

критерии платежеспособности и финансовой устойчивости, показатели конкурентного рынка и т.п.

Заключение. Создание в промышленных предприятиях дееспособного финансового механизма, выбор рычагов и инструментов которого обоснован соответствующими расчетно-аналитическими процедурами, позволит значительно активизировать инновационную деятельность в стране. За счет мобилизации и оптимального распределения финансовых ресурсов субъектов хозяйствования, которому будет способствовать реализация комплексной модели планирования, регулирования, финансового контроля, учета и анализа, предприятия смогут повысить свою гибкость и финансовую устойчивость. Формализация процедур всех видов экономического и финансового анализа, составляющих единый алгоритм предлагаемого инструментария управленческого учета, дает возможность разрабо-

тать соответствующее программное обеспечение и автоматизировать процессы финансового планирования и регулирования.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Теория финансов. Учебное пособие // Под ред. Н.Е. Заяц, М.К. Фисенко. - Мн.: БГЭУ, 2005.
2. Финансы предприятий. Учебное пособие // Под ред. Н.Е. Заяц, Т.И. Василевской. - Мн.: БГЭУ, 2005.
3. Обухова И.И. Финансово-банковская статистика. Пособие для экономических специальностей. - Брест: БрГТУ, 2007.
4. Обухова И.И., Аверин А.В. Системный подход к проблеме совершенствования механизма денежно-кредитного регулирования в Республике Беларусь // Вестник БрГТУ. Экономика. - 2007. - № 1 (31).

Материал поступил в редакцию 15.06.08

OBUKHOVA I.I., AVERIN A.V. ENTERPRISE FINANCIAL MECHANISM OF SYSTEM MODELING

The paper discusses enterprise financial mechanism improvement problems as well as the ways to settle them being based on the systematic approach to formalize financial management functions. Financial mechanism model was suggested as combination of methods, tools, and mechanisms to influence economic and social enterprise development. There was worked out an algorithm to realize financial management functions according to the centers of responsibility in the budgetary system.

УДК 330.117

Медведева Г.Б.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ ФИРМЫ

Введение. Одним из основных субъектов современной рыночной экономики является фирма. Фирма является не только субъектом, но и предметом исследования экономического анализа. Несмотря на то, что теория фирмы разрабатывается достаточно давно, многие проблемы не имеют однозначного определения. До сих пор остаются дискуссионными вопросы о роли и сущности фирмы, о причинах её возникновения и другие. Экономическая теория фирмы в современных условиях требует существенной доработки и развития. Актуальность определяется тем, что это позволит выработать направления экономической политики, разработать правила поведения субъектов хозяйствования и определить перспективы их развития.

При исследовании явлений и процессов в современной теории экономики чаще всего обращаются к неоклассическому и неинституциональному подходам. Активное расширение в последние годы институциональных воззрений в отечественной науке существенно дополняет и приближает к реальной экономике рассмотрение многих экономических явлений и процессов. Объяснение их с позиции неоклассической теории оказывается невозможным и не дает ответы вопросы, встающие в процессе развития экономики. Однако простое отрицание положений неоклассической теории является неправильным, так же как и исследование только используя методологию институционального направления.

Неоклассическая методология теории фирмы. Политэкономика (начиная с классической школы) при исследовании природы фирмы использовала сущностный анализ, который основан на выявлении взаимосвязей и зависимостей всей совокупности экономических отношений. С этих позиций фирма рассматривалась как организационная форма накопления капитала. Разрешение внутренних противоречий капитала являлось одновременно причиной появления новых форм фирм. Такие процессы, как разделение труда, концентрация и централизация производства, монополизация экономики и другие являлись вехами (этапами) развития рыночной экономики (капитализма). Современная трактовка фирмы – это сложная организационно-экономическая система. В ней выделяются технико-организационные и социально-экономические отношения, которые раскрываются с помощью системы категорий: разделение труда, структурная единица, объект собственности, экономическая обособленность и другие. Однако в последующем обнаружилось несоответствие между теоретическими положениями и хозяйственной

практикой, возник кризис гносеологии. Одним из выходов оказалась неоклассическая теория.

