. Г. Целевой аудит в условиях переменчивости внешних и внутренних факторов рынка	32
Беликова Е. Г., Глушаков А. В. Инновационный банковский продукт для обслуживания торговых операций	36
Галиновский П. В. Повышение эффективности работы предприятий с помощью внедрения SaaS-технологий	40
Глинков Н. А. Система корпоративного управления банка	43
Грымак А. В. ХАССП – эффективный, экономически обоснованный регулятор безопасности и конкурентоспособности продукции мясного скотоводства	44
Гураченкова Т. П. О бизнес-процессах в строительном производстве	49
Евдокимович А. А. Предмет сделок по слиянию и поглощению. Сделки по слиянию и поглощению как феномен рыночной экономики	54
Зазерская А. А. Предпосылки применения государственно-частного партнерства в области здравоохранения в Беларуси	58

Запольский А. В. Международная система регулирования государственных закупок как механизм стимулирования экономического развития территорий.....	63
Ковалева Е. М. Теория и методология формирования учетной политики как инструмента налогового менеджмента.....	67
Косар Н. С., Кузьо Н. Е., Кубрак П. Р. Роль холистического маркетинга в повышении конкурентоспособности торговых сетей Украины.....	71
Кравцов И. К., Урбан И. Р., Ткач С. Н. Проблемы и перспективы развития маркетинга сельских территорий Украины.....	76
Кривицкая Т. В., Филиппова Т. В., Захарчук Т. Д. Управление структурой капитала на строительном предприятии.....	82
Кривицкая Т. В., Филиппова Т. В., Хурсин Д. А. Оптимизация системы управления запасами на строительном предприятии	87
Кулакова Л. О., Климец В. А., Шевчук К. А. Проект туристической экскурсии по Брестскому и Каменецкому районам.....	92
Левшунова И. Н. Теория и методология учета расчетных операций в системе финансирования железнодорожного транспорта	96
Найдена М. В. Международная практика учета запасов	101
Печко А. Д. Грейдовая система оплаты труда как мотивация персонала.....	105
Радчук А. П., Котляревич И. В. Инструменты эффективного управления затратами в общестроительной организации	107
Сендешская С. В. Рекламные войны.....	111

3 СЕКЦИЯ. ИННОВАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Брасс А. А. Наука и инновационная экономика	116
Гавловская Г. В. Основные векторы и особенности развития инновационной деятельности в РФ.....	120
Гапанович Т. В., Горчачюк Н. А. Анализ проблем строительного комплекса Республики Беларусь	126
Гурикова Г. В. Институт биржевых брокеров как инструмент совершенствования и развития биржевой деятельности	129
Дашкевич Т. В. Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь	131

Додонов О. В. Теоретическое обоснование экономической категории «инновационная активность в сфере труда» и подходы к ее оценке	135
Зазерская В. В. Разработка системы мотивации профессорско-преподавательского состава кафедр учреждений высшего образования	140
Куган Д. А. Государственная поддержка инноваций как важнейшая задача развития энергетики	145
Кузьмич Я. С., Дацик М. Г. Развитие инновационной экономики в современных условиях	147
Лысюк Р. П. Перспективы применения инновационных технологий в лесном хозяйстве	151
Лю Сюоцзюань Тенденции развития технопарков в мировой экономике	153
Мазаник А. В., Еманова Д. С. Инновации и экономическое развитие в современных условиях	155
Макарук О. Е. Барьеры развития инфраструктуры коммерциализации результатов инновационной деятельности	158
Стищенко В. О. Обоснование выбора сплита каналов при размещении рекламных материалов на телевидении	163
Фешенко С. Л. Подготовка специалистов в сфере информационных технологий и экономики к решению нестандартных бизнес-задач в рамках дисциплины «креативные технологии бизнеса»	165
Фешенко С. Л., Игнатова Е. А. 3D-печать как новая форма производства	167
Философ Е. А. К вопросу планирования экономического потенциала предприятия	169
Ших К. В. Внешнеэкономические приоритеты Беларуси со странами Ближнего Востока на примере Израиля, Ирана, Катара, ОАЭ и Сирии в современных условиях: основные тенденции	172
Яковчук В. П. Инновационность как базисная черта личности для белорусской экономики	175
4 СЕКЦИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	
Афанасьева Н. А., Соколова М. Г. Значение таможенно-тарифного регулирования в инвестиционной деятельности	178
Беликова Е. Г. Применение обзорных проверок в решении экономических проблем развития организаций	182

Белоглазова О. П. Особенности формирования себестоимости (на примере КПУП «Брестводоканал»)	186
Боровский А. А. Международный обмен налоговой информацией в условиях глобального уклонения от налогообложения	190
Будурян Т. А., Филипова Т. В., Василюк А. В. Оценка имиджеобразующих факторов региона	193
Булатова А. С., Бабок Е. А. Инвестиции как основной ресурс реализации стратегии инновационного развития предприятий	198
Бунько С. А. Сценарный подход в управлении развитием города.....	201
Voytovych Nataliya, Polyak Yliya The real situation of foreign direct investments of developed countries and Ukraine	206
Высоцкий О. А., Хвисевич Н. Ю. Условия формирования специалиста, преуспевающего в своем развитии	210
Гавриленя Е. В. Возможности развития зерноперерабатывающих предприятий Беларуси на основе кооперации и интеграции	217
Голодова Ж. Г. Инновационное развитие России: проблемы и пути активизации..	222
Громыко Р. И. Инновации как фактор повышения экспортной ориентированности сельскохозяйственной продукции Беларуси	228
Дашук М. О. Государственно-частное партнерство в здравоохранении как путь к устойчивому развитию экономики	230
Kamil Roman City management in the concept of smart city, Poland and Belarus example	232
Кириленко Т. В. Механизм отражения отложенных налогов	236
Лёшина М.А. Состояние производства сельскохозяйственной продукции в Смоленской области на современном этапе.....	240
Перевозчиков Д. В. Экономическая оценка стоимости жизни человека в контексте инновационного развития	245
Потапова Н. В. Информационный фактор формирования профессионального суждения бухгалтера	249
Прадун А. Н. Влияние диверсификации экспорта на экономику региона	252
Ровенских В. А. Влияние экономического кризиса на организацию учетного процесса в России.....	255

Фёдоров А. В. Источники формирования и виды затрат на обеспечение качества продукции	259
Черноокая Е. В. Проектный учет в строительстве.....	261
Чибисова Е. В. Перспективы развития проектного финансирования.....	264

5 СЕКЦИЯ. РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Буренин А. Д. Роль менеджмента в обеспечении социально-экономической стабильности.....	270
Голец О. В., Дубовская В. А., Котковец А. И. Производственно-учебное подразделение – как инструмент практикоориентированного образования	272
Завалий Т. А. Клиентский капитал в интегрированной отчетности украинских компаний.....	276
Козинец М. Т. Нормативно-методическое регулирование бизнес-планирования и основные направления его совершенствования	281
Корнелюк Н. Н. Новые подходы к управлению предприятием в современных социально-экономических условиях.....	283
Ewelina Kurowicka Rola transformacyjnego przywództwa w kształtowaniu zaangażowania nauczycieli w pracę	287
Легенчук С. Ф., Рожук Ю. О. Особенности раскрытия информации об интеллектуальном капитале в интегрированной отчетности украинских компаний	290
Петрович М. В. Экономика управления как научная область и учебная дисциплина.....	292
Прищепа Д. Н. Человеческий капитал как объект исследования.....	296
Прокурат А. С. Налоговый риск-менеджмент: проблемы оценки и анализа налоговых рисков субъектов налоговых правоотношений в Республике Беларусь	299
Шинкарь Ю. Ю. Оценка эффективности обучения персонала.....	303

6 СЕКЦИЯ. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Беликова Е. Г. Облачная бухгалтерия	305
Бычкова К. В., Тихоненко А. Н. Развитие автоматизированной розничной торговли в современных условиях	307

Веренич А. Д. Влияние современных информационных технологий на формирование адаптивных систем управления сбытом организаций розничной торговли..... 310

Войтович Н. В., Гриновец Н. В., Кыцман И. И. Исследование перспектив внедрения Интернет-торговли в агробизнесе 312

Мазаник А. В., Еманова Д. С. Электронная коммерция в предпринимательской деятельности 316

Ulyana Petrynyak Territory marketing in the regional development management system..... 318

7 СЕКЦИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ

Адамович Ю. А., Власюк Н. Н. Развитие транзитного потенциала Республики Беларусь 324

Кубасов А. И. Роль мирового рынка технологий в современных условиях 326

Куган С. Ф. Пути повышения эффективности информационно-коммуникационного обеспечения процесса таможенного оформления 328

Мясникова О. В., Серeda А. Е. Транзитный потенциал Республики Беларусь и уровень его эксплуатации 333

Пожарицкий Е. Д. Логистика как важнейший фактор омниканальности в ритейле 336

Пискур Ю. В., Зазерская В. В. Проблемы транспортной логистики Республики Беларусь и Республики Польша 339

Рамская Л. К. Возможности аутсорсинга в логистике 344

Ренковская В. С., Никонович М. В., Кулаков И. А. Анализ и перспективы развития транспортно-логистических услуг в Республике Беларусь 346

Станчук В. В. Организация перевозок негабаритных и тяжеловесных грузов 351

Фещенко С. Л., Атаманчук Е. Л. Цифровизация транспортных коридоров 355

Кот П. Г. Влияние принципов скрытности и прозрачности на развитие малого предпринимательства 356

Кулаков И. А., Кулакова Л. О. Тенденции и перспективы развития прокьюреента в Республике Беларусь 360

Научное издание

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: СОЦИАЛЬНЫЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ИНЖЕНЕРНЫЙ АСПЕКТЫ

Сборник научных статей
I Международной научно-практической конференции

22-23 ноября 2018 г.

Текст печатается в авторской редакции

Ответственный за выпуск: Зазерская В.В.
Редактор: Боровикова Е.А.
Компьютерная вёрстка: Романюк И.Н.
Корректор: Никитчик Е.В.

ISBN 978-985-493-438-9



9 789854 934389

Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г., № 3/1569 от 16.10.2017 г.

Подписано в печать 15.11.2018 г. Формат 60x84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 21,62. Уч. изд. л. 23,25. Заказ № 1380. Тираж 110 экз. Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Брестский государственный технический университет».
224017, г. Брест, ул. Московская, 267.