



УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ БЕЛАРУСИ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «МИТСО»

Научное электронное издание

# «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

16–17 АПРЕЛЯ 2015 ГОДА

Рабочие языки: русский, белорусский

Материалы  
Международной  
научно-практической конференции

Кафедра финансов  
Кафедра экономики и менеджмента  
Кафедра маркетинга  
Кафедра логистики

г. Минск

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ БЕЛАРУСИ  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «МИТСО»

КАФЕДРА ФИНАНСОВ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

КАФЕДРА ЛОГИСТИКИ

Электронное издание

# **ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Материалы международной  
научно-практической конференции  
г. Минск, 16–17 апреля 2015 г.**

УДК 338(100)  
ББК 65.5  
И 66

*Редакционная коллегия:*

*Королев Ю. Ю.*, кандидат экономических наук, доцент (гл. ред.);  
*Подгорный Г. В.*, кандидат экономических наук, доцент;  
*Матюшевская В. К.*, кандидат экономических наук, доцент;  
*Иванов Е. А.*, кандидат экономических наук, доцент;  
*Фомина И. Н.*, доцент кафедры финансов;  
*Куль Т. Н.*, доцент кафедры финансов;  
*Зенюк Л. А.*, доцент кафедры экономики и менеджмента;  
*Масленкова Е. В.*, старший преподаватель кафедры маркетинга;  
*Курочкин Д. В.*, старший преподаватель кафедры логистики

*Рецензенты:*

*Павловская С. В.*, кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики УО «Белорусский государственный экономический университет»;  
*Базылева А. И.*, кандидат экономических наук, доцент Международного университета «МИТСО»

**И 66** **Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы** [Электронный ресурс] : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 16–17 апр. 2015 г. / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2015. – 1 электрон. опт. диск.

ISBN 978-985-497-281-7.

Сборник материалов подготовлен коллективом авторов Международного университета «МИТСО», ведущих вузов Беларуси, России, Украины и Польши, а также специалистами экономических подразделений предприятий, организаций, органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления, научно-исследовательских институтов.

В сборник вошли статьи, доклады и научные сообщения, подготовленные участниками международной научно-практической конференции «Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы», прошедшей 16–17 апреля 2015 г., в которых анализируются причины, предпосылки и этапы процесса глобализации; переосмысливаются различные трактовки и оценки её сущности, результатов и перспектив развития. Рассматриваются актуальные вопросы инновационного развития экономики, инициирование современных научных исследований, обобщение научного опыта в условиях глобализации в области трансформации и модернизации социально-экономических систем и процессов. Существенное внимание авторами уделяется различным социально-экономическим, финансовым, логистическим, маркетинговым и иным аспектам глобализации.

Адресуется ученым, преподавателям, магистрантам и аспирантам, студентам высших учебных заведений, а также специалистам-практикам.

Все материалы публикуются в авторской редакции. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за приводимые в материалах факты, содержание и достоверность представленной информации.

Тираж 100.

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО».  
Ул. Казинца, 21-3, 220099, Минск.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий от 02.09.2014 г. № 1/423.

УДК 338(100)  
ББК 65.5

ISBN 978-985-497-281-7

© Международный университет «МИТСО», 2015

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>СЕКЦИЯ № 1. ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ</b> .....	8
<i>Коротаев С.Л.</i> ВАЛЮТНЫЕ КРИЗИСЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ .....	8
<i>Попова И.В.</i> РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АЗИАТСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ .....	21
<i>Курадовец А.И.</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	24
<i>Веретнов В.И.</i> ОТ МЕТАФИЗИКИ НАНОТЕХНОЛОГИЙ ПОСРЕДСТВОМ КАЧЕСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ К ОРГАНИЧНОМУ ХОЗЯЙСТВОВАНИЮ .....	28
<i>Гусева Е.С., Снопко Ю.Н.</i> ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ .....	33
<i>Русецкая Э.А.</i> ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОСТРАХОВАНИЯ В РФ .....	39
<i>Паентко Т.В., Марчук В.Г.</i> ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ ЛИЦ В ТРАНСФЕРТНОМ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ В СТРАНАХ СНГ .....	44
<i>Кондратьева Т.Н., Тарасевич В.Л.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	46
<i>Маслик Р.О.</i> АНАЛИЗ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ .....	50
<i>Левчик И.О., Клопот А.И.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА 2013 И 2014 ГОДЫ .....	57
<i>Везубова Т.А.</i> СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ НЕПРЕРЫВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ .....	58
<i>Вотинова Е.М.</i> ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ .....	65
<i>Нестерович О.Б.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ГАРАНТИРОВАНИЯ ВЫПЛАТ РАБОТНИКАМ ПРИ БАНКРОТСТВЕ НАНИМАТЕЛЯ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	72
<i>Воронова И.С., Янсон В.А.</i> ВЕРИФИКАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛАТВИИ .....	76
<i>Базылева М.Н.</i> СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ .....	84
<i>Толкач Г.В.</i> ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, КАК ВАЖНЕЙШЕГО ФАКТОРА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	89
<i>Базылева А.И., Камоцкий Г.О.</i> РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ .....	94
<i>Хлюска Е. Хлюски А.</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ .....	99
<i>Кисель Л.П.</i> ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ .....	105
<i>Минченко А.А.</i> КАК ПОВЫСИТЬ КОЭФФИЦИЕНТ МОНЕТИЗАЦИИ В СТРАНЕ .....	113
<i>Крицкая А.М.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ИНТЕГРАЦИОННОГО СООБЩЕСТВА .....	115
<i>Реуцкая Е.А.</i> НОВАЦИИ В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ .....	120
<i>Полежаева С.М.</i> ЭЛЕМЕНТЫ СТРАХОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ .....	121
<i>Сутормина Е.Н.</i> МИРОВОЙ ОПЫТ КОНТРОЛЯ ЗА ВХОЖДЕНИЕМ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА В БАНКОВСКИЙ СЕКТОР .....	124
<i>Мышковец Ю.А.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ .....	126
<i>Трубицына Е.В.</i> ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕГО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС) .....	132
<i>Коваленко С.А.</i> МОДЕЛЬ ВЫРОЖДЕННОЙ ИНФЛЯЦИИ .....	138
<i>Аксючиц А.В.</i> РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ .....	142
<i>Вострокрылова И.И.</i> ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ .....	149
<i>Стефанович И.В.</i> ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАН .....	152
<i>Джон Т.С.</i> СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	155

<i>Королев Ю.Ю.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА) В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ DOING BUSINESS' 2015 .....	157
<i>Кочар Иоанна К.</i> АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПОЛЬШЕ: НОВОЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ .....	163
<i>Русецкий М.Г.</i> ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ...	168
<i>Третьяк Е.В.</i> НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ПЕРЕСТРАХОВАНИЯ .....	170
<i>Карпенко А.Ф.</i> ПОТРЕБНОСТИ И ЭНЕРГЕТИКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ .....	173
<i>Стецюк Т.И.</i> БАНКОВСКО-СТРАХОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В УКРАИНЕ И ЕВРОПЕ .....	178
<i>Дыбань А.Л.</i> СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ .....	180
<i>Татарина Т.В.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА АГРОСТРАХОВАНИЯ В УКРАИНЕ.....	182
<i>Сергеевич А.П., Григоренко И.Н.</i> ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, МЕТОДЫ ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ .....	184
<i>Малиновская О.Я.</i> ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕГО АУДИТА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ .....	188
<i>Демченко В.А.</i> ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА ЧИЛИ .....	194
<i>Недведцкий В.М., Шулейко О.Л.</i> ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ .....	195
<i>Юрова Н.В.</i> ОСОБЕННОСТЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	198
<i>Сергиенко Н.С.</i> ВНЕДРЕНИЕ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В РОССИИ .....	202
<i>Баранова Е.В., Баранов А.Л.</i> ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ СТАНДАРТОВ SOLVENCY II НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ.....	208
<i>Рудницка Божена</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В ПОЛЬШЕ .....	210
<i>Королев О.Ю.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	214
<i>Зайцева М.А., Антонович Н.С.</i> СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ .....	221
<i>Бондарь, Т.Е. Якубович В.И.</i> ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	224
<i>Волочко Н.К.</i> ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ .....	226
<i>Карчевская А.А.</i> НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В СТРАНАХ – ЧЛЕНАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА .....	230
<i>Павловская С.В., Абакумова Ю.Г.</i> РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ В РАМКАХ РЫНКА ЕЭП .....	232
<i>Демко И.И.</i> БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	241
<i>Шурпенкова Р.К., Рудницкий В.С.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	248
<i>Сарахман О.Н., Скаска О.И.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТА БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА .....	253
<i>Рудницкая О.В.</i> КЛАССИФИКАЦИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ .....	257
<i>Горшинский В.М.</i> УЧЕТНО-КОНТРОЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА О ЗАТРАТАХ ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА .....	264
<i>Зарецкий В.О.</i> ВЕРТИКАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ: НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ .....	271
<i>Курылева О.И., Огородова М.В.</i> ДИНАМИКА СТРАХОВОГО РЫНКА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ-СТРАХОВЩИКОВ В РФ.....	278
<i>Дичковский А.А.</i> ВНЕШНИЙ ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ДИНАМИКА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ .....	280
<i>Шулейко О.Л.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА ПРОГРАММНЫЙ БЮДЖЕТ .....	282
<i>Мацулевич М.О., Орел А.В.</i> НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И БЕЛОРУССКАЯ ПРАКТИКА .....	286
<i>Залесовский А.С.</i> ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС, СТАДИИ И ЭТАПЫ ИННОВАЦИОННОГО ЦИКЛА ...	292
<i>Фомина И.Н.</i> АРАБСКИЙ ВЕКТОР ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	299

<i>Пукала Ришард.</i> СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ В ПОЛЬШЕ.....	301
<i>Кочетов Н.В.</i> СТРУКТУРИРОВАНИЕ ЗАГРУЗКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ .....	307
<i>Базылева А.И.</i> ЗАНЯТОСТЬ МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ .....	313
<i>Калмыкова Н.В.</i> ВАЛЮТНЫЙ КУРС НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ .....	317
<i>Авгуль О.В.</i> НЕЙРОМАРКЕТИНГ: «БОЛЬШЕ ОЩУЩЕНИЙ – ВЫШЕ ПРОДАЖИ» .....	319
<i>Гаманкова О.А., Домнина О.Л., Комарова Н.В., Чернова Г.В.</i> СТРАХОВЫЕ РЫНКИ РОССИИ И УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНОМ СТРАХОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ .....	321
<i>Кундря-Высоцкая О.П.</i> УЧЕТНАЯ ОЦЕНКА КАК МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ .....	329
<i>Залетов А.</i> СТРАХОВАЯ ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ ЕЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ .....	336

## **СЕКЦИЯ № 2. СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА..... 340**

<i>Алейникова Е.В.</i> СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ .....	340
<i>Белякова Е.В., Белякова А.А.</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ .....	342
<i>Бережная Г.В.</i> СОВРЕМЕННЫЙ МЕГАПОЛИС КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИНЦИПЫ, ПРОБЛЕМЫ .....	353
<i>Бибик Т.Б., Лойко М.Д.</i> РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ .....	362
<i>Бугаева Е.В., Третьякова М.Л.</i> МНР. МОББИНГ. РАЗНОВИДНОСТЬ КОНФЛИКТА, КОТОРЫЙ ВРЕДИТ ПЕРСОНАЛУ И ОРГАНИЗАЦИИ .....	369
<i>Бугаян С.А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕХАНИЗМОМ УТИЛИЗАЦИИ ОТХОДОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	378
<i>Гильц Н.Е.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КОНТРОЛЛИНГУ ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК .....	384
<i>Емельяниченко Я.В.</i> ПОКАЗАТЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	392
<i>Зенюк Л.А.</i> МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА .....	395
<i>Иванова Ю.В.</i> СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИМСТВА .....	396
<i>Ковалева А.Г.</i> НЕДОСТАТКИ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ КОММУНИКАЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	401
<i>Купцова О.В., Диковицкая Д.В.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	402
<i>Курочкина А.А., Зиньковская В.Ю.</i> ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ .....	409
<i>Курочкина А.А., Манзик И.О.</i> РЕОРГАНИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	412
<i>Курочкина О.В.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ .....	414
<i>Лемеш С.С., Бондарь Т.Е.</i> АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЗИЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	417
<i>Личко Г.П.</i> О НЕКОТОРЫХ ФОРМАХ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА .....	420
<i>Максимова Т.Г., Горнак С.Ю.</i> ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ .....	422
<i>Малюк М.С., Верезубова Т.А.</i> СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ .....	426
<i>Мотышина М.С.</i> СТРАТЕГИЯ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ – ИМПЕРАТИВ РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ.....	431
<i>Павлов К.В.</i> РАЗВИТИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ПРОМЫСЛОВ В РЕГИОНАХ КАК ФАКТОР ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ МОДЕЛИ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ.....	433
<i>Павлов К.В.</i> ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	440
<i>Попова И.В.</i> РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АЗИАТСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ .....	441
<i>Регуш Е.Р.</i> ЭННЕАГРАММА В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ .....	444
<i>Репина Е.А., Моисеенко А.А.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ .....	446
<i>Рымкевич В.В.</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РИСК – МЕНЕДЖМЕНТУ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	448
<i>Сенько И.В.</i> МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ.....	454
<i>Фунтикова Е.С.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ.....	459

<i>Шипулина Л.Г.</i> АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИКТ-КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ .....	462
<i>Гришко Н.И.</i> Реализация функций менеджмента в командообразовании .....	463

**СЕКЦИЯ № 3. МАРКЕТИНГ: ПРАКТИКА, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ.....468**

<i>Бердин А.Ю.</i> СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ КОММУНИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННОЙ НА СЕКТОР ОПТОВЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ .....	468
<i>Вербицкая Н.О.</i> СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ .....	471
<i>Галабурдо Н.А.</i> ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ С ЦЕЛЬЮ ПРИНЯТИЯ ГРАМОТНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ.....	472
<i>Гайдукевич Л.М., Дурович Е.А.</i> ИСХОДНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА .....	474
<i>Герасимович А.</i> РОЛЬ РЕКЛАМЫ КАК СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	479
<i>Обыденникова О.В., Гладкая А.С.</i> ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В РЕКЛАМЕ .....	481
<i>Говорень И.В.</i> РАЗНОВИДНОСТЬ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ – PRODUCT PLACEMENT .....	483
<i>Гранин А.Н.</i> МАРКЕТИНГ ИНВЕСТИЦИЙ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛЯТОРНОЙ ПОЛИТИКИ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ .....	486
<i>Дурович А.П.</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ К ЦЕНАМ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ .....	490
<i>Исайчикова Н.И.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	497
<i>Карчевская Е.Н., Морозова Ю.А.</i> НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА .....	500
<i>Ковалёв М.Н.</i> АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ .....	505
<i>Лобанок С.</i> ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА – ВАЖНЕЙШЕЕ ЗВЕНО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	511
<i>Мальчик М.В., Толчанова З.А.</i> МОДЕЛИ РЕФЛЕКСИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧАХ РЕФЛЕКСИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ .....	512
<i>Матюшевская В.К.</i> ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....	522
<i>Гладкая А.С., Обыденникова О.В.</i> ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ И БЕЛАРУСИ.....	525
<i>Прудникова А.И.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	526
<i>Свидицкая А.</i> ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК ВИД МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ .....	531
<i>Свирская В.</i> ПАБЛИСИТИ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО НАЛАЖИВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПОТОКОВ .....	533
<i>Сметанникова А.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАК СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ .....	536
<i>Устименко О.В.</i> К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ .....	538
<i>Фалько Л.П.</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГА И МАТЕМАТИКИ В ОБРАЗОВАНИИ БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА .....	542
<i>Хренов О.В.</i> «ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЧЕНСКОГО ЗАВОДА ПОРОШКОВОЙ МЕТАЛЛУРГИИ» .....	543
<i>Zalesko Elżbieta.</i> ТРАДИЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ КАК ФАКТОР ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ ПОДЛЯСКОГО ВОЕВОДСТВА .....	546
<i>Шаикова К.</i> ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА ПОСРЕДСТВОМ РАДИОРЕКЛАМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	552
<i>Шелестова М.</i> «ПРАВИЛО ВЗАИМНОГО ОБМЕНА» КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА .....	554
<i>Шулешко К.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ PR В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	556