Неоклассическая теория фирмы вышла из классической школы, и многие методологические принципы теории фирмы базируются именно на принципах классической школы. Рассмотрим некоторые из них:

1. Классическая школа исходила из принципа свободного поведения субъектов экономики (потребителя и производителя). Логическим развитием его в неоклассической школе стал принцип *рациональности*. Его содержание заключается в том, что любой субъект способен сделать рациональный выбор, т.е. из множества альтернатив выбрать тот, который принесёт ему максимальную выгоду при наименьших затратах. При этом каждый субъект стремится удовлетворить личные (частные) потребности. Выбор свободен и заранее не определен.

2. Основополагающим принципом классической школы является также принцип «невидимой руки» («*haire lazer*»), принцип свободного рыночного ценообразования, сформулированным А.Смитом. Формирование рыночной цены не допускает любого вмешательства извне, со стороны, прежде всего, государства. Данное положение было дополнено неоклассическим направлением до определения *рыночного механизма не только как свободного, но и наиболее эффективного*. Рассмотрение условий и ценообразования при совершенной (чистой конкуренции) позволило сформулировать и обосновать известные условия эффективного распределения ограниченных ресурсов и в последствии условия Парето-оптимальности, которые прочно вошли в современные учебники по микроэкономике.

Только при чистой конкуренции (свободного рынка) выполняются эти условия. Ресурсы распределяются наиболее эффективно с достижением выгоды не только для фирмы, но и общества в целом, общественного благосостояния. Сам термин «свободная конкуренция» означает рынок, освобожденный от каких-либо проявлений экономической (монопольной) власти.

Основные черты совершенной конкуренции в принципе исключают конкуренцию между фирмами и между покупателями. В неоклассической теории фирмы понятие «конкуренция» не рассматривается как соперничество между фирмами. Такой подход присущ экономистам – классикам. Конкуренция в неоклассическом понимании – это не процесс, а ситуация.

Медведева Г.Б. Борангалиевна, к.э.н., доцент кафедры экономической теории Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

3. Рыночный обмен эквивалентен, свободен и не требует дополнительных затрат, кроме тех, которые формируют рыночную цену. Данное положение было полностью воспринято неоклассическим направлением и развито. Рыночный обмен несет полную необходимую информацию и покупателя и продавцу. *Информация бесплатна и распределяется симметрично.* Фирмы обладают совершенным знанием относительно всех аспектов принимаемых ими решений.

Но, неоклассическая теория в отличие от классической выбрала иной исходный постулат – **ограниченность ресурсов.** С этой позиции коренным образом меняются подходы в изучении фирмы.

Поведение фирмы рассматривается в условиях рационального выбора, который обусловлен ограниченностью ресурсов и саморегулирующегося рыночного механизма ценообразования. Рациональность выбора заключается в стремлении максимизировать прибыль при существующих ограничениях. Делая свой выбор, фирма сталкивается со многими ограничениями. Эти ограничения налагаются природой, покупателями и конкурентами:

технологические – не всякая комбинация ресурсов технологически осуществима, т.е. существуют определенные практически осуществимые способы производства (технологии) продукции из ресурсов; со стороны рынка – поведение конкурентов (для несовершенной конкуренции:

монополия, олигополия, монополистическая конкуренция; для чистого рынка – конкуренция между фирмами в принципе исключается); экономические – определяются величиной цен на ресурсы и соответственно формируют издержки производства и реализации продукции; со стороны покупателя – спрос на продукцию имеет временные рамки и формируется под воздействием многих факторов.

Реализация экономических интересов происходит через механизм рыночного равновесия, который обеспечивает установление цены одинаково приемлемой для покупателей и фирм. Рыночное равновесие рассматривается как механизм формирования общественного порядка и сочетания интересов основных субъектов рынка.

Для неоклассического направления характерна технологическая концепция фирмы. Фирма является основным покупателем ресурсов и производителем товаров. Фирма – основная производственная единица, которая, используя определенную комбинацию ресурсов, стремится максимизировать выгоду (прибыль, доход) и минимизировать затраты. С этой целью определяется оптимальный объем выпуска продукции. Фирма обладает хозяйственной самостоятельностью в принятии решений о том, что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию.

Методология основана на применении функционального и предельного анализов. В различных временных периодах определяется условие оптимизации для производственной функции (технологический выбор) и условие максимизации прибыли (равенство предельного дохода и предельных издержек). Динамика издержек определяется действием закона убывающей производительности факторов производства и эффектами масштаба. В неоклассической теории решается проблема ограниченности размера фирмы, оптимального размера фирмы (MES). В качестве основного критерия выбирается положительный эффект масштаба. Оптимальный размер фирмы будет зависеть от того, как долго длится возрастающая отдача от масштаба, т.е. как только темп роста средних издержек опережает темп роста объема выпуска следует прекратить дальнейшее увеличение размера предприятия. Делается вывод о том, что действие положительного эффекта масштаба обусловлено отраслевой спецификой. Модель выбора фирмой оптимального объема продукции сравнительно-статическая и использует обычные линии предложения и спроса.

В центре внимания неоклассической теории фирмы оценка переменных значений цены и объема продукции в условиях равновесия. Эффективность рыночной системы рассматривается как инструмент распределения ограниченных ресурсов. Но неоклассическая теория фирмы не отвечает на вопрос: как решения фирм изменяют рыночные силы, которые формируют цены и объемы выпуска. Также вряд ли состояние равновесия можно рассматривать как достижимое, это, скорее всего процесс, который стремится к равновесию. Параметры равновесия постоянно меняются. Поэтому более продуктивным является не сравнительно-статическое равновесие, а динамическое.

Таким образом, методологические основы неоклассической теории фирмы следующие:

- Рационализм и индивидуализм поведения фирмы;
- Оптимизация выбора на основе учета эндогенных факторов;
- Действие в условиях рынка совершенной конкуренции;
- Рыночный механизм – универсальный механизм решения проблемы ограниченности ресурсов, основанный на выборе альтернатив;
- Полная информированность обо всех параметрах рынка.

Дальнейшее развитие формировалось в рамках институционального направления как критика основных положений неоклассической теории фирмы.

Методология новой институциональной теории фирмы. В соответствии с неoinституционализмом, фирма – это институциональная организация. По определению Т.Веблена, институт – «привычные способы осуществления процессов общественной жизни». Институты имеют широкий смысл: это нормы поведения и факторы, влияющие на поведение экономических субъектов, и формы организации поведения экономических субъектов[1, С.25].

Методология исследования фирмы в неoinституционализме как субъекта рыночной экономики существенным образом отличается от неоклассического подхода.

1. Положение о рациональном выборе дополняется и расширяется. Используя принцип рационализма и индивидуализма, анализ проникает внутрь фирмы и изучается её внутренняя структура и организация. Фирма – это совокупность индивидов.

Выбор определяется не столько оптимизацией (стремлением к максимизации выгоды при существующих ограничениях), сколько институциональными факторами: традициями, привычками, нормами, существующими в обществе. К неоклассическим ограничениям, определяющими поведение фирмы, добавляется ещё один – институциональная среда. Наличие множества факторов ограничивает выбор фирмы. Но именно институциональная среда (институциональная структура) является определяющим при формировании дальнейшего поведения фирмы. *Поведение фирмы не является оптимизационным.*

Институты, рассматриваемые как совокупность правил, являются ограничивающим фактором и непосредственно влияют на уровень издержек и эффективность деятельности. Но, выступая ограничениями поведения, институты упорядочивают и структурируют отношения между фирмами, увеличивают их обменные процессы, способствуя тем самым повышению интенсивности и устойчивости их развития. Они являются элементом механизма координации и обеспечивают предсказуемость поведения субъектов хозяйствования. Институты оказывают стимулирующее воздействие на поведение субъектов хозяйствования, ускоряя, например, инновационные процессы в экономике. Однако эффективность координационной роли институтов тем выше, чем более согласованнее и определеннее сами институты, чем меньше они противоречат друг другу.

Такой пример: критерии отнесения предпринимателей к субъектам малого бизнеса в Республике Беларусь – среднесписочная численность и отраслевая принадлежность. Это количественные критерии. Они позволяют выделить среди других субъектов хозяйствования малый бизнес. По действующему законодательству к субъектам малого предпринимательства относятся и индивидуальные предприниматели без установления каких-либо дополнительных критериев.

Первый критерий – среднесписочная численность работающих является недостаточным. По статистическим данным предприятия с различной численностью работающих имеют существенные различия в показателях объема производства, фондооснащенности, производительности и других. Самые высокие показатели у предприятий с численностью более 200 человек. Занимая доминирующее положение на рынке, они лоббируют свои интересы и обеспечивают конкурентное преимущество, изначально ставя себя в лучшее положение. Предприятия с худшими показателями – это с численностью до 50 человек, т.е. малые предприятия. Они получают государственную поддержку в соответствии с Законом о государственной поддержке малого предпринимательства. В худшем положении находятся предприятия, которые можно было бы отнести к среднему бизнесу. Имея средние показатели, они не обладают конкурентными преимуществами, но и государственную поддержку получить уже не

могут, так как превысили допустимые нормативы по численности для малых предприятий и выпадают из этого вида организационно – правовой структуры. Они лишаются комплекса мер государственной поддержки, разработанной для малого бизнеса, и несут полную налоговую нагрузку. Возможно, использование таких критериев как объём продукции или объём выручки, или качественных критериев, создаст более определенные условия для функционирования предпринимательства в стране, создаст условия для более эффективной государственной политики, для активизации производственной и инновационной деятельности.

Индивидуальные предприниматели, которые являются субъектами малого предпринимательства вправе получать государственную поддержку по установленным направлениям. Но в реальности дело обстоит значительно сложнее.

Другой критерий – отраслевая принадлежность – также ограничивает развитие фирм. Если предприятие многопрофильное, то оно относится к малому предприятию по виду деятельности, доля которого является наибольшей в объёме реализации продукции. Если предприятие занимается инновационной деятельностью и доля его небольшая, то возможно, что стимулы для развития будут снижены.

Многие институты, по опросу в среде предпринимательства, более 40% респондентов оценивают как значимые и негативно влияющие на хозяйственную деятельность. Среди них выделяют: сложность и изменчивость налогового законодательства – 20%; регулирование всех сфер функционирования предприятия, не дающее возможность выбирать эффективные стратегии поведения – 15%; высокие материальные (финансовые затраты на уплату налогов, штрафов, сборов и т.д.) и нематериальные (время и усилия, потраченные на выполнение требований законодательных и административных органов, формальные и неформальные) затраты – 25%; недостаточный доступ к информации и недостаточный уровень компетенции работников контролирующих органов – 15%. В последние годы произошли положительные сдвиги в институциональной среде функционирования малого бизнеса и предпринимательства в целом, но проблема эффективности координирующей и стимулирующей роли институтов остаётся.

Институты в виде набора правил и норм влияют на принятие решений фирмами, но не определяют их поведение всецело. В анализ вовлекаются социальные, психологические, исторические и иные факторы. Фирма рассматривается не просто как институт экономики, а как общественная институциональная структура.

2. Рационализм не получает всеохватывающего влияния, субъекты могут действовать иррационально. Иррациональность имеет две предпосылки: ограниченность информации и оппортунизм поведения.

Ограниченный доступ к информации обусловлено неопределенностью рыночного обмена и возникновением дополнительных затрат поиска информации. Необходимо учитывать асимметричность информации, влияние общественных институтов.

Асимметричность информации означает, что существуют дополнительные затраты поиска информации. Это положение послужило базой для введения в экономический анализ новой категории – трансакционные издержки. Издержки распадаются на трансформационные и трансакционные. Трансформационные – издержки изменения физических свойств блага (ресурса), трансакционные – издержки осуществления трансакций. Трансакция – это не обмен товарами, а отчуждение и присвоение прав собственности и свобод, созданных обществом.

Понятие трансакционных издержек было введено Р. Коузом и было использовано для объяснения существования фирмы. Р. Коуз связывал образование фирм с их относительными преимуществами в плане экономики на трансакционных издержках. Внутренняя структура фирмы также обусловлена снижением трансакционных издержек. Для чего нужны менеджеры? Они занимаются открытием новых рынков, оценкой продукта, технологий, управлением работниками. Цель их деятельности – сокращение неопределенности рынка и получение информации, т.е. минимизация трансакционных издержек. Вся вертикальная внутренняя структура фирмы и структура управления, структура связи с рынком направлена на достижение данной цели. Эффективность фирмы связывается с возможностью минимизации трансакционных издержек.

Оппортунизм субъектов объясняется психологией и мотивами поведения людей. Люди преследуют собственные интересы и это способно привести к отрицательным внешним эффектам, которые неизбежно приведут к снижению общей эффективности.

3. Рыночный механизм не является универсальным средством решения проблем ограниченности ресурсов. Рыночный механизм дополняется государственным регулированием и является только элементом институциональной системы регулирования. Сам рынок является институциональным ограничением, в рамках которого происходит деятельность фирм.

Параметры рыночного механизма и метод сравнительной статистики признаются ограниченными. Цена товара и количества продукции дополняются такими показателями, как качество, условия договора, санкции и другими. Само равновесие рассматривается как недостижимое, т.к. экономика находится в постоянном изменении. Тем более равновесие при совершенной конкуренции не является неким идеальным состоянием, с которым надо сравнивать фактическое положение и поведение субъектов экономики.

В новой институциональной экономике фирма рассматривается в контексте контрактного подхода. Под фирмой понимается коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, в результате чего достигается минимизация трансакционных издержек. Система контрактов заключается между владельцами определенных ресурсов.

Ресурсы делятся на общие, специфические и интерспецифические. Критерием деления является ценность ресурсов. Если ценность ресурсов одинаковая и не зависит от того, где они используются – за пределами фирмы или внутри неё, то это – общие ресурсы. Если ценность ресурсов внутри фирмы выше, чем за её пределами, то это – специфические ресурсы. Наибольшей ценностью обладают – интерспецифические ресурсы, т.к. только в этой фирме они достигают такой ценности и вне её теряют свою ценность.

Фирма использует все виды ресурсов, но именно отношения по поводу интерспецифических ресурсов являются определяющими в контрактной системе фирмы. Наличие интерспецифических и специфических ресурсов в фирме позволяет экономить трансакционные издержки, а их владельцам – получать экономическую прибыль (квазиренду).

Такая трактовка природы фирмы позволяет объяснить многообразие форм современных фирм. «Уникальность вступающих в коалицию интерспецифических ресурсов и многообразие трансакционных издержек объясняют специфику форм контрактов, лежащих в основе разнообразных видов современных фирм. Многообразие способов минимизации трансакционных издержек предопределяет, по мнению сторонников неинституционального подхода, многообразие фирм». [2, С.77]

Фирма представляет собой совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками. Эти отношения регулируются формальными и неформальными контрактами. Контракты возникают как стремление сократить трансакционные издержки. Возникновение фирмы – возможность увеличить доходы и сократить затраты (трансформационные и трансакционные). Общая цель – максимизация выгоды (прибыли) не отвергается.

Формальные контракты необходимо дополнять механизмом соблюдения (может быть даже механизмом принуждения) и механизмом контроля (управления). При заключении контрактов ситуация неопределенности информации увеличивает трансакционные издержки. Момент неопределенности может носить объективный характер (изменение рыночной конъюнктуры). В этом случае решение проблемы увязывается с теорией прав собственности и их спецификацией. Если неопределенность информации обусловлена субъективным фактором (оппортунистическое поведение, преднамеренное скрывание информации), то оценка эффекта значительно усложняется и выходит за рамки экономического анализа.

Таким образом, снижение риска неопределенности информации приводит к сокращению трансакционных издержек и, соответственно, к росту эффективности контрактных отношений.

Неформальные контракты регулируются во внеправовом поле. Определяющими становятся такие институты, как моральная норма, этика, традиции, кодексы поведения. Такие контракты бывают более эффективными, чем формальные (например, джентльменские со-

глашения). Они основываются не на принуждении и контроле, а на добровольности, личных симпатиях и принадлежности к одному социуму. Но оценка таких контрактов также затруднительна.

Взаимодействие формальных и неформальных норм носит диалектический характер. Неформальные нормы меняются постепенно, в течение длительного периода, и являются основой для реализации и использования формальных норм. Формальные нормы можно изменить за короткий промежуток времени, но их эффект может ограничиться и даже быть сведен к нулю, если они противоречат неформальным нормам. Однако изменение формальных институтов может дать толчок к возникновению новых неформальных институтов. Представляется, что в таком диалектическом единстве формальные институты более подвижны. Исследование этого взаимодействия сопровождается многими вопросами, ответов на которые ещё нет.

Задав институциональные рамки (институциональные условия) можно определить стратегию поведения фирмы. Но такая связь двусторонняя – правила определяют поведение фирм, но и фирмы оказывают влияние на правила. Институты формируют возможности, которыми располагает общество. Фирма как институциональная организация, реализует эти возможности. Сам процесс реализации – означает изменение институтов, формирование новых и использование старых. Но следует иметь в виду, что все действия происходят в системе организаций, которые взаимодействуют в обществе.

Таким образом, методологические основы новой институциональной теории исследования поведения фирмы следующие:

- поведение фирмы не является строго рациональным и оптимизационным и основано на эндогенных и экзогенных факторах (институты);

- рыночный механизм является элементом институциональных условий;
- институциональная среда (совокупность формальных и неформальных институтов) определяет содержание и величину трансакционных издержек;
- институты упорядочивают взаимодействие между фирмами и уменьшают неопределенность выбора в условиях недостатка информации.

Заключение. Неоклассический подход является основой изучения поведения фирмы. Он использован во всех современных учебниках микроэкономики и экономической теории. Неоклассическая теория фирмы более разработана, но её использование при анализе современных явлений ограничено.

Новый институциональный подход исследования фирмы является более продуктивным и адекватным реальности. Он позволяет проанализировать и изучить весь спектр взаимоотношений фирмы с другими субъектами экономики, среду и условия её функционирования. Но такой подход является не строго экономическим, т.к. в научный анализ вовлекаются неэкономические отношения и смежные с экономической сферы деятельности. В современных условиях изучение поведения субъектов экономики возможно только на стыке и в союзе с другими общественными науками.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: Учебник / Под общей ред. А.А.Аузана. – М: ИНФРА-М, 2006. – 416 с.
2. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ) под ред. Р.М.Нуреева. – М.2001. – 536 с.

Материал поступил в редакцию 12.05.08

MEDVEDEVA G.B. THE METHODOLOGICAL BASES OF THE FIRM'S THEORY

In the article the methodological bases of the firm's theory, which are used in neoclassical and in new institutional tendencies of economics theory are discussed. The new institutional tendency of the modern firm's theory is more effective. The methodology of the new institutional tendency widens the firm's analysis and works out the tendencies of economical policy.

УДК 334.012

Рыбина Т.Н., Захарченко Л.А.

ЦЕЛИ И МЕТОДЫ ПЕРЕХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ НА АУТСОРСИНГ

Введение. Современная рыночная конъюнктура диктует новый план действий для промышленных предприятий Республики Беларусь. Жёсткая конкуренция, стремительное развитие технологий – всё это требует больших ресурсов и материальных затрат. В этих условиях актуальным становится повышение эффективности работы, снижение затрат, повышение качества.

Белорусские предприятия оказались в ситуации, когда наряду с мировыми потребностями работать в динамичной рыночной среде, возникает необходимость осуществлять систематический мониторинг новых тенденций в сфере управления. При этом положение отечественных предприятий часто характеризуется ограниченными ресурсами, изношенными основными фондами, натуральным хозяйством (собственное производство заготовок в литейных и кузнечных цехах, свои ремонтные и транспортные цеха и т.д.). Очевидным является факт, что не всегда предприятия отвечают требованиям внешней среды. Вследствие внутренних причин они становятся менее конкурентоспособными, менее эффективными, чем это возможно в конкретных экономических условиях. Проблема заключается в неспособности большинства промышленных предприятий организовать свою деятельность в условиях возрастающих потребностей к качеству, цене и срокам выполнения обязательств.

В этой ситуации эффективной формой ведения бизнеса становится аутсорсинг – передача определённых вспомогательных функций сторонней организации, специализирующейся в этой области. Это позволяет сконцентрироваться на стратегических и основных

функциях предприятия, снизить затраты и приспособиться к новым технологиям, повысить надёжность процессов, выполняемых аутсорсером («третьей» стороной).

Целью данной статьи является изучение методов перехода на аутсорсинг, а также рассмотрение и анализ факторов, которые необходимо учитывать при выборе поставщика услуг.

Инструменты оценки эффективности перехода предприятий на аутсорсинг. Анализ научных разработок по данной проблеме [1, 2, 3] позволяет выделить следующие цели реализации аутсорсинга:

- снижение затрат;
- концентрация на основном бизнесе;
- стремление к большей гибкости;
- доступ к передовым технологиям и знаниям;
- увеличение скорости выхода на рынок;
- улучшение качества оказываемых услуг.

Западные и отечественные предприятия, осуществляющие аутсорсинг, по-разному расставляют приоритеты целей, однако все они убеждены в том, что данная бизнес-модель может быть использована как инструмент, который позволяет решать одновременно несколько задач, создавая при этом серьёзные конкурентные преимущества.

На практике сформировался ряд методов, которые позволяют сделать вывод: стоит развивать данное направление бизнеса внутри предприятия, или есть смысл перейти на аутсорсинг. Чаще всего для этого выполняется матричный анализ. По предложению

Рыбина Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент кафедры экономики ЧУО «Белорусский институт правопедения».

Захарченко Людмила Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры экономической теории Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.