**СЕКЦИЯ № 4. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....558**

<i>Козлов В.В.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ .....	558
<i>Иванов Е.А., Курочкин Д.В.</i> ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОСТЬ В ПОДГОТОВКЕ ЛОГИСТОВ.....	561
<i>Иванов Е.А., Курочкин Д.В.</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СКЛАДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	564
<i>Киричок А.Г., Швец М.Д.</i> ТРАНСПОРТНАЯ ОТРАСЛЬ УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ .....	570

<i>Тарлецакая А.В.</i> МАЛЕНЬКАЯ БЕЛОРУССКАЯ ЛОГИСТИКА .....	574
<i>Немогай Н.В.</i> ТРИАДЫ ОСНОВНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ .....	581
<i>Сумец А.М.</i> СООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ УСЛОВНО-ПОСТОЯННЫМИ И УСЛОВНО-ПЕРЕМЕННЫМИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАСЛО-ЖИРОВОЙ ОТРАСЛИ .....	586
<i>Катюхина О.А.</i> ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИЕРАРХИИ И FUZZY-АНР В ЛОГИСТИКЕ СНАБЖЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН .....	589
<i>Гранин А.Н.</i> ЛОГИСТИКА – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМ СУБЪЕКТОМ И БИЗНЕСОМ .....	592
<i>Полешук Е.Н.</i> ПОНЯТИЕ И СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ .....	596
<i>Ковалёв М.Н.</i> МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК ПРЕДПРИЯТИЯ .....	600
<i>Лизакова Р.А., Бердин А.Ю.</i> РАЗРАБОТКА ПРИНЦИПОВ РАБОТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С СУБЪЕКТАМИ СОВМЕСТНОЙ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ .....	605
<i>Верниковская О.В.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ АУТСОРСИНГА И РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	610
<i>Бердник К.О.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ЛТ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	617
<i>Пименова М.В.</i> УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КООПЕРАЦИОННЫХ ПОСТАВОК В РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ .....	619
<i>Самойлова А.Г., Глазкин В.С.</i> ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СЕТЬ .....	621
<i>Кулеш Е.А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК .....	626
<i>Гжегож Йокел.</i> РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК .....	631
<i>Данилюк Р.А.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ .....	637
<i>Сумец А.М., Огиенко С.А.</i> ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «ПРОМОКОФЕ» .....	640
<i>Тарелко В.В.</i> ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ПРИДОРОЖНОЙ СЕРВИСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРИ ОГРАНИЧЕННЫХ НАЧАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ .....	645
<i>Маковский А.Л.</i> КАРДИОНИКА И ТЕХНОЛОГИИ BIG DATA .....	646
<i>Бугаева Е.В., Третьякова М.Л.</i> КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ГРУЗОВЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	649
<i>Борисук Е.В.</i> МОДЕЛИРОВАНИЕ МНИМОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ КАК МЕТОД ВНЕДРЕНИЯ ЛТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	652
<i>Банзекуливахо М.Ж., Петкевич А.В.</i> ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ .....	653
<i>Белоус Н.И.</i> РАЗВИТИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «ПИНСКДРЕВ» В ГОМЕЛЕ .....	658
<i>Устименко О.В.</i> К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ЛОГИСТИКИ ОАО «СВЕТЛОГОРСКИХИМВОЛОКНО» .....	661
<i>Крушанов М.М., Бориско В.В.</i> РУП «БЕЛТАМОЖСЕРВИС»: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ .....	664
<i>Ковальский С.Г.</i> МЕСТО И РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В EVENT-МАРКЕТИНГЕ .....	665
<i>Омецюх Йоанна.</i> ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА И КАЧЕСТВО ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ .....	668
<i>Пракаповіч Д.А.</i> МАДЭЛЯВАННЕ НАЙПРостых ВЫПАДКАЎ ЛАГІСТЫЧНАГА ЎЗАЕМАДЗЕЯННЯ З ДАПАМОГАЙ ANYLOGIC .....	676
<i>Титова Т.</i> НАХОЖДЕНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПА «ЗОЛОТОГО» СЕЧЕНИЯ .....	679
<i>Ётчик А., Касьянова У.</i> АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ РЯДОВ .....	682
<i>Атрощенко А., Виноградова А., Игнатович В.</i> РЕШЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ЗАДАЧ ЛОГИСТИКИ С ПОМОЩЬЮ ПРИМЕНЕНИЯ ОСНОВ МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА .....	684
<i>Кунцевич О.Ю.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» КАК УСЛОВИЕ ИХ УСПЕХА В БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ .....	687
<i>Гостик Т.Н., Гостик С.А.</i> К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СТАНЦИИ ДИАГНОСТИКИ АВТОМОБИЛЕЙ .....	690
<i>Никитина Э.И.</i> БАЭС КАК СРЕДСТВО УСИЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	698



# Секция № 1

## ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

---

### ВАЛЮТНЫЕ КРИЗИСЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

С.Л. Коротаев,

доктор экон. наук

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

#### ВВЕДЕНИЕ

Современные условия хозяйствования характеризуются усилением экономических угроз и вызовов, обусловленных не только глобализацией экономики, но и сугубо внутренними для целого ряда стран процессами. Одним из таких вызовов является девальвация национальной валюты, приводящая в конечном итоге к снижению макро- и микроэкономических показателей хозяйственной деятельности страны и ее субъектов, а также к ухудшению жизненного уровня населения.

Причины, обуславливающие девальвацию национальной валюты, казалось бы, лежат на поверхности. Однако каких-либо серьезных исследований, которые бы комплексно, с учетом практического опыта преодоления последствий валютных кризисов, произошедших в других странах (как положительного, так и отрицательного), определяли причины кризисных явлений и меры по их предупреждению и устранению, не имеется.

В этой связи, с нашей точки зрения, представляется актуальным проанализировать основные причины валютного кризиса в Беларуси в 2011 году, приведшего к падению курса национальной валюты почти в три раза, последствия кризиса и предпринятые государством меры по его преодолению.

Одновременно, с учетом опыта Беларуси, представляется целесообразным исследовать теоретические аспекты валютных кризисов – их суть, формы проявления, последствия, в том числе обусловленный обесценением национальной валюты «девальвационный эффект». Важным аспектом исследования является анализ последствий плавной и разовой («шоковой») девальвации валюты для субъектов хозяйствования и населения, определение разовых и системных меры по преодолению валютного кризиса.

Кроме того, полагаем, что в качестве эффективной меры по своевременному предупреждению валютного кризиса явилась бы разработка механизма расчета прогнозного курса национальной валюты, учитывающего ее текущий курс и расчетную сумму валютного дефицита, определяемую с учетом золотовалютных резервов, возможностей привлечения валютных кредитов и займов, изменения сальдо внешнеторгового баланса, а также ряд иных cursoобразующих факторов.

Исследованию обозначенных выше актуальных проблем и посвящена настоящая статья.

#### ВАЛЮТНЫЙ КРИЗИС В БЕЛАРУСИ (2011)

##### Последствия кризиса и его основные причины

В 2011 году Республика Беларусь испытала серьезные потрясения, обусловленные валютным кризисом, итогом которого явилась 2-х этапная девальвация белорусского рубля: в мае рубль обесценился на 56 %, в октябре – еще на 52 %, в целом по двум этапам девальвация белорусского рубля составила 189 % [1].

Динамика официального курса доллара США в Беларуси в 2011 году [2] представлена на рис. 1.

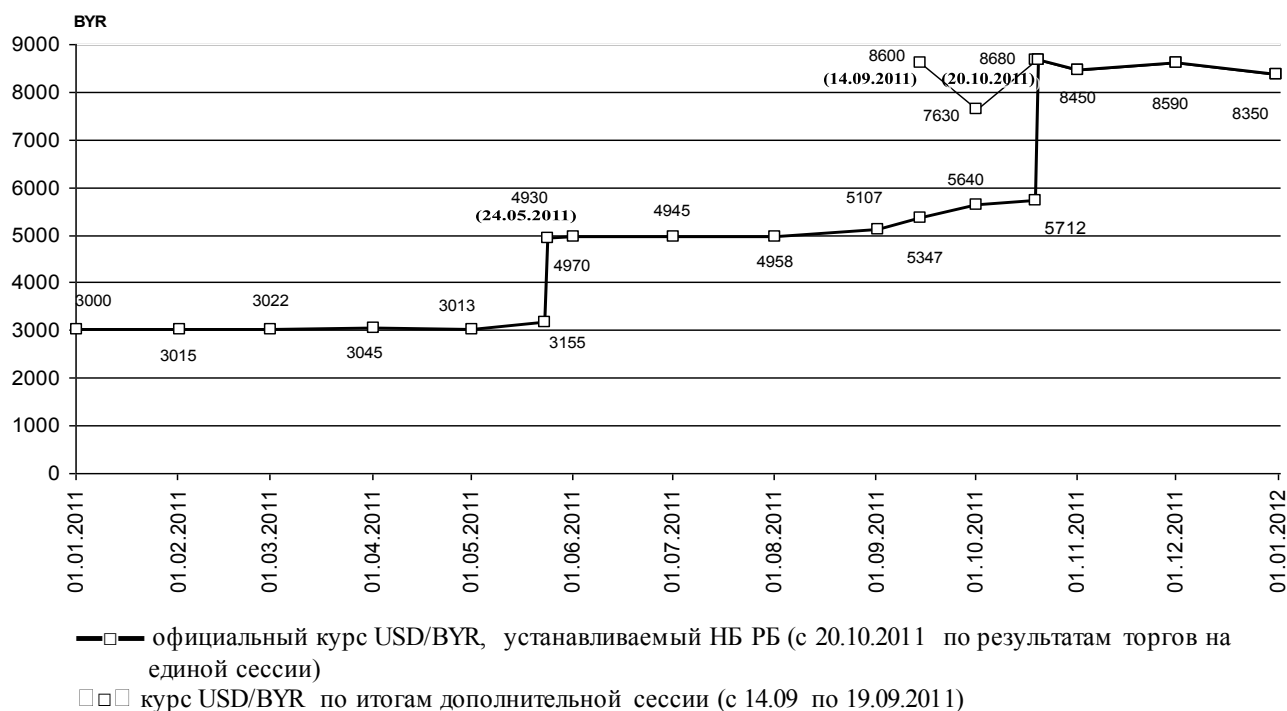


Рис. 1. Динамика официального курса доллара США в Беларуси в 2011 году

Обесценение белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, высокий уровень инфляции, составивший в целом за 2011 год 108,7% [3], обусловили значительный рост ставок рефинансирования, устанавливаемых Национальным банком Республики Беларусь (далее – НБ РБ).

Динамика инфляции и ставки рефинансирования в Беларуси в 2011 году [4] приведены на рис. 2.



Рис. 2. Динамика инфляции и ставки рефинансирования в Беларуси в 2011 г.

При этом средняя заработная плата в валютном исчислении сократилась с 513 долларов США в апреле 2011 г. до 280 долларов США в ноябре этого же года.

Динамика средней заработной платы за период с декабря 2009 г. по декабрь 2011 года в долларах США и белорусских рублях [5] представлена на рис. 3.

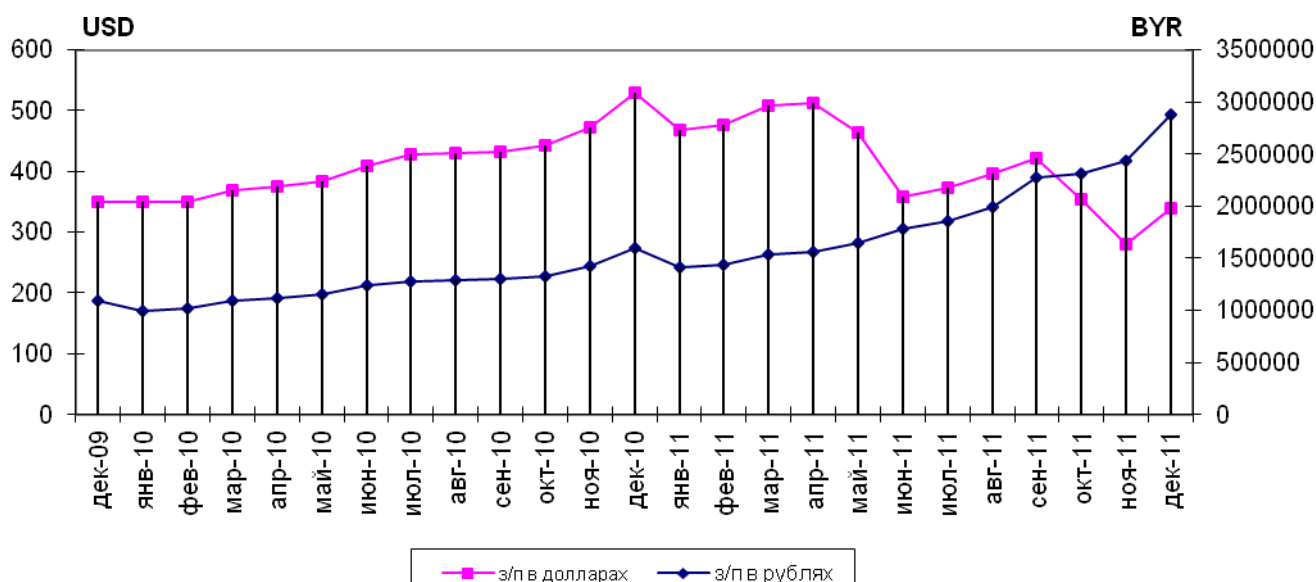


Рис. 3. Динамика средней заработной платы в Беларуси в 2010–2011 гг.

Обратим внимание, что с января 2010 г. по декабрь 2010 г. средняя заработная плата в долларах США выросла с 349 долларов США до 530, т.е. более чем на 50 %. Если исходить из того, что численность активного населения в Беларуси в 2011 году составляла 4,686 млн человек [6], то только на обеспечение прироста заработной платы в 2011 году против 2010 года требовалось дополнительно около 10 млрд долларов США  $((530 - 349) \times 4,686 \times 12)$ .

Именно искусственно стимулируемый (эмиссионный) рост заработной платы, не обеспечиваемый соответствующим ростом производительности труда, но оказывающий значительное давление на потребительский рынок, в том числе в части импортных товаров, а также существенный рост отрицательного внешнеторгового сальдо товарами явились, по мнению многих специалистов, основными причинами валютного кризиса 2011 года.

Динамика изменения внешнеторгового сальдо по товарам и услугам в 2007-2011 г.г. [7] представлена на рис. 4.

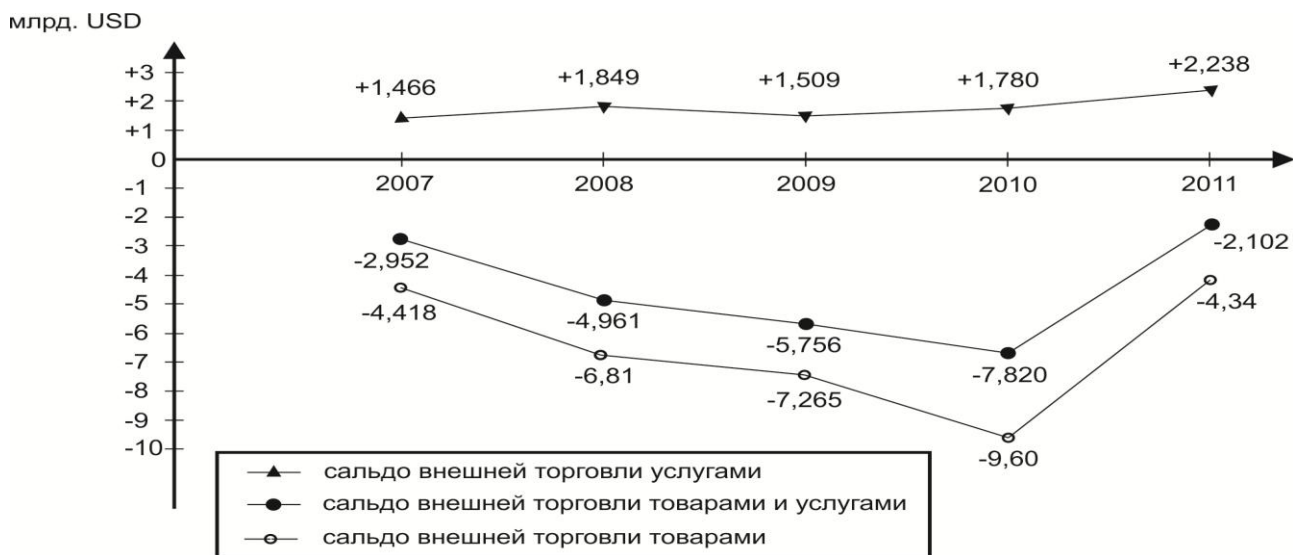


Рис. 4. Динамика изменения внешнеторгового сальдо по товарам и услугам в 2007–2011 гг.

Обратим внимание, что до момента валютного кризиса наблюдался ежегодный рост отрицательного внешнеторгового сальдо. Так, если в 2007 году отрицательное внешнеторговое сальдо по товарам составило чуть более 4,4 млрд долларов США, то по итогам 2010 года оно достигло уже 9,6 млрд долларов США.

При этом следует учитывать кумулятивный эффект наблюдаемых процессов. В целом за 4 года, предшествовавших валютному кризису, отрицательное внешнеторговое сальдо по товарам и услугам составило более 24 млрд долларов США, в т.ч. по товарам – 28 млрд долларов США, что уже не могло «перекрывать»

ся» ни внешними заимствованиями, ни привлекаемыми внешними инвестициями, ни имевшимися золотовалютными резервами.

Динамика изменения международных резервных активов Республики Беларусь в 2010-2011 г.г. (по методологии МВФ) [8] представлена на рис. 5.

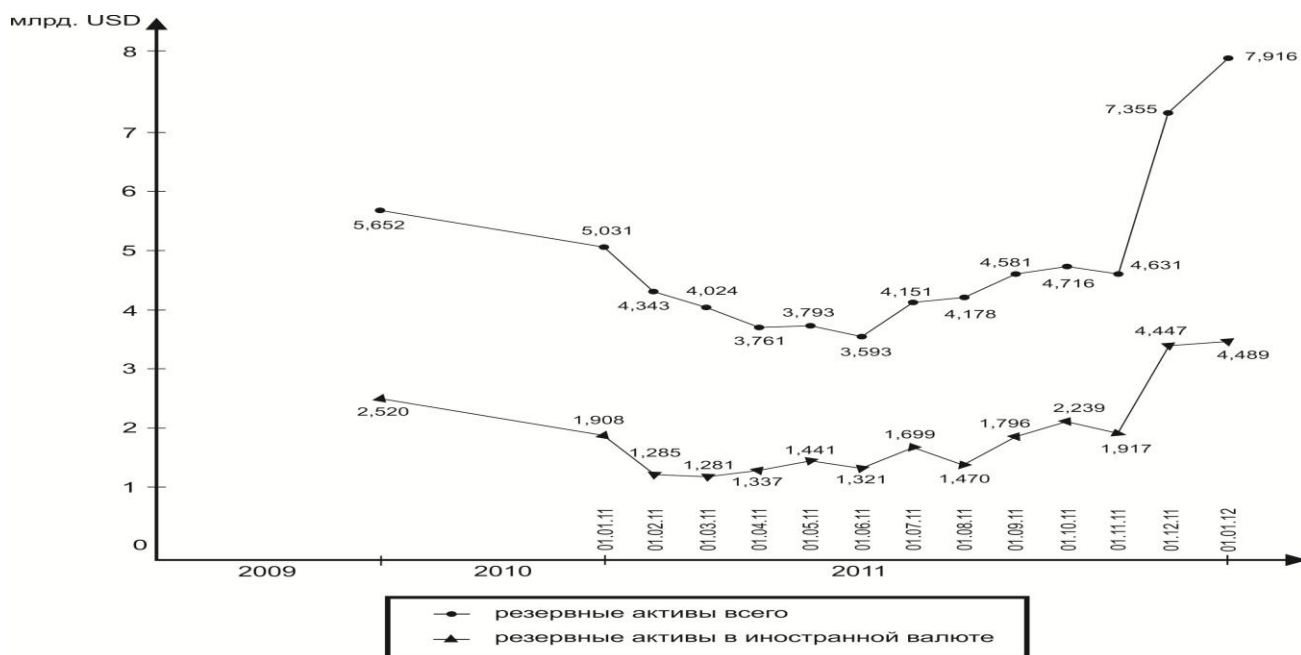


Рис. 5. Динамика изменения международных резервных активов Республики Беларусь в 2010-2011 г.г.

Как следует из приведенного выше рисунка, накануне проведения первой разовой девальвации белорусского рубля (май 2011 г.) наблюдалось резкое «вымывание» золотовалютных резервов. Так, если на начало 2011 года их величина составляла 5,03 млрд долларов США, то на 1 мая этого же года величина этих резервов сократилась до 3,79 млрд долларов США, т.е. на 25 %.

Последующее – с ноября 2011 года – резкое увеличение золотовалютных резервов обусловлено внешними заимствованиями, направленными на увеличение резервов, и началом проявления «девальвационного эффекта», обусловленного падением курса национальной валюты.

### Этапы развития кризиса и меры по его преодолению

В целом по динамике развития и преодоления валютного кризиса можно выделить следующие основные его этапы:

- **предкризисный этап** – до 22.03.2011 г. (курс валюты относительно свободный, валюта свободно продается и покупается). Курс доллара США – около 3000 руб. за 1 доллар;

- **начало кризиса** – с 22.03.2011 г. – НБ РБ прекратил продажу валюты банкам для удовлетворения спроса населения через обменные пункты. Банки продают населению только ту валюту, которая сдается в обменные пункты. Купить валюту по официальному курсу НБ РБ практически невозможно. Покупка наличной валюты производится на «черном рынке», при этом курс покупки существенно превышает официальный курс НБ РБ. Коммерческие организации имеют ограниченный доступ к покупке валюты;

- **развитие кризиса:**

• 29.03.2011 г. – банкам разрешили продавать валюту в обменных пунктах и на межбанковском рынке по курсу, превышающему официальный курс на 10 %.

Поскольку валюты для продажи недостаточно, организации, осуществляющие импорт, изыскивают возможности приобретения валюты у третьих лиц, проведения зачетных и бартерных операций, осуществления расчетов за товар после его получения и т.д.;

• 01.04.2011 г. – сформирован рынок приоритетного обеспечения валютой (по официальному курсу НБ РБ) импортеров медикаментов и энергоносителей за счет валюты, поступающей на биржу в результате обязательной продажи предприятиями-экспортерами 30 % от полученной ими валютной выручки;

• 16.04.2011 г. – введено свободное курсообразование на межбанковском рынке валюты с рекомендуемым ограничением максимального курса валюты в размере 4500 руб. за 1 доллар США;

• 16.05.2011 г. – курс в обменных пунктах разрешено увеличить до 4500 руб. за 1 доллар США. Население валюту в обменные пункты не продает. Купля-продажа валюты осуществляется преимущественно на «черном рынке»;

- 23.05.2011 г. – проведена официальная девальвация белорусского рубля (с начала года девальвация составила 56 %). После девальвации курс доллара США вырос до 4930 руб. за 1 доллар;

- 23.05-14.09.2011 г. – официальный курс иностранной валюты растет незначительно. К покупке валюты по официальному курсу имеет доступ ограниченное количество субъектов хозяйствования (как правило, государственные структуры, приобретающие валюту для расчета за энергоресурсы и другие стратегические товары).

Организации, не имеющие доступа к покупке валюты по официальному курсу, искивают возможности ее покупки у нерезидентов (через различные схемы расчетов и займов). Организации, себестоимость которых не «переваривает» рыночную стоимость валюты, либо приостанавливают свою деятельность, либо существенно повышают цены на свой товар (работы, услуги);

- 14.09.2011 г. – курс рубля по отношению к основным иностранным валютам стал устанавливаться по результатам торгов на дополнительной торговой сессии ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа». Субъекты хозяйствования получили возможность покупать валюту по рыночному курсу. В первый день торгов курс доллара США был определен в размере 8600 руб. У организаций, нуждающихся в валюте, появилась возможность ухода от «серых» и «черных схем» приобретения валюты у нерезидентов, банков и др. владельцев валюты. Как и ранее, некоторые субъекты хозяйствования имеют доступ к покупке валюты по официальному курсу НБ РБ, который составляет около 60 % от биржевого курса;

- 14.09-20.10.2011 г. – сохраняется существенная «разбежка» между официальным и рыночным курсами иностранной валюты, что существенным образом искажает финансовые результаты организаций, имеющих доступ к покупке иностранной валюты по официальному курсу, и организаций, приобретающих валюту по рыночному курсу;

- **преодоление кризиса:**

- 20.10.2011 г. – закрытие дополнительной и открытие единой торговой сессии, по результатам торгов на которой будет устанавливаться единый официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам.

По результатам первого дня торгов на единой торговой сессии официальный курс доллара США составил 8680 руб. за 1 доллар.

С установлением единого курса для всех субъектов хозяйствования, осуществляющих операции с иностранной валютой, создаются равные условия доступа к покупке валюты;

- 20.10.2011–декабрь 2011 г. – валюта свободно продается и покупается. Курс валюты сначала растет, достигнув 11.11.2011 г. своего максимума (8850 руб. за 1 доллар США), затем начинает снижаться – до 8350 руб. за 1 доллар США к концу года.

По итогам 2011 года отрицательное сальдо внешней торговли товарами уменьшилось по сравнению с 2010 годом более чем вдвое, при этом экспорт товаров увеличился почти на 60 %. Более чем на 30 % против предыдущего года сократился дефицит текущего счета платежного баланса. В экономике Беларуси начались позитивные процессы, обусловленные «девальвационным эффектом».

### **Анализ влияния валютного кризиса на достоверность финансовой отчетности**

Как показывают результаты анализа, до введения в октябре 2011 года единого курса валюты целый ряд субъектов хозяйствования имел доступ к валюте по более низкому курсу, чем курс, по которому эта валюта продавалась сначала на «черном рынке», а затем (после 14.09.2011 г.) – на дополнительной торговой сессии. Очевидно, что предприятия, имевшие доступ к «дешевой валюте», пользовались значительными преференциями против тех организаций, которые такого доступа не имели.

В итоге затратная часть предприятий-льготников формировалась по заниженному курсу иностранной валюты, что позволяло показывать в отчетности высокую результативность их работы. У тех же предприятий, которые приобретали валюту по «черному курсу», превышающему более чем вдвое официальный курс, устанавливаемый НБ РБ, затратная часть резко росла, что при формировании валютной выручки по официальному курсу привело к резкому ухудшению их финансового состояния.

Прежде всего это коснулось тех предприятий, валютная выручка которых не покрывала их валютные затраты и которые осуществляли обязательную продажу валюты по официальному курсу НБ РБ в размере 30 % от полученной суммы выручки в иностранной валюте.

Определенные проблемы формирования финансовых результатов возникли непосредственно на момент девальвации национальной валюты.

В связи с обусловленной законодательством необходимостью переоценки валютных задолженностей и отнесения сумм переоценки на финансовые результаты, у предприятий-импортеров, имевших на момент девальвации непогашенные задолженности перед поставщиками, финансовые результаты резко ухудшились. У экспортеров, наоборот, финансовые результаты существенно возросли. В силу характерного для страны преобладания импорта над экспортом, девальвация в момент ее осуществления привела к ухудшению экономических показателей в целом по республике.

В целях предупреждения складывающихся отрицательных тенденций постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 03.06.2011 г. № 704 [9], введенным в силу с 24.05.2011 г., коммерческим организациям разрешили:

- относить расходы, связанные с покупкой иностранной валюты в сумме разницы между курсом покупки иностранной валюты и курсом НБ РБ на увеличение стоимости приобретаемого за валюту сырья, материалов, товаров;

- относить курсовые разницы, возникающие с 24.05.2011 г. при переоценке имущества и обязательств в иностранной валюте,

- по дебиторской задолженности за отгруженные товары, выполненные работы, оказанные услуги, по авансам, выданным поставщикам и подрядчикам на приобретение сырья, материалов, товаров, работ,

- по кредиторской задолженности по расчетам с поставщиками и подрядчиками за сырье, материалы, товары, выполненные работы, оказанные услуги, а также по кредитам, займам и процентам по ним, авансам, полученным от покупателей и заказчиков,

- на доходы (расходы) будущих периодов и списывать на внереализационные доходы (расходы), учитываемые при налогообложении, в порядке и сроки, установленные руководителем организации, но не позднее 31 декабря 2014 г.

Введенный порядок, к сожалению, не затронул суммы переоценки валюты, имевшейся на счетах субъектов хозяйствования на момент девальвации, что в силу включения таких сумм во внереализационный доход организаций непосредственно на момент переоценки привело к необходимости уплаты с них налога на прибыль и, соответственно, к «вымыванию» оборотных средств предприятий. Лишь в феврале 2012 года курсовые разницы, образовавшиеся в 2011 году при переоценке валюты на счетах на момент девальвации, разрешили относить на доходы будущих периодов с последующим списанием – до 31.12.2014 г. – на внереализационные доходы, учитываемые при налогообложении (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.02.2012 г. № 126 [10]). Это решение позволило осуществить пересчет сумм налога на прибыль, подлежащих уплате в бюджет по итогам 2011 года, и, соответственно, улучшить финансовое положение предприятий.

Однако такое улучшение следует рассматривать как временное явление, поскольку речь в рассматриваемом случае идет об отсрочке уплаты налога, о переводе сумм уменьшения налога на прибыль в категорию отложенных налоговых обязательств.

С введением с 14.09.2011 г. дополнительной торговой сессии, на которой предприятия получили возможность приобретать и продавать валюту по «курсу спроса-предложения», также существенно отличающемуся от официального, возникла проблема налогообложения доходов, образующихся при продаже валюты.

Суть этой проблемы заключалась в том, что продаваемая валюта, полученная организациями от реализации товаров (работ, услуг) на экспорт, должна была отражаться в учете по официальному курсу НБ РБ, в то время как продавалась она по более высокому курсу – курсу «спроса-предложения». Возникающая при этом разница в соответствии с налоговым законодательством должна облагаться налогом на прибыль. Как результат, экспортеры стали придерживать продажу валюты, что существенно сократило ее приток на дополнительную сессию и, соответственно, возможности уменьшения спекулятивного курса, сложившегося ранее на межбанковском рынке.

Ряд крупных экспортеров инициировал вопрос об освобождении от обложения налогом на прибыль разницы между суммой, вырученной от продажи валюты на дополнительной сессии, и ее стоимостью по курсу НБ РБ. Однако решение по данной проблеме принято не было.

В итоге предприятия-экспортеры были вынуждены уплачивать завышенные суммы налога на прибыль, уменьшая в итоге свои оборотные средства, необходимые для покупки сырья и материалов по уже новым ценам, сформированным с учетом роста курса иностранной валюты.

Разбежки в курсах привели также к созданию видимости финансового благополучия субъектов хозяйствования, имевших доступ к «дешевой» валюте (заниженные затраты), а также экспортеров, реализовавших через различные схемы возможность продажи получаемой валюты по рыночному курсу.

Ситуация усугублялась и тем, что в затраты промышленных предприятий списывались ранее накопленные на складах материалы по ценам их приобретения в докризисный период или в период доступа к «дешевой валюте», а выручка от реализации отгруженной продукции (выполненных работ, оказанных услуг) отражалась по уже возросшим отпускным ценам.

Существенные предпосылки для валютной стабилизации и выравнивания условий хозяйствования для организаций, работающих с валютой, возникли лишь с 20 октября 2011 года, когда был осуществлен переход на единый курс иностранной валюты, устанавливаемый по результатам торгов на бирже.

Конец 2011 года и начало 2012 года ознаменовались выходом на относительно стабильный курс белорусского рубля и иностранной валюты. Именно в этот период, с нашей точки зрения, стали формироваться более-менее реальные финансовые результаты всех субъектов хозяйствования. Вместе с тем, с учетом ранее накопленных отклонений, обусловленных разнообразием валютных курсов, а также переноса списа-

ния сумм переоценок валюты и валютных задолженностей на более поздние отчетные периоды, говорить о прозрачности финансовой отчетности организаций, работающих с иностранной валютой, проблематично.

По нашему мнению, более ранее, чем это было фактически осуществлено (20 октября 2011 года), введение свободной продажи валюты на единой торговой сессии существенно сгладило бы те негативные последствия, которые складывались для субъектов хозяйствования и для экономики в целом на различных этапах валютного кризиса.

Во-первых, существенно сократились бы затраты импортеров на покупку валюты по «черным» и «серым» схемам. Так, например, для осуществления расчетов с поставщиками импортеры в мае-июне покупали валюту по спекулятивному курсу более 10 000 руб. за 1 доллар США. Если бы в этом периоде применялся курс, который в итоге сложился по результатам торгов на дополнительной сессии (около 8600 руб. за 1 доллар), то затраты импортеров на покупку были бы существенно меньшими.

В такой ситуации, как представляется, многие из предприятий, приостановивших свою деятельность в связи с высокими затратами на покупку валюты, скорее всего остались бы на активном рынке продаж.

Экспортеры, в свою очередь, отражали бы в учете свою валютную выручку, а также выручку от обязательной продажи валюты не по заниженному официальному курсу, как это имело место по факту до 20.10.2011 г., а по существенно большему, что, без сомнения, повысило бы результативность их финансово-хозяйственной деятельности и привело к увеличению платежей по налогу на прибыль в бюджет.

Во-вторых, субъекты хозяйствования, а также население не имело бы проблем с покупкой валюты, которую они в итоге покупали (с использованием полузаконных и незаконных схем, у валютчиков), но по более высокой стоимости и без прямого или опосредованного участия государства в системе валютных расчетов и валютного регулирования.

В-третьих, не возникли бы случаи злоупотреблений со стороны банков, увеличивавших в итоге стоимость продаваемой ими валюты за счет выставления счетов на банковские услуги, которые по факту не выполнялись, что также увеличивало затратную часть предприятий-покупателей валюты.

В-четвертых, бухгалтерская (финансовая) отчетность субъектов хозяйствования в большей мере соответствовала бы реальному положению дел, поскольку использование в течение длительного времени множественности курсов и, соответственно, различный порядок формирования финансовых результатов для разных групп хозяйствующих субъектов способствовали ее существенному искажению.

Более раннее установление единого курса иностранной валюты привело бы к более низкому ее курсу со всеми вытекающими из этого последствиями. Понятно, что с течением времени он достиг бы той величины, которая сложилась по результатам торгов на единой торговой сессии, но это было бы постепенным процессом, без последующего разового девальвационного скачка, который мы наблюдали в октябре 2011 года.

Учитывая изложенное, следует признать, что введение множественности курсов иностранных валют оказалось неэффективным, а выход на единый курс валюты, устанавливаемый по результатам торгов на единой сессии, – неоправданно затянутым.

Рассмотрим далее некоторые теоретические основы валютного кризиса, учитывающие практические аспекты кризиса, имевшего место в Беларуси в 2011 году.

## **ВАЛЮТНЫЙ КРИЗИС: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

### **Суть и формы валютного кризиса**

Прежде всего отметим, что валютный кризис – это недостаток валюты для удовлетворения текущей потребности в ней государства, хозяйствующих субъектов и физических лиц, сопровождающийся, как правило, проведением постепенной (плавной) или разовой девальвацией национальной валюты.

Потребность в валюте может быть обусловлена:

- а) необходимостью расчета государства по внешним кредитам и займам;
- б) необходимостью приобретения стратегически важных для государства видов сырья, продукции, товаров, относящихся к критическому импорту (газ, нефть, медикаменты и т.п.);
- в) необходимостью приобретения организациями сырья, материалов, комплектующих, составляющих основу производимой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг;
- г) закупкой за валюту товаров, реализуемых на потребительском рынке;
- д) ростом заработной платы, опережающим рост производительности труда, и, соответственно, направлением относительного избытка наличных денежных средств:
  - в валютные накопления;
  - на приобретение товаров, работ, услуг, оплата за которые производится в валюте, в частности, покупка автомобилей, оплата зарубежных командировок, поездок на отдых и т.п.

Отсутствие или недостаток валюты для указанных выше целей может обусловить возникновение и развитие валютного кризиса.

Недостаток валюты может быть обусловлен отрицательным внешнеторговым сальдо, т.е. тем, что объемы импорта превышают объемы экспорта.

Вместе с тем, полагаем, что недостаток валюты может иметь место и при положительном внешнеторговом сальдо. Такая ситуация возможна, например, при наступлении сроков платежей по внешним долгам, при внешнем кредитовании и т.д.

По форме своего проявления валютный кризис может быть, с нашей точки зрения, явным и скрытым.

При скрытом кризисе курс валюты может поддерживаться государством искусственно за счет средств внешних заимствований либо за счет золотовалютных резервов государства.

В случае, если за период искусственного поддержания курса валюты не будут изысканы возможности исправления ситуации, скрытый кризис оборачивается девальвацией национальной валюты, т.е. переходом кризиса в его явную форму.

В любом случае, как нам представляется, сдерживание роста курса иностранной валюты целесообразно только при осуществлении конкретных мер, приводящих к увеличению притока валюты без каких-либо внешних заимствований (рост объемов экспорта, сокращение объемов импорта и т.д.). В противном случае искусственное сдерживание курса ведет к последующей резкой девальвации национальной валюты.

Период скрытого валютного кризиса, когда курс валюты искусственно поддерживается государством, характеризуется, как правило, значительными девальвационными ожиданиями.

В этот период, как показывает опыт Беларуси, идет активная скупка валюты гражданами, отток рублевых депозитов, перевод вкладов в национальной валюте во вклады в иностранной валюте, что, в свою очередь, углубляет валютный кризис и при отсутствии значительных «валютных вливаний» ведет к переходу его в открытый вариант.

В зависимости от выбранной государством стратегии, девальвация национальной валюты может быть плавной (растянутой во времени) либо разовой (при которой курс падает резко и одномоментно).

При плавной девальвации национальной валюты в определенной степени сглаживаются социальные аспекты: получаемые доходы население стремится сконвертировать в валюту, уменьшив свои девальвационные потери (при разовой девальвации потери существенно больше). Вместе с тем плавная девальвация усиливает давление на валютный рынок и значительно усугубляет ситуацию с валютой.

Открытый вариант валютного кризиса характеризуется существенным падением курса национальной валюты, ее девальвацией.

Переход кризиса в открытую фазу, сопровождающуюся резкой девальвацией, не означает преодоление кризиса как такового. Если не будет обеспечено равновесие спроса и предложения валюты без задействования для этого золотовалютных резервов и внешних заимствований, сложившееся после одномоментной разовой девальвации временное равновесие может перейти в дальнейшее развитие валютного кризиса.

Именно такая ситуация сложилась в Беларуси после первой девальвации национальной валюты в мае 2011 года, когда разовая девальвация белорусского рубля составила, как уже отмечалось ранее, 56 %. Столь значимый рост курса иностранной валюты, тем не менее, в силу несоответствия спроса и предложения, не обеспечил ее свободное появление на рынке.

Как результат, валюта в обменных пунктах отсутствовала, а многие субъекты хозяйствования были вынуждены приобретать ее по «черным» и «серым» схемам по курсу, превышающему официальный более чем в 2 раза.

И только с проведением в октябре 2011 года второй разовой девальвации, составившей 52 %, валютный рынок стабилизировался, и валюта появилась в свободной продаже.

С нашей точки зрения, валюта – это товар, который, как любой актив, должен иметь справедливую стоимость. И стоимость этого актива (курс по отношению к иностранной валюте) должна определяться не административными методами, а исходя из спроса-предложения.

Проведение девальвации национальной валюты как раз и направлено на то, чтобы уравновесить спрос на валюту и ее предложение (без задействования для этого золотовалютных резервов и дополнительных внешнеэкономических кредитов и займов).

Следует отметить, что проведение девальвации, в частности разовой, имеет определенный временной эффект.

Этот эффект заключается в установлении рыночного курса иностранной валюты, обеспечивающего относительное соответствие спроса на валюту и на ее предложение. И этот девальвационный эффект может быть либо сохранен на перспективу, либо нивелирован последующими неэффективными шагами или неблагоприятным развитием событий – например, необоснованным повышением заработной платы, падением экспорта, увеличением импорта и т.д.

Так, например, проведение девальвации в 2011 году привело к существенному падению спроса на валюту со стороны предпринимателей, а также физических лиц, в частности, на валюту, используемую на приобретение импортных потребительских товаров. Начались процессы, связанные с импортозамещением.

Как результат, отрицательное внешнеторговое сальдо по товарам уменьшилось в 2011 году до 4,34 млрд долларов США (против 9,6 млрд долларов США в 2010 году).



При этом из годового сальдо в размере 4,34 млрд долларов США сальдо на момент майской девальвации составляло с начала года 3,87 млрд долларов США. Указанное свидетельствует о том, сразу же после проведения первой девальвации начал проявляться «девальвационный эффект».

### **Проявления валютного кризиса**

Для валютного кризиса характерны следующие его проявления:

- нарастание дефицита счета текущих операций платежного баланса;
- недостаток валюты и, соответственно, введение ограничений на приобретение валюты, получение валютных кредитов и т.д.;
- введение в ряде случаев множественности валютных курсов в отношении одноименной валюты: для физических и юридических лиц, для организаций, занимающихся поставкой товаров «критического импорта», и других организаций и т.д.;
- нарастание сложностей по валютным расчетам с нерезидентами-поставщиками товаров, работ, услуг;
- развитие бартерных и зачетных внешнеэкономических операций;
- размещение выпуска еврооблигаций, применение иных финансовых инструментов с целью привлечения валютных ресурсов;
- активные попытки привлечения внешних государственных займов и кредитов;
- приобретение иностранной валюты за национальную валюту по спекулятивным схемам, приводящим к росту затрат покупателей и, соответственно, к росту себестоимости производимой ими продукции, стоимости закупаемых ими импортных товаров.

Как результат, происходит дополнительное отвлечение (отток) национальной валюты, нарастают инфляционные процессы, снижается рентабельность организаций, использующих в своей деятельности импортные сырье и материалы, но не имеющих свободного доступа к покупке валюты;

- рост ставки рефинансирования, процентных ставок по депозитам, по кредитам, предоставляемым населению и коммерческим организациям и т.д.

### **Последствия валютного кризиса**

Проведение девальвации национальной валюты обуславливает следующие последствия:

- падение курса национальной валюты по отношению к свободно конвертируемым валютам и, соответственно, падение (при пересчете в валюту) всех основных показателей, характеризующих экономическое состояние общества и платежеспособность государства:
  - а) уменьшение уровня заработной платы, пенсий;
  - б) снижение валового внутреннего продукта (ВВП);
  - в) уменьшение золотовалютных резервов;
  - г) снижение объемов производства, объемов продаж и т.д.;
  - д) рост инфляции и т.д.;
- падение покупательной способности граждан;
- отток капитала из страны;
- отток рабочей силы в другие более развитые страны;
- рост внешнего государственного долга;
- уменьшение закупок по импорту и, соответственно, стагнация потребительского рынка по импортируемым товарам, падение объемов производства в организациях, у которых стоимость потребляемых валютных ресурсов превышает их валютные объемы экспорта;
- падение рынка туристических услуг, в частности по импортируемым туристическим услугам, что обусловлено падением доходов граждан;
- резкое падение валютной стоимости товаров, продукции, работ, услуг, поставляемых национальными компаниями на внутренний рынок, что, во-первых, приводит к «вымыванию» этих товаров странами-соседями и, во-вторых, обуславливает – в целях защиты национального рынка – необходимость повышения цен национальными производителями.

В свою очередь, повышение внутренних цен, предотвращающее вымывание товаров и существенное ухудшение финансового состояния предприятий-производителей, ведет к росту уровня инфляции и, соответственно, падению покупательной способности граждан;

- снижение прибыльности предприятий, работающих на внутренний рынок, прежде всего предприятий, использующих импортное сырье, материалы, комплектующие, что обусловлено замедленным ростом цен на товары, работы, услуги по сравнению с уровнем девальвации национальной валюты;
- рост объемов выручки, прибыли и рентабельности продаж предприятий-экспортеров, что обуславливает увеличение платежей в бюджет по налогу на прибыль и добавленную стоимость.

При этом нередко уплата налога на прибыль производится с завышенной («бумажной») прибыли, поскольку в расходы принимаются ранее произведенные затраты, не учитывающие инфляционные процессы, произошедшие с момента осуществления этих затрат, например на покупку сырья и материа-

лов, до момента реализации изготовленных из них товаров. Как результат, в конечном итоге уплата налога производится за счет собственного капитала организации.

Следует отметить, что в результате роста курса иностранной валюты и, соответственно, увеличения объемов выручки при сохранении объемов экспортных продаж масса поступающей в страну валюты не увеличивается и, соответственно, такой рост не решает проблемы сокращения отрицательного внешнеторгового сальдо. По сути, речь идет о переоценке товарных активов предприятий экспортеров и направлении сумм переоценки в бюджет (в части налогов от выручки) и на пополнение оборотных средств предприятий;

- переориентация работы предприятий с работы на внутренний рынок на работу на внешний рынок (если выпускаемая продукция, выполняемые работы, оказываемые услуги имеют спрос на внешнем рынке). Такая переориентация обусловлена ростом валютной выручки в белорусских рублях (выручка считается по выросшему в результате девальвации курсу иностранной валюты) и, соответственно, улучшением финансового состояния хозяйствующих субъектов.

Следует отметить, что такая переориентация может создать определенный дефицит продукции и товаров на внутреннем рынке, прежде всего на потребительском;

- рост ставок по депозитам и банковским кредитам, что, с одной стороны, обусловлено сопровождающей девальвацию инфляцией и, с другой стороны, необходимостью обеспечения прибыльной работы коммерческих банков и т.д.

### **Меры по предупреждению валютного кризиса**

#### **А) Разовые (несистемные) меры:**

1. Внешние государственные валютные заимствования;
2. Направление на поддержание курса золотовалютных резервов;
3. Размещение внутренних государственных валютных облигаций для юридических и физических лиц;
4. Распродажа государственной собственности нерезидентам;
5. Введение ограничений на приобретение валюты;
6. Введение (в ряде случаев) множественности курсов;
7. Запрет на кредитование в валюте как физических, так и юридических лиц.

#### **Б) Системные меры:**

1. Жесткая денежно-кредитная и налогово-бюджетная политика, недопущение необоснованных эмиссионных вливаний в экономику, ограничение директивного и льготного кредитования;
2. Связывание избыточной массы наличных денежных средств путем установления привлекательных ставок по депозитам;
3. Сдерживание роста заработной платы (если рост зарплаты не обеспечивается в должной мере ростом производительности труда) в целях уменьшения спроса и восстановления конкурентоспособности выпускаемой продукции;
4. Сокращение импорта, прежде всего в отношении потребительских товаров, развитие импортозамещения;
5. Осуществление мероприятий по наращиванию экспорта (без создания напряженности на внутреннем рынке по экспортируемой продукции, товарам);
6. Привлечение иностранных инвестиций, гарантия защиты интересов иностранных инвесторов;
7. Отказ от национализации и конфискации, гарантия собственности;
8. Недопущение искусственного поддержания высокого курса национальной валюты при отсутствии для этого достаточных оснований (сокращение масштабов интервенции на валютном рынке и ужесточение денежно-кредитной политики), девальвирование курса национальной валюты (разовое или постепенное – в зависимости от выбранных приоритетов);
9. Недопущение увеличения налоговой нагрузки на предприятия;
10. Освобождение от налогообложения сумм переоценок валютных активов предприятий, в частности валюты на счетах коммерческих организаций;
11. Введение механизма переоценки при девальвации активов предприятий, исключаящего возникновение «бумажной» налогооблагаемой прибыли и дополнительных облагаемых оборотов по налогу на добавленную стоимость;
12. Проведение структурных реформ в экономике;
13. Сдерживание внутреннего спроса (повышение тарифов на ЖКХ, на транспортные услуги и услуги в других сферах, где доля государственной поддержки составляет значимую величину).

Определим далее формулу, на основе которой, с учетом определенных допущений, можно в упрощенной форме рассчитывать прогнозный курс национальной валюты при дефиците иностранной конвертируемой валюты.

## Расчет прогнозного курса национальной валюты

Определяющими показателями при расчете прогнозного курса национальной валюты должны, с нашей точки зрения, выступать следующие показатели:

- наличие валюты ( $Hв$ );
- потребность в валюте ( $Пв$ );
- золотовалютные резервы ( $Зр$ ).

$$Hв = Bв + Bз + Ви, \quad (1)$$

где  $Bв$  – валютная выручка от экспорта товаров, работ, услуг;

$Bз$  – привлеченные валютные займы и кредиты;

$Ви$  – валютные поступления от продажи государственного имущества (предприятий, акций, долей в имуществе предприятий).

$$Пв = Bр + Pз + Pд, \quad (2)$$

где  $Bр$  – валютные расходы по импорту товаров, работ, услуг;

$Pз$  – расходы на погашение валютных займов, кредитов и процентов по ним;

$Pд$  – валютные расходы на погашение девальвационных ожиданий населения, в т.ч. расходы, обусловленные искусственным ростом заработной платы.

Разница между расчетной суммой валюты, которая имеется в наличии, и расчетной суммой потребности в валюте характеризует профицит ( $П$ ) или дефицит ( $Д$ ) валюты (без учета золотовалютных резервов):

$$П (Д) = Hв - Пв = (Bв + Bз + Ви) - (Bр + Pз + Pд). \quad (3)$$

С учетом того, что валютная выручка от экспорта ( $Bв$ ) за минусом валютных расходов на импорт ( $Bр$ ) представляет собой сальдо внешнеторгового баланса ( $Cв$ ), приведенную выше формулу (3), можно представить следующим образом:

$$П (Д) = Cв + Bз + Ви - Pз - Pд. \quad (4)$$

Если в результате расчета получен профицит, то его величина может, в частности, рассматриваться в качестве источника увеличения золотовалютных резервов.

При дефиците валюты имеющиеся золотовалютные резервы могут быть направлены на его покрытие. Понятно, что резервы могут выступать в качестве источника покрытия дефицита валюты с учетом определенных ограничений.

Рассчитаем далее возможный курс национальной валюты, используя следующие условные данные, приближенные к показателям, характеризующим внешнеэкономическую деятельность Республики Беларусь.

Предположим, что расчетная потребность в валюте составляет 50,96 млрд долл. США, в т.ч.:

- валютные расходы по импорту – 45,76 млрд.;
- расходы на погашение валютных займов, кредитов и процентов по ним – 3,2 млрд.;
- расходы на погашение девальвационных ожиданий населения – 2 млрд долл. США.

Обеспечение валютных расходов составляет 42,44 млрд долларов США, в т.ч.:

- валютная выручка от экспорта товаров, работ, услуг – 40 млрд.;
- привлеченные (привлекаемые в отчетном периоде) валютные займы и кредиты – 2,44 млрд

С учетом приведенных выше данных нами получен дефицит валюты в размере 8,52 млрд долларов США ( $50,96 - 42,44$ ), из которых 5,76 млрд обусловлено отрицательным сальдо внешней торговли ( $45,76 - 40$ ).

Очевидно, что указанная сумма будет оказывать давление на валютный рынок и, соответственно, влиять на курс национальной валюты.

С учетом расчетной величины дефицита валюты этот курс должен быть откорректирован – с тем, чтобы уравновесить спрос на валюту и ее предложение.

Предположим, что при наличии валюты в размере 42,44 млрд долларов США курс национальной валюты к доллару США составляет 9700 рублей за 1 доллар. В силу того, что указанный курс, как мы полагаем, должен складываться при равновесии спроса и предложения (50,96 млрд долларов США), в отношении имеющейся валюты должен применяться курс 11650 руб. за 1 доллар США ( $50,96 \times 9700 : 42,44$ ).

При указанном курсе девальвация национальной валюты составляет 20 %.

Уменьшение дефицита валюты (путем увеличения экспорта, уменьшения импорта, привлечения внешних валютных займов и кредитов, продажи имущества, направления на уменьшение дефицита золотовалютных резервов и т.д.) ведет к меньшему падению курса национальной валюты.

Так, например, если в результате установлении высоких процентных ставок по депозитам чистая покупка валюты населением сократится вдвое (применительно к рассматриваемому примеру с 2 до 1 млрд

долларов США), то расчетный курс национальной валюты составит около 11420 руб. за 1 доллар США  $((50,96 - 1,0) \times 9700 : 42,44)$ , т.е. девальвация валюты – 17,7 %.

Если дополнительно к падению спроса на валюту со стороны населения государством будут проданы за валюту имущественные активы на 2,5 млрд долларов США, то расчетный курс национальной валюты составит около 10785 руб. за 1 доллар США  $((50,96 - 1,0) \times 9700 : (42,44 + 2,5))$  (девальвация – 11,2 %).

При направлении на покрытие дефицита валюты золотовалютных резервов в объеме 1 млрд долларов США расчетный курс национальной валюты составит 10550 руб. за 1 доллар США  $((50,96 - 1,0) \times 9700 : (42,44 + 2,5 + 1,0))$  (девальвация – 8,7 %).

С учетом обозначенных нами выше подходов расчетная величина курса национальной валюты (**Kp**) при ее дефиците может исчисляться по следующей формуле:

$$Kp = Pv \times Kd : Hb = (1 + (D : Hb)) \times Kd, \quad (5)$$

где Kд – курс национальной валюты к соответствующей свободно конвертируемой иностранной валюте, действующий в момент расчета дефицита иностранной валюты.

Очевидно, что приведенная выше формула является упрощенной, не учитывающей целый ряд аспектов, в том числе эмиссионные, социально-политические и ряд других. Вместе с тем, по нашему мнению, она позволяет в определенной степени говорить о реальности или нереальности применяемого в стране курса национальной валюты.

## ВЫВОДЫ

1. Валюта – это, с нашей точки зрения, товар, стоимость которого определяется курсом национальной валюты государства к соответствующей единице конвертируемой валюты. Стоимость (курс) валюты может определяться рынком либо регулироваться государством.

2. Недостаток валюты обуславливает рост ее стоимости. Если курс национальной валюты регулируется государством, у государства должны иметься источники, обеспечивающие сдерживание падения курса национальной валюты до ее рыночного курса.

3. Основными источниками обеспечения поддержания курса национальной валюты являются: положительное сальдо внешнеторгового баланса, внешние и внутренние валютные заимствования, золотовалютные резервы. Источником поддержания курса национальной валюты могут также служить валютные поступления от продажи государственного имущества.

4. При расчете профицита или дефицита иностранной валюты необходимо иметь в виду, что сальдо внешнеторгового баланса имеет кумулятивный эффект, т.е. его необходимо учитывать нарастающим итогом.

5. Сокращение золотовалютных резервов свидетельствует, как правило, об отсутствии других источников поддержания курса национальной валюты, а также для расчета с нерезидентами по внешним кредитам и займам.

6. При недостаточности источников для сдерживания падения курса национальной валюты начинаются девальвационные процессы, которые обуславливают инфляцию и создают предпосылки для общего экономического кризиса.

7. Основными проявлениями, свидетельствующими о наступлении валютного кризиса, сопровождающегося падением курса национальной валюты, являются:

- постоянно возрастающее отрицательное сальдо внешнеторгового баланса;
- постоянно увеличивающееся отрицательное сальдо счета текущих операций платежного баланса страны;
- уменьшение золотовалютных резервов;
- возрастание девальвационных ожиданий, сопровождающееся скупкой валюты населением;
- вводимые государством ограничения по приобретению иностранной валюты;
- введение множественности курсов для разных категорий пользователей валюты и т.д.

8. Значимое влияние на курс национальной валюты оказывает государственная политика в сфере формирования доходов населения.

Неоправданно высокий рост доходов ведет к усилению давления на валютный и товарный рынки и, соответственно, способствует развитию девальвационных и инфляционных процессов.

9. В зависимости от избранной государством стратегии девальвация национальной валюты может осуществляться плавно – путем системной корректировки (уменьшения) курса национальной валюты, либо путем резкого изменения курса.

10. Плавная девальвация менее болезненна для населения и хозяйствующих субъектов, поскольку позволяет учитывать и минимизировать отрицательные последствия девальвационных процессов.

Вместе с тем, с нашей точки зрения, при плавной девальвации «эффект оздоровления» экономики затягивается и для стабилизации валютного курса требуется значительно большие объемы валютных ресурсов, что обусловлено постоянными девальвационными ожиданиями.

11. При резкой (одномоментной) девальвации национальной валюты возникает более значимый «девальвационный эффект», в частности, для экспортоориентированных предприятий. Вместе с тем при

такой форме девальвации происходит резкое падение доходов населения, что существенно усиливает социальную напряженность в обществе.

Кроме того, при резкой девальвации рост цен на внутренние товары не успевает за ростом девальвации (в том числе и в связи с падением доходов населения), что при открытости границ приводит к «вымыванию» товаров национального производства.

**12.** Значимость «девальвационного эффекта» для организаций, осуществляющих поставку продукции, товаров, работ, услуг на экспорт, заключается в росте объемов выручки (исчисляемой по возросшему курсу в белорусских рублях), а также массы прибыли, что позволяет таким организациям увеличить собственные оборотные средства и собственный капитал. Вместе с тем с сумм переоценки иностранной валюты на счетах организации-экспортеры в соответствии с действующей системой налогообложения вынуждены уплачивать налог на прибыль. В своей основе речь идет об уплате налога на прибыль с обусловленных девальвацией курсовых разниц при неизменности массы валютных средств.

Полагаем, что при значительной девальвации национальной валюты должны применяться такие механизмы переоценки активов и обязательств организаций, которые бы позволяли, с одной стороны, сохранять оборотные средства предприятий за счет уменьшения платежей в бюджет с сумм переоценки валютных активов и обязательств, с другой – обеспечивать достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций. В качестве одной из таких мер могла бы стать в условиях гиперинфляции отмена от обложения налогом на прибыль сумм переоценки валюты на счетах, а также сумм переоценки валютных задолженностей покупателей и заказчиков.

**13.** Введение в условиях валютного кризиса множественности курсов ведет к формированию недостоверных конечных финансовых результатов коммерческих организаций и непрозрачности составляемой ими финансовой отчетности.

**14.** Для контроля за девальвационными процессами представляется целесообразным использовать формализованные механизмы оценки «валютной напряженности рынка».

В частности, в качестве одного из таких механизмов может служить механизм расчета курса национальной валюты, основывающийся на учете следующих показателей:

- сальдо внешнеторгового баланса;
- объем привлекаемых валютных кредитов и займов;
- сумма валютных платежей, подлежащих к уплате по ранее полученным кредитам и займам;
- величина золотовалютных резервов, которая может быть направлена на поддержание курса национальной валюты при недостаточности других источников.

#### **Список использованных источников**

1. Девальвация в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rfwiki.org/Девальвация>. – Дата доступа: 24.12.2014.
2. Национальный банк Республики Беларусь. Официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, устанавливаемый Национальным банком Республики Беларусь ежедневно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/rates/ratesDaily.asp>. – Дата доступа: 24.12.2014.
3. Прайм Тасс – Белорусское бюро. В Беларуси в декабре инфляция составила 2,3 %, в январе-декабре – 108,7 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prime-tass.by/show.asp?id=97280/>. – Дата доступа: 23.12.2014.
4. Национальный банк Республики Беларусь. Ставки рефинансирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.nbrb.by/statistics/sref.asp?menu=monpol\\_m](http://www.nbrb.by/statistics/sref.asp?menu=monpol_m). – Дата доступа: 23.12.2014.
5. Динамика изменения средней зарплаты в Беларуси с 2004 по 2011 годы... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mojazarplata.by/main/srednjaja-zarplata/dinamika-izmenenija-srednej-zarplaty-v-Belarusi-za-2004-2010-tablicy/>. – Дата доступа: 03.12.2014.
6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Численность экономически активного населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/naselenie/trud/godovye-dannye/trud\\_2/](http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/naselenie/trud/godovye-dannye/trud_2/). – Дата доступа: 03.12.2014.
7. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Внешняя торговля Беларуси. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/torgovlya/vneshnyaya-torgovlya\\_2/](http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/torgovlya/vneshnyaya-torgovlya_2/). – Дата доступа: 03.12.2014.
8. Национальный банк Республики Беларусь. Международные резервные активы Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/reserveAssets/assets.asp>. – Дата доступа: 03.12.2014.
9. О некоторых вопросах переоценки имущества и обязательств в иностранной валюте» [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 3 июня 2011 г., № 704 «// КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
10. О внесении изменения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 3 июня 2011 г. № 704 [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 7 февраля 2012 г., № 126 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

## РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АЗИАТСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ

**И.В. Попова,**

канд. экон. наук, доцент,

докторант кафедры банковского дела

*Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

Развитие финансового инжиниринга базируется на достижениях в области теории финансов, микро и макроэкономики, инвестиций, инноваций, финансового анализа, менеджмента, статистики и математического моделирования, программирования, таких известных мировых ученых как Шарп У, Александер Г, Бэли Дж [1], внесшие весомый вклад в исследование инвестиций, Дж. Финнерти [2], разработавший факторы, стимулирующие появление инноваций. Мишкин Ф. [3] выдвинул экономическую теорию денег, банковского и финансовых рынков. М. Хаммер, Дж. Чампли [4,5 – сформулировали концепцию реорганизации компаний, изложили комплементарность систем инжиниринг и реинжиниринг

Почти 95 % экспорта инжиниринговых услуг приходится на фирмы высокоразвитых стран. Основными импортерами инжиниринговых услуг выступают развивающиеся (80 % мирового импорта). Крупнейшими рынками инжиниринговых услуг в развитых странах является Азиатско-Тихоокеанский (53 % экспорта инжиниринговых услуг) и Европейский (38,2 %). Крупнейшими рынками инжиниринговых услуг в развивающихся странах, является рынок нефтедобывающих стран Азии и Северо-Африканских стран.

В развитых странах насчитывается много тысяч фирм и организаций, выполняющих работы типа инжиниринг. Ведущими экспортерами инжиниринговых услуг являются компании США, Великобритании, Германии, Франции, Японии, Канады, Швейцарии, Италии. Растет активность на внешнем рынке инжиниринговых услуг стран Скандинавии, Мексики, Бразилии, Республики Корея, Индии [6, с. 290].

Зарубежные научные школы по изучению финансового инжиниринга мы условно разделили на четыре: европейские, американские, азиатские и исламские. Каждой из вышеназванных школ присущи свои особенности в изучении финансового инжиниринга и формировании его методологии.

В данной статье мы рассмотрим достижения азиатской научной школы, уделяя особое внимание исследованиям китайских ученых, которые представляют страну, которая развивается динамичными темпами и демонстрирует высокие показатели в развитии инноваций, инжиниринга.

Вопросам развития и внедрения финансового инжиниринга активно озадачены высокоразвитые страны, такие как Китай. Однако среди зарубежных исследователей наибольшее применение финансового инжиниринга находят ограниченный спектр видов деятельности. В частности предпочтение отдается видам деятельности, где механизм финансового инжиниринга задействован в той или иной степени. Это фондовый рынок, в части снижения рисков, спекуляции, введения новых финансовых инструментов, участники фондового рынка, такие как инвестиционные фонды, банковские учреждения.

Также в научных школах Китая, финансовый инжиниринг рассматривается не с позиции этимологии возникновения понятия, его объектного и субъектного состава, а наоборот – с позиции сферы применения и возможных результатов от его использования.

Так, Гуоджин Чен Ченг Ян [7] рассматривает использование методов финансового инжиниринга применительно к возможности идентификации спекулятивных пузырей на фондовом рынке. Делонг Ли и Пуа Ченгчан [8] предлагают использовать методы финансового инжиниринга при исследовании аномальных изменениях доходности акций в различных условиях с помощью моделирования длинного-короткого хеджа. Также сосредотачивая свое внимание на таких понятиях как «шок» и «шоковые поставки». Наиболее важными факторами, влияющими на стоимость и возможности продажи акций они называют: затраты, потенциал развития компании, потребности в наличных деньгах, затраты шока. Таким образом, в сферу применения и целевого назначения финансового инжиниринга, авторы относят определение проблем на фондовом рынке и прогнозирование доходности ценных бумаг. С этой точкой зрения можно согласиться частично, так как возможности применения методологии финансового инжиниринга выходят далеко за рамки фондового рынка.

К этой же научной школе можно отнести работы Chun-fu Jiang, Yu-kuan Yang [9] исследуют классическую проблему финансового инжиниринга – формирование оптимального портфеля с предположением о многомерном распределении. В своих исследованиях они предлагают модель выбора портфеля, рассматривая условное математическое ожидание и условное различие дисперсии VaR одновременно. Видя в этом аналитическое закрытое решение связанной модели оптимального портфеля при многомерном student-t распределении доходов. Опять-таки, подчеркивая смысл финансового инжиниринга для формирования оптимального портфеля ценных бумаг компании, авторы не учитывают такой его аспект, как наличие набора факторов в разных условиях проявления оптимизации.

Также большинство азиатских ученых, представляющих китайскую научную школу, как и европейские исследования, акцентируют внимание на практическом применении финансового инжиниринга. Подбор стратегий, просчет вариантов решений, имитация моделей с несколькими поведенческими аргументами – составляют наиболее распространенные направления исследования финансового инжиниринга. Чжен Яо, Хэйян Ву [10] используют возможности финансового инжиниринга для оценки минимального коэффициента хеджирования рисков. Просчитав минимальные коэффициенты хеджирования с использованием нескольких моделей они выявили менее затратную стратегию хеджирования.

Шуай Уонг, Линь Квайн [11] изучают цены европейских валютных опционов, основываясь на архитектуре финансового инжиниринга. Используя обобщенную теорию Маркова [12] были построены конкретные модели поведенческих цен с различными параметрами.

Jian Guoa, Chaoqun Maa, Zhongbao Zhoua [13] проводят оценку эффективности инвестиционных фондов с позиции перспектив применения финансового инжиниринга при анализе и моделировании предпочтений инвесторов. Построенная ими модель оценки может привлечь во внимание не только инвестиционную стоимость, но также и более высокие моменты (перекося, эксцессы), который более совместимы с распределением доходов и сервисным предпочтением инвесторов.

Жао Чжен [14] в своем исследовании учитывает такой важный фактор как возникновение конфликтов при распределении риска. Основные тезисы исследования выражают комплексный подход к построению структурированных продуктов, используя теорию дизайна договора и творческие способности финансовых инженеров по созданию синтетических финансовых продуктов.

Луи Янг, Ху Жикиэнгб [15] расширяют сферу использования финансового инжиниринга путем исследования соотношения обменного курса китайского юаня и цен на недвижимость на основе финансового инжиниринга, используя метод корреляции между двумя переменными.

Mei Zhenga, Jia Miao [16] сравнивают прогностические альтернативные количественные модели с помощью подходов финансового инжиниринга и строят модель составного индекса для фондовой биржи. Наиболее приемлемым способом оценить альтернативную финансовую модель авторы предлагают оценить с позиции торгового результата посредством торгового моделирования.

Необходимость исследования банковского сектора как прогрессивной и перспективной среды использования финансового инжиниринга также подтверждают некоторые китайские ученые.

Так, Yonghong Zhana, Xian Zeng [17] при исследовании надежности стратегии долгового финансирования разработали рекомендации для фирм, чтобы максимизировать их стоимость и предотвратить финансовые риски. При этом авторами особое внимание уделяется учреждениям, предоставляющим банковские услуги, при оценке некоторых финансовых индикаторов перед выдачей займов, кредитов. Предложена стоимости бизнеса при ограничениях определенных финансовых состояний, которые называют как модель надежности долгового финансирования.

Не менее интересны исследования Zhao Xin, Wang Ting, ZhengYuan [18], которые рассматривают такую дефиницию как экономически добавленная стоимость (индекс EVA) в деятельности банков. Используя метод финансового инжиниринга, чтобы построить систему оценки результатов деятельности, сосредотачиваются на создании ценностной способности банков. Причем создание ценности, по мнению авторов – это альтернативные издержки прироста капитала для акционеров, предприятий, которые больше чем их капитальные затраты. При этом использование индекса EVA считают новым методом оценки результатов деятельности банка, который соответствует управленческой идее финансового инжиниринга.

Takeaki Kagiya утверждает, что финансовая технология вместе с информационными технологиями ускоряет тенденцию функциональная рынков капитала и финансов, уменьшает торговые затраты, уменьшает информационную асимметрию в финансовом бизнесе. Все это будет способствовать формированию полной системы оптимизации рисков. Также в своем исследовании он анализирует кредитный риск в финансовой инженерии как связующее звено между финансовой отраслью и страхованием.

По его мнению, финансовый инжиниринг это – наука создания мысли и знания об эффективности финансирования с учетом капитала. Это дает нам возможность сделать наиболее эффективное использование капитала и, следовательно, способствует эффективности распределение капитала и движения в мире с помощью риска, доходности и стоимости. При этом автор является сторонником того, финансовый инжиниринг отражает функциональный подход и обеспечивает как средство не только отдельные технологии, такие как методы ценообразования, риски или рискованные активы, включая производные, но и является элементом концептуальной основы функциональная финансов [19, с.79].

Masanobu Taniguchi, Junichi Hirukawa, and Kenichiro Tamaki [20] обосновывают оптимальные статистические методы в финансовом инжиниринге. Принимая финансовые активы, как случайные процессы, они применяют спектральную теорию для стационарных процессов и центральные предельные теоремы для случайных процессов. Данные расчеты они интерпретируют для решения проблемы теории ценообразования опционов, статистической оценки коэффициентов портфельных инвестиций, проблемы кредитного рейтинга и моделирования процентных и дисконтных ставок для облигаций. Сам же финансовый инжини-

ринг они определяют как строительство различных финансовых позиций для управления финансовыми рисками в связи с изменением цен на активы, такие как акции, облигации и т.д.

Itami Hiroyuki [21] при рассмотрении мобилизации невидимых активов пытается систематизировать так называемую стратегическую логику и корпоративное экономическое поведение. Он представляет целостный подход, который включает аналитический экономический аспект и поведенческую психологическую составляющую при разработке стратегии. С его точкой зрения можно согласиться, так как другие авторы практически не рассматривают такую важную составляющую как поведенческая логика в процессе финансового инжиниринга.

Таким образом, проведя критический анализ исследования, мы можем оценить многоплановость и многонаправленность исследования, которое иногда попадает в институциональные ловушки, которые не способствуют повышению результативности и продвижению исследований в вышеизложенном направлении. По нашему мнению, столь широкое поле исследования объясняется тем, что исследования в области финансового инжиниринга находятся на стадии стремительного развития. Необходимо в данном направлении активизировать исследования по формированию методологии финансового инжиниринга, уделив отдельное внимание вопросам стандартизации процесса и системы финансового инжиниринга, отражения в современном законодательстве, дабы сделать комплексными исследования в данной области.

Более того, зарубежные исследователи, в большинстве своем, используют технические параметры инжиниринга. При этом, необходимо отметить, высокий уровень практического применения возможностей финансового инжиниринга представителями азиатской школы, что оказывает существенное влияние на уровень развития инноваций и финансово-экономической системы в целом. Однако, следует отметить, на наш взгляд, что не учитывается глубина эмерджентных связей между финансовыми категориями, такими как инновации, инжиниринг и прочее. Так как возможности и потенциал инжиниринга как системной категории проявляются в большинстве своем во взаимосвязи с инновациями, которые выступают основным экзистенциальным фактором их проявления.

Безусловно, исследования, критика, дополнения могут дополнять друг друга, раскрывая новые возможности для применения финансового инжиниринга, однако, чтобы данная область исследования не была перенасыщена фантазийными суждениями, необходимо четкое обоснование вектора потребностей и способностей тех или иных субъектов к инновациям, а также установление имманентных связей субъектов экономических взаимоотношений.

#### Список использованных источников

1. Шарп, У. Инвестиции: пер. с англ / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бейли. – М. : ИНФРА-М, 2001. – XII, 1028 с.
2. Finnerty, J.D. Financial Engineering in Corporate Finance: An Overview / Finnerty, J.D. // Financial Management, Winter 1988, pp. 14-33.
3. Мишкин, Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков: учебное пособие для вузов / Пер. с англ. Д.В. Виноградова под ред. М.Е. Дорошенко. – М. : Аспект Пресс. 1999.- 820стр. ISBN 5-7567-0235-03.
4. Hammer M. and Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. London: Nicholas Brealey Publishing, 1993.
5. Хаммер, М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. — СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. — 332 с.
6. Апопій, В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В.В.Апопія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
7. Guojin Chen, Cheng Yan. A Financial Engineering Approach to Identify Stock Market Bubble. – Systems Engineering Procedia 2. – 2011. – 153 – 162.
8. DeLong Lee, Chengchuan Pua. Methods of Financial Engineering: Strategy on Locking Periods. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 3. – 2012. – 119 – 124.
9. Chun-fu Jiang, Yu-kuan Yang. Tail Conditional Variance of Portfolio and Applications in Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 2. – 2011. – 213 – 221.
10. Zheng Yao, Haiyan Wu. Financial Engineering Estimation of Minimum Risk Hedge Ratio. – Systems Engineering Procedia 3. – 2012. – 187 – 193.
11. Shuai Wang, Linyi Qian. Valuation of European Currency Options in Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 2 (2011) 222 – 230.
12. Марков А. А., Распространение закона больших чисел на величины, зависящие друг от друга. – Известия физико-математического общества при Казанском университете. -- 2-я серия. – Том 15. (1906) – С. 135-156.
13. Jian Guo, Chaoqun Ma, Zhongbao Zhou. Performance Evaluation of Investment Funds with DEA and Higher Moments Characteristics: Financial Engineering Perspective. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 209 – 216.
14. Zhao Zheng. Inherent Conflicts in Risk Allocation, Complexity of Financial Engineering, and Fragility of CRT Markets. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 100 – 109.
15. LIU Yang, HU Zhiqiang. On Correlation between RMB Exchange Rate and Real Estate Price based on Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 146 – 152.



16. Mei Zheng, Jia Miao. Comparing the forecastability of alternative quantitative models: a trading simulation approach in financial engineering. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 4 (2012) 35 – 39.
17. Yonghong Zhan, Xian Zeng. Research on the Robustness of Debt Financing Strategy: a Financial System Engineering Perspective. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 172 – 178.
18. Zhao Xine, Wang Ting, Zheng Yuan. Economic Value Added for Performance Evaluation: a Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 5 (2012) 379 – 387.
19. Financial Engineering and the Japanese Financial Industry. Toward Financial Insurance. Takeaki Kariya IBJ-DL Financial Technology Co., Ltd. Otemachi First Square (West 7F) 1-5-1 Otemachi, Chiyodaku, Tokyo, 100-0004, Japan p.95.
20. Taniguchi, Masanobu. Optimal statistical inference in financial engineering / Masanobu Taniguchi, Junichi Hirukawa, and Kenichiro Tamaki. 2008 p. 351.
21. Itami Hiroyuki, with Thomas W. Roe W / Mobilizing invisible assets. ISBN 0-674-57771-X (paper) First Harvard University Press paperback edition, 1991 – 201p.

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**А.И. Куратовец,**

канд. экон. наук, доцент

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск*

Современные вызовы и тренды развития мировой экономики, состояние отечественной экономики и общества объективно указывают на необходимость осуществления системной ускоренной модернизации экономики республики с целью придания ей современного характера, найти и занять свою нишу в международном разделении труда в условиях глобализации и обострения международной конкуренции.

Как свидетельствуют исследования, в последние годы в Республике Беларусь все отчетливее проявляются кризисные признаки в экономике, обусловленные комплексом внешних и внутренних причин, объективного и субъективного характера, что привело к падению темпов роста ВВП, который в 1012г. составил – 3,5 %, а в 2013 г. – 0,9 %, в 2014 г. – 1,6 %: соответственно. Основными внутренними причинами являются следующие:

- постоянное снижение конкурентоспособности отечественной продукции не только на внешних, но и на внутреннем рынке, что приводит к затоваренности складов, увеличению кредиторской и дебиторской задолженности, нехватке оборотных средств и убыточности их деятельности;
- износ, физическое и моральное старение основных производственных фондов предприятий, достигающее в среднем 70 %, а на отдельных и более 80 %;
- преобладание устаревших технологий, что обуславливает высокую энерго-и материалоемкость производства, зависимость от внешних поставок топливно-энергетических и других видов ресурсов, в а также комплектующих на фоне роста мировых цен на них;
- неустойчивое финансовое положение предприятий на фоне высоких ставок кредитных ресурсов и их ограничении в валюте, не позволяют им осуществлять комплексную модернизацию, внедрение прогрессивных технологий в производственные процессы;
- высокий уровень монополизма в производственной сфере, несовершенство механизма управления ими, а также невысокий уровень эффективности менеджмента на микро – и макроуровнях;
- сохранение устаревшей структуры производства, ориентированной только на валовые показатели, а не на финансовые результаты деятельности;
- высокий уровень инфляции, достигающий по официальным данным в 1012 г.-21 %, 2013 г.-16,5 %, 2014-16,2 %, что явилось сдерживающим фактором в инвестиционной привлекательности реального сектора экономики и привлечению прямых иностранных инвестиций, объемы которых в последние годы на чистой основе не превышали 1.5-2 млрд долл. США при минимальных их объемах 4-5 млрд.долл. США ежегодно [1, с.6 ].

Как нам представляется, наиболее опасными внешнеэкономическими угрозами для экономической безопасности Республики Беларусь в настоящее время являются следующие:

1. Негативные последствия мирового финансово-экономического кризиса, в результате чего в отдельных странах-партнерах по внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь замедлились темпы роста ВВП, что сказалось на спросе на отдельные отечественные товары. Это прежде всего страны ЕС и Россия, темпы роста ВВП которых не превышали более 2 % в год. Следует отметить, что существует большая веро-

ятность наступления нового мирового финансового и экономического кризиса, связанного с дефолтом в США, отдельных странах Европы и России. Внешнеэкономические угрозы со стороны первых во многом сопряжены с финансово-валютным сектором мировой экономики, который только косвенно может повлиять на ход социально-экономического развития в Республике Беларусь. Это может проявиться в резких колебаниях валютного курса национальной денежной единицы, расстройстве денежно-кредитной системы, уменьшения объемов экспортно-импортных операций и т.д. Крайне негативными последствиями для Республики Беларусь могут иметь кризисные явления в экономике России как основного нашего торгово-экономического партнера, на долю которого приходится основная часть экспорта машино-технической продукции, товаров народного потребления и сельскохозяйственной продукции отечественных производителей. Девальвация российского рубля в 2014 г. уже привела к сокращению экспортных поставок в данный регион не только продукции машиностроительного комплекса, но и продукции сельского хозяйства, что сказалось и на величине валютных поступлений. Таким образом, в силу активной включенности в мирохозяйственные связи и недостаточного экономического потенциала Республика Беларусь не может противодействовать самостоятельно к негативным кризисным последствиям, а только их минимизировать.

2. Политические события на севере Африки и на Ближнем Востоке, а в последнее время и на Украине, также оказывают негативное влияние на объемы экспортных поставок отдельных видов товаров в данные регионы. Военные действия в данных регионах оказывают существенное влияние на объемы реализуемых товаров на рынках этих стран, а также на возможности наступления различных рисков, что также сдерживает активность бизнеса.

3. Отрицательное сальдо платежного баланса на фоне относительно небольших золотовалютных резервов. Несмотря на наметившуюся тенденцию к улучшению платежного баланса Республики Беларусь в 2014 г., за счет преимущественно сокращения импортных поставок, официальные золотовалютные резервы в настоящее время составляют около 5 млрд долл. США, при пороговой безопасности в пределах 14 млрд долл. США [4].

4. Большой внешний долг при отсутствии внутренних и внешних источников финансирования и кредитования. В настоящее время государственный внешний долг составляет более 13 млрд долл. США. Выплаты по внешнему долгу составили в 2013 г. около 3 млрд долл. США, в 2014 г. – 3,2 млрд долл. США, а в 2015 г. уже 4 млрд долл. США [2].

5. Вступление стран-соседей и Российской Федерации в ВТО создало дополнительный фактор риска для белорусской экономики, что выразилось в неспособности ее производителей функционировать в условиях жесткой конкуренции на основных внешних рынках сбыта своей продукции. Создание таможенного Союза, а позже ЕЭП и ЕАЭС внесло существенные изменения во взаимоотношения стран-участниц. Во-первых, в механизм распределения таможенных пошлин, согласно которому Республика Беларусь получает всего 4,7 % от их общего объема, а Россия – 87,97 %, а Казахстан 7,33 % соответственно. Во-вторых, Республика Беларусь не в состоянии самостоятельно ограничить объем импортных поставок путем введения высоких ставок пошлин на импортируемые товары без согласия своих партнеров. В-третьих, присоединение России к ВТО, а перспективе и Казахстана, обусловили снижение таможенных пошлин на отдельные товарные позиции, увеличили объемы импорта из других стран-участниц ВТО. Некоторые из данных товаров являются наиболее чувствительными для белорусских экспортеров (машиностроение, легкая промышленность и др.) При этом следует учитывать, что в течение ближайших 3-5 лет таможенные пошлины России и Казахстана будут унифицированы с ВТО, что скажется на экспортных возможностях отдельных отечественных производителей. В-четвертых, сохранение и в будущем в соглашения ТС и ЕАЭС различного рода изъятий позволяет странам-участницам использовать весь арсенал нетарифных ограничений, что весьма чувствительно сказывается на менее сильных партнерах. Так, введение различного рода квот, санитарных и технических регламентов, институциональных препятствий уже начинает негативно сказываться на экспорте отечественных товаров и услуг на рынок России.

6. Товарная структура экспорта, невысокая конкурентоспособность и уровень технологичности выпускаемой продукции. Более 70 % экспортных поставок Республики Беларусь приходится на четыре товарные позиции (калийные удобрения, продукты нефтепереработки, сельскохозяйственная продукция, машиностроение).

7. Ухудшение условий внешней торговли, привлечения кредитных и инвестиционных ресурсов, дискриминационные меры отдельных стран в отношении Республики Беларусь (антидемпинговые пошлины, различные протекционистские меры, запреты квоты, институциональные барьеры, кредитные ограничения и условия и т.д.). Такое положение сужает возможности Республики Беларусь по использованию преимуществ международного разделения труда, уменьшают объемы привлечения прямых инвестиций для модернизации экономики, влияют на ее имидж и привлекательность на мировом рынке.

8. Слабая диверсификация рынков сбыта экспортной продукции (Российская Федерация и страны СНГ) и импорта отдельных товарных позиций (углеводородное сырье, энергоресурсы). Основным рынком сбыта машинотехнической продукции, товаров народного потребления и сельскохозяйственной продукции по-прежнему является Российская Федерация, на долю которой приходится около 70 % экспорта данных

товарных позиций. В тоже время основная доля импорта сырьевых ресурсов, энергоносителей, комплектующих также приходится на Россию. В силу этого такая внешнеэкономическая зависимость нашей страны с Россией требует поддержания стабильной экономической и политической ситуации, согласованной внешнеэкономической политики, взаимовыгодного сотрудничества, как в секторах гражданского производства, так и оборонного комплекса, создания совместных ФПП.

9. Усиленная эмиграция трудовых ресурсов, бизнеса и «утечка мозгов» за границу. Отсутствие языкового и других социально-административных барьеров, более высокие заработные платы в Российской Федерации увеличили объемы трудовой миграции из Республики Беларусь. В результате такой миграции в отдельных отраслях наблюдается нехватка трудовых ресурсов в стране. Особенно это наблюдается в строительной отрасли, здравоохранении, транспорте, образовательной сфере. Увеличиваться. Сохранение и в будущем данной тенденции может привести к вымыванию наиболее квалифицированной рабочей силы из Республики Беларусь, обострит социально-экономическую ситуацию в отдельных секторах экономики, что скажется на качестве и темпах экономического роста страны.

Успешное решение социально-экономических и политических проблем в стране, формирование современной системы хозяйствования и управления, использование конкурентных преимуществ для занятия своего достойного места в международном разделении труда во многом зависят от хода осуществления модернизации экономики Республики Беларусь. Следует признать, что отечественная концепция модернизации носит «догоняющий» характер, а значит может включать, по мнению отдельных ученых, три важнейших направления: технологическое обновление материальной базы производства, структурную перестройку экономики за счет наукоемких отраслей и переход на инновационный путь развития. При этом должно быть институциональное обеспечение этих направлений (политические, правовые, социальные, макроэкономические и другие преобразования [ 3,с.34].

Модернизация как долгосрочная программа действий субъектов хозяйствования и государственных институтов предполагает определенные принципы своего осуществления.

1. Скорость осуществления модернизация. Тренды развития мировой экономики, изменяющаяся конъюнктура на основных внешних рынках, состояние национального производственного потенциала не оставляет временного лага для проведения модернизации. Переход наиболее развитых стран к постиндустриальному этапу своего развития, 5 и 6 технологическому укладу, массовое использование нанотехнологий и информационных ресурсов в производственной сфере не оставляют шансов аутсайдерам на основных сегментах мирового рынка. Опоздавшие страны будут оставаться на обочине научно-технологического развития и могут только в определенной степени дополнять воспроизводственные процессы основных производителей поставками отдельных ресурсов или второстепенных трудоемких и экологических грязных производств. Даная ситуация усугубляется тем, что через 2-3 года РФ и Казахстан, как основные внешне-торговые партнеры Республики Беларусь, вынуждены будут полностью выполнять все требования ВТО по наиболее чувствительным позициям для отечественных экспортеров (машиностроение, продукция сельского хозяйства, товары народного потребления и т.п.). Вместе с тем она должна быть разноскоростной и разноуровневой в зависимости от приоритетности производств, отраслей их конкурентных преимуществ и заделов.

2. Точечность и избирательность. Данный принцип предполагает не всеобщность модернизации всех предприятий страны, а определение наиболее перспективных с учетом конкурентных преимуществ и их возможностей производить востребованную на мировых рынках продукцию, т.е. выбор наиболее приоритетных точек роста.

3. Комплексность и системность. Модернизация не должна осуществляться фрагментарно, т.е. на отдельных производственных участках или технологических процессах, носить частичной, узковедомственной характер, а должна системной, охватывающей и базовые ценности, и институты, и производительные силы, и производственные отношения как на уровне предприятия, отрасли, так и страны в целом [ 3,с.34].

4. Инновационность. Модернизация и технологическое перевооружение должны осуществляться только на основе использовании передовых, новейших технологий и научно-технических достижений. При реализации стратегии модернизации необходимо четко определить, где Республики Беларусь имеет лидирующие позиции и данные технологии следует развивать самостоятельно, а какие необходимо заимствовать с учетом их жизненного цикла, технологической новизны и экономической эффективности в перспективе. В противном случае это приведет нерациональному использованию выделяемых ресурсов, валютных средств и увеличению внешнего долга страны.

5. Научность. Модернизация должна базироваться на учете мировых трендов, строгом соблюдении требований экономических законов, критического использования имеющегося передового собственного и зарубежного опыта, финансово обеспечена, экономически точно выверена и оптимальном сочетании долгосрочного стратегического планирования с оперативно-тактическими решениями.

6. Государственная поддержка. Государство должно не только принимать соответствующие программы модернизации, но и определять научные направления НИОКР, осуществлять финансовую, инвестиционную, налоговую, институциональную, внешнеторговую поддержку в модернизации экономики.

При этом оно должно четко определить какие субъекты хозяйствования необходимо оставить в государственной собственности и осуществлять модернизацию за счет бюджетных средств, какие должны быть приватизированы с сохранением контрольного пакета государств. какие могут быть полностью акционированы со свободным привлечением инвесторов, а какие могут быть проданы.

Реализация программы модернизации экономики Республики Беларусь сопряжена с необходимостью решения ряд проблем, основными из которых являются следующие:

1. Финансовое обеспечение модернизации. В настоящее время большинство отечественных предприятий не обладают достаточными финансовыми возможностями самостоятельно осуществить модернизацию производственного потенциала. Бюджетные средства правительства объемы инновационных фондов весьма ограничены. При этом наблюдается тенденция к их сокращению, так, если в 2013г. из бюджета страны было выделено 12,4 трлн. бел.руб, то на 2014 г. было уже запланировано всего,4,8 трлн. бел. руб. осуществление модернизации за счет внутренних кредитных ресурсов сдерживается политикой коммерческих банков. [4]. В условиях высокой инфляции, нестабильности валютного курса коммерческие банки не стремятся инвестировать в реальный сектор экономики. В то же время ставки по кредитам достигают до 40-50 % годовых при одновременном их сокращении в валюте. При высокой степени затоваренности складов, невозможности привлечения кредитных ресурсов большинство отечественных предприятий приостановили процесс модернизации.

В процессах привлечения внешних заимствований со стороны отдельных государств и международных финансово-кредитных организаций сдерживающим фактором в финансировании модернизации экономики является большой внешний долг Республики Беларусь и отвлекаемые валютные средства на его обслуживание. Возложенные надежды на привлечение прямых иностранных инвестиций пока не дают должного результата, не только по объемам привлекаемым средствам (всего в пределах 1.5-2 млрд.долл.США на чистой основе), но и по качеству технологий. Особенно это наблюдается в китайских инвестициях, когда качество и конкурентоспособность производимой продукции на данных объектах не соответствует международным стандартам, а по отдельным видам ее себестоимость превышает на аналогичную продукцию в странах-соседях (ОАО «Кричевцемент», ОАО «Мостдрев »).

2. Проблемы социально-экономического характера. К данной группе относятся:

- кадровый управленческий состав и уровень его менеджмента. Так, на модернизацию деревообрабатывающей промышленности было выделено около 1 млрд долл. США. Однако положительных результатов пока не наблюдается: затягиваются сроки модернизации, не просчитаны рынки потребителей, отдельные виды производимой продукции не являются конкурентоспособными по качественным параметрам и по цене;
- трудоустройство высвободившихся работников. В процессе модернизации, несомненно, будут высвобождаться отдельные категории работников, что обострит социальные проблемы в отдельных небольших городах, в которых модернизируемые предприятия являются градообразующими. Только по официальным данным, в процессе модернизации будет высвобождены около 80 тыс. работников, что потребует принятия определенных организационно-экономических мероприятий со стороны правительства, создания благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса;
- подготовка квалифицированных работников для освоения новых высокотехнологичных производств. С одной стороны, ПТУ не обладают современной базой обучения по отдельным направлениям высокотехнологичных производств, а, с другой, нежелание части молодежи получать рабочие профессии. При этом следует учитывать, что в ближайшие годы в Республике Беларусь будет наблюдаться сокращение прироста трудовых ресурсов вследствие «демографической ямы».

3. Выбор стратегии приобретения технологий. Следует отметить, что не все страны с развитой рыночной экономикой могут продавать новейшие технологии по причине определенных ограничений со стороны существующих там институтов (КОКОМ), а также придерживающихся концепции «управляющего технологического отставания», т.е. передачи только отработанных технологий с целью продления их жизненного цикла, недопущения дополнительных конкурентов на свои сегменты рынка. Все это требует, с одной стороны, закупать новые технологические линии комплексным анализом не только производственных мощностей, стоимости, качества выпускаемой продукции, но и глубоких маркетинговых исследований по реализации данной продукции на внешних рынках. С другой стороны, в машиностроительном комплексе целесообразно встраиваться в технологические цепочки крупнейших ТНК или создавать многонациональные ФПГ по производству конечной продукции ее реализации в различных регионах мира.

В целях успешной реализации комплексной программы модернизации, которая была принята Правительством Республики Беларусь, необходимы не только финансовые ресурсы, но и политическая воля руководства довести начатое до конца, осуществить структурные преобразования в экономике, перейти на рыночную модель социально-экономического развития, от ручного управления к стратегическому, от административных рычагов к экономическим. Поэтому успешное социально-экономическое развитие Республики

Беларусь, ее место в международном разделении труда во многом будет зависеть от эффективной структурной перестройки национальной экономики, ее ускоренной модернизации и перехода на инновационную модель функционирования.

Современное состояние мирового хозяйства характеризуется определенными тенденциями в сочетании с глобальными вызовами и проблемами, оказывающими определенное влияние на развитие мирохозяйственных связей и предполагающие адаптацию национальных экономик к данным изменениям.

Осуществление комплексной модернизации большинства отечественных предприятий является необходимым условием и основным фактором перехода их на инновационный путь развития, повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, удержания прежних и завоевания новых сегментов на внешних рынках.

Успешное осуществление модернизации предприятий предполагает соблюдение отдельных принципов, разработки и реализации стратегии и тактики действий предприятия в период модернизации при активной государственной поддержке в решении отдельных проблем.

#### Список использованных источников

1. Матяс, А. А. Макроэкономическая политика в Республике Беларусь и перспективы сбалансированности развития национальной экономики // Белорусский экономический журнал. – 2012. – № 4. – С. 4–22.
2. Динамика внешнего долга Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics>. – Дата доступа: 02.02.2015.
3. Шимов, В. Н. Модернизация национальной экономики – императив времени / В. Н. Шимов, Л. М. Крюков // Белорусский экономический журнал. – 2013. – № 2. – С. 7–39.
4. Модернизация по-белорусски: продолжать нельзя остановить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/1146602>. – Дата доступа: 09.03.2014.

## ОТ МЕТАФИЗИКИ НАНОТЕХНОЛОГИЙ ПОСРЕДСТВОМ КАЧЕСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ К ОРГАНИЧНОМУ ХОЗЯЙСТВОВАНИЮ

**В.И. Веретнов,**

старший преподаватель

*ГВУЗ «КНУ им.В. Гетьмана»*

**Вступление.** Ученые физики с развитием науки и техники с помощью информационных технологий и сверх мощных микроскопов получили доступ к исследованиям клеток, атомов и их составляющих в размерах 10 минус девятой степени, а именно нано-частицы, которые образуют нано-мир. Относительно короткая история применения нано-технологий и нано-материалов встречается почти во всех отраслях жизнедеятельности человека и экономики. В частности, активно применяются нано-технологии в транспорте, телекоммуникационных, информационных технологиях, машиностроении, энергетике, агропромышленном производстве, медицине, финансах, страховании и др.

При этом, казалось, что политических, экономических, организационных, технических, интеллектуальных способностей и возможностей по качественному управлению рисками в различных сферах человеческой жизнедеятельности должно быть вполне достаточно. Однако последняя авария в Японии на атомной станции «Фукусима» в 2011 году, показала несостоятельность этого допущения. Некоторые страны в Европе, после этого также отказались от атомной энергетики.

США, как ведущая страна в сфере нанотехнологий и производства нано-материалов, одной из первых обратила внимание на особенности управления рисками, связанными как сферой производства, так и сферой применения нано-технологических продуктов и услуг. Для юридической, социально-экономической, технической поддержки этой сферы был создан специальный Интернет портал – «Страховой нано-форум». Страховщики и перестраховщики, работающие с экологической, токсикологической ответственностью, одни из первых выступили в роли экспертов для правил правового регулирования функционирования и управления рисками в сфере нанотехнологий.

При довольно высоком потенциале полезности нанотехнологий и наноматериалов, многие эксперты этой сферы отмечают неудовлетворенность ожиданий общества от их применения. С другой стороны, мы предлагаем при некоторых допущениях выдвинуть гипотезу эффективного взаимодействия нанотехнологий в управлении рисками органичного хозяйствования и попытаться ее обосновать. Одно из допущений касается вопросов взаимодействия субъектов и объектов материального и духовного мира. Например, многими учеными было подмечено, что объекты исследований, могут вести по-разному, в зависимости от ракурса, позиции, рационального или иррационального поведения исследователя. В таких ситуациях, в контексте нашего исследования могут помочь метафизика нанотехнологий и качественное управление рисками на базе теории риска с ее двумя составляющими науками: рискология и философия риска или рискософия.

Если рискология занимается сферой управления рисками в основном в экономике, то рискософия занимается управлением объективными и субъективными рисками, а также поиском причинно-следственных связей, взаимодействия между факторами материального и духовного мира. При этом, если практический прикладной аспект рискологии находится в коммерческом или социальном (взаимном) страховании жизни, рисковом страховании, перестраховании, то рискософия, предполагает взаимосвязь и взаимодействие страхования с организацией финансовых страховых резервов с духовным страхованием наших духовных рисков – наших грехов, пороков, недостатков, где страховыми премиями для человека выступают его этическое мировоззрение, забота о родных и близких, ежедневные добрые дела, помощь другим людям, творческая активность и достижение поставленных целей и результатов, нахождение и исполнение своего предназначения. У философов сферы риска есть условное разделение людей на шесть классов по их отношению к риску, в зависимости от уровня их рискоуправленческого сознания: рискофоб, рисконейтрал, рискофил, рисколог(ученый, экономист), рисковед(практик экономики и бизнеса), рискософ (философ, мудрый правитель). При этом их просветительская задача через различные каналы коммуникации стремиться переводить людей от первых трех аматорских классов к последним трем профессиональным классам.

**Постановка проблемы.** Недостаточно осознанный потенциал нанотехнологий вместе с высокой полезностью для человечества отягощен неопределенностью возможных угроз, ликвидация которых с помощью качественного управления рисками позволит приобщиться, всем кто этого еще не сделал, к органичному хозяйствованию.

**Предметом нашего исследования** метафизика нанотехнологий как ключевой дискурс в качественном управлении рисками развития органичного хозяйствования.

**Объектом нашего исследования** совокупность экономических и социокультурных отношений, возникающих у субъектов при взаимодействии таких сфер, как нанотехнологии, управление рисками, органичное хозяйствование

**Цель статьи.** Отсюда, цель нашей статьи заключается в исследовании теоретических, практических предпосылок, факторов, и предоставление соответствующих рекомендаций, способных повысить роль нанотехнологий в качественном управлении рисками в становлении и гармоничном развитии органичного хозяйствования.

На состояние и развитие инновационной экономики кроме нанотехнологий, конечно влияют такие разновидности высоких технологий как био-технологии, информационные и когнитивные технологии. В виду ограничения формата статьи, намерено сузили фокус нашего внимания до нано-технологий из-за их метафизических предпосылок и когнитивных связей с управлением рисками в органичном хозяйствовании. В приводимом, ниже практическом примере, примут участие все отмеченные выше и как оказалось, связанные между собой технологии, как в решениях конкретных проблем отраслей экономики, так и предложении рынку наукоемких продуктов и услуг.

**Предыдущие исследования данной проблематики.** Отдельные аспекты роли наукоемких технологий и управления рисками в органичном хозяйствовании встречаются у таких ученых: Пигров К.С., Устьянцев В.Б., Гаманкова О.А. Осадец С.С., В.Келдыш, И.Козырев, Р.Штайнер Г.Гельгольд, Р.Бланштайн и др.

Одной из особенностей и одновременно сложностей данной проблематики состоит в том, что сфера интересов их исследователя должна быть многопредметной. В нее входит философия, право, экономика, финансы, страхование и управление рисками, социология, естественные науки: математика, физика, химия, биология и др. За всю историю человечества, древние ученые были более чем их современники предрасположены к широте научных интересов. С другой стороны, сегодня популярны объединения, как например двое нобелевских лауреатов по экономике в 2002 г. Вернон Смит и психолог Дениэль Канеман, основатели психологической экономической теории поведенческих финансов, где они раскрыли причины иррационального отношения человека к риску. Отдельного внимания заслуживает вышедшая в 2010 году монография украинских ученых философа В.Ильина и экономиста В.Базилевича «Метафизика экономики».

**Методология нашего исследования** опирается на совокупность мировоззренческих, общенаучных и экономических, прикладных методов. Использование материалистической диалектики позволяет отслеживать явление в природе и обществе, в частности в экономике в развитии от простого к сложному, в изменении, в переходе количества в качество и других аспектах.

Вместе с тем, метафизический подход позволяет системно целостно рассмотреть философские ракурсы, цели, смыслы, содержащиеся в нашей проблематике. Общенаучные методы научной абстракции предполагает выделение наиболее существенных сторон изучаемого явления. Кроме этого из общенаучных методов будут использованы такие как анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, сравнения и др. Что касается прикладных, то здесь мы используем причинно-следственный или каузальный метод, который позволит исследовать причины причин, истоки истоков и возможные перспективы органичного хозяйствования, изменения поведения людей и отношений между ними.

**Результаты.** Предназначением нашего исследования является формулирование и обоснование исходя из имеющихся данных прошлого и настоящего, прогноза на будущее в трех ракурсах: техники и технологии (нанотехнологии), управления рисками, нашего органичного хозяйствования. В этом контексте, на ос-

нове вероятностной информации о будущем следует попытаться определить имеющиеся альтернативы, их ограничения, пределы, последствия каждого отдельного выбора. При этом, также попытаться определить возможные проблемы будущего в виде противоречий, конфликтов, кризисов в процессе развития человечества, науки, техники, общества.

Одними из основных философских источников нашего исследования стали вышедшие в Москве в 1912 году монография «Философия хозяйства» С.Н.Булгакова и в Киеве в 2010 году монография «Метафизика экономики» В.Д.Базилевича и В.В.Ильина. Предпосылкой для их выхода явился циклический характер рыночной экономики и низкая прогнозируемость кризисов, недостаточные обоснования причин их вызывающих. В первой монографии «Философия хозяйства» С.Н. Булгаков представляет мир как хозяйство. В ней следует отметить его попытку создания экономико-христианской метафизики соединением в единой системе экономического мироощущения с христианским мирозерцанием, в частности сознанием конечности пребывания на земле и альтернативной судьбе нашей души в вечности [1, с.125].

В.Д. Базилевичу с В.В.Ильиным удалось раскрыть соотношения между экономической теорией, философией экономики, этической экономией, философией хозяйства. Кроме того, исследованы дух и душа экономики ее феноменологический статус, рациональный и иррациональный, трансцендентный уровни постижения экономического бытия. И наконец, показаны новые горизонты и перспективы науки в исследовании трансформации сознания человека и его мировоззрения в эпоху тотальной экономической рационализации социокультурной реальности [2, с.274].

Метафизика как раздел философии занимающийся исследованиями первоначальной природы реальности, мира, бытия, существовала с древних времен. В своей истории она прошла три этапа: древний, классический и современный. В сферу ее непосредственных научных интересов входили такие вопросы как, что есть причина причин, каковы истоки истоков, каково начало начал? Каковы требования к операциям, соблюдения которых, гарантировало бы достоверность ответов на эти вопросы? Кто или что ставит эти вопросы и почему и т.д.

У философии и метафизики техники, как составной части философии, одной из основных идей была органопроекция, т.е. создание техники по образцу живого организма. При этом, технические знания, также прошли три периода: донаучный, классический и современный. На современном этапе технические науки активно интегрируются в естественные, гуманитарные и социальные. Основные вопросы философии техники касались различения естественного и искусственного и оценка техники с точки зрения принесения пользы для человека. Внутри нее возникло два направления гуманистическое и инженерное, которые с появлением нанотехнологий соединились.

Возможности проникновения в наномир и нанобьтие ученые получили с развитием науки и техники, информационных технологий и мощных микроскопов, способных показать объекты от 1 до 100 нанометров. Нано-технология проникает в принципы живой природы отчего имеет возможность изменять ее, т.е. само существо жизни, а не только ее форму.

Влияние нанотехнологии стремительно изменяет различные аспекты жизни человека. У него появляется в связи с разработкой, использованием нанотехнологии, и их продуктов и услуг особый вид сознания – наносознание, которое позволяет ему реализовывать свое нанотворение и свое нанобьтие. Человек проникает в наномир и становится его составляющим элементом, через коммерциализацию и внедрение в повседневную жизнь множество наукоемких продуктов, услуг, которые он и поставляет и потребляет. В рискософии, рискологии в кризисные времена после редукции коммерческого кредитования, страхования для страхователей с пониженным спросом образовались микрокредитование микрострахование. Многие проекты по моделированию хозяйствования без денег нашли эффективные механизмы взаимодействия факторов материального духовного мира в жизни людей. В них на безденежной основе помощи нуждающимся активно развиваются общества нанофинансирования, нанокредитования, нанострахования, наноперестрахование в виде банков времени, обществ добровольной помощи нуждающимся, различных волонтерских организаций. Их основная цель инвестирование всех необходимых коллективных усилий и имеющихся ресурсов в создание такого, пока общественного (со временем может и государственного) кластера управления материальными и духовными рисками, который в нынешней цивилизации риска научил бы нас мудрости, повысил бы нашу жизнестойкость, сохранил экологию – природу, флору, фауну, сотворил социальную гармонию, обеспечил бы творчески плодотворную, счастливую, долголетнюю семейную жизнь для всех людей.

Одной из угроз научно-технического прогресса и бурного развития, высоких нанотехнологий это риск технократии и соблазн, искушение создать технократическую империю.

Возрастание роли нанотехнологий не должно стать началом технократии; философия техники должна предотвратить технократию, здесь присутствует четыре опасности. Любая технократия возникает от того, что большая власть придаётся технике, а не существу человека. Из – за незнания бытия человека в этике и антропологии возникает ”экспертотократия” и ”технический императив”, из – за незнания бытия человека в политической сфере возникает ”техническое государство”. В итоге, все эти проблемы сводятся к тому, что не было взаимодействия между нанотехнологией и человеческим бытием. Задача философии техники – совершать взаимодействие между техническим и нетехническим. Если, к примеру, не будет философии техники, то человек, обедняясь в нетехническом, позволит технике властвовать над собой [3].

Необходимость интеграции нанотехнологий в нашу жизнь обусловлена их тотальным характером открытия колоссальных возможностей творения человеком с их помощью новой реальности и реализации в ней себя. В медицине использование молекулярных нанороботов решает широкий круг существующих проблем вплоть до физического бессмертия. Философы трансгуманизма считают нано-технологии транс-человеческой технологией, которая призвана радикально изменить человеческое бытие в современном его виде. Их мировоззрение в основном атеизм. Сторонники индийской философии, верований в перевоплощение душ и конечное просветление в случае бесконечно долгой жизни могут успеть пройти все необходимые уроки для души за один раз. Некоторые верующие ученые христиане заявляют, что они выступят по воле божьей творцами обеспечения сколь угодно долгой жизни имеющихся людей и восстановление или воскрешение умерших по образцу ДНК, где хранится вся информация о человеке. [4]. Метафизический аспект нанотехнологий поднимает много вопросов как к ученым, разработчикам так и производителям, поставщикам, и конечно же потребителям нано-продуктов и услуг. И основной вопрос таков: достаточен ли уровень развития сознания человека и общества, с тем чтобы, с нашими страстями, увлечениями, в погоне за властью, славой, деньгами, богатством не навредить, прежде всего, своей душе, потеряв ее, другим людям, чтобы они превратились не в творцов наномира и субъектов нанобытия, а в рабов нано-технологий, поменяв свои истинные ценности уважение прав человека и его свободы, справедливости, на некий суррогат «счастливой жизни» состоящей в основном, из тотального потребления и материального удовлетворения все возрастающих потребностей.

Сфера совпадения живой и неживой материи представлена: сегодня наука (нанофизика и нанобиология) приблизилась к пониманию некоторых принципов построения и функционирования живых клеток, в основе которых нанобиофизические свойства молекулярных комплексов (кластеров) клеток, их удивительные способности к самоорганизации, саморегуляции и самообеспечению энергией[5]. Это обеспечивает глубокое проникновение нанотехнологии практически во все сферы человеческой жизни и требует развития у людей соответствующих способностей, такие как нестандартное, образное, адаптивное, вычислительное, проектное мышление, когнитивное управление, трансдисциплинарность, межкультурную компетентность, владение информационными технологиями[6].

В конце 80-х годов благодаря докладу «Пределы роста» подготовленному «Римскому клубу» супругами Д. и Д. Медоузами, а также И.Рендерсом и У.Бернсом возникла концепция «Цивилизация риска». Предпосылками для такой концепции стали технологическая экспансия человечества и ограниченные ресурсы и возможности ее сдерживать экологической системой нашей планеты. Вопросами влияния неопределенности в выборе и наличии риска на экономическое поведение потребителей занимался Дениэль Канеман[7].

Актуальность управления рисками в такой ситуации неимоверно возрастает. Одними из компетентных управленцев рисками принято считать специалистов сферы страхования, перестрахования: андеррайтеры, методологи, актуарии, сюрвееры, аджастеры. По их мнению, в последние двадцать пять лет интенсифицировались процессы генерирования экологических, технических, политических, социально-экономических рисков. Если вовремя не предпринять адекватных мер по их исследованию, управлению, корректированию нашего поведения, то возможны наступления различных катастрофических событий, к которым человечество окажется не готово [8], [9].

В этой ситуации, важным фактором выступает информирование и коммуникация специалистов по нано-технологиям и работников СМИ с широкой общественностью. От восприятия, понимания предназначения, цели и рисков, полезной потребительской ценности нано-технологий зависит не только объемы продаж данных продуктов и услуг, но их перспективы для выживания и процветания человечества [10]. Страховые компании и прежде всего американские, в отношении, как страхования рисков нанотехнологий и наноматериалов, так и использования нано-технологий в снижении рисков до приемлемого уровня или снижении или восстановление застрахованных и их имущества убытков последнее время заметно активизировались[11].

Особенную активность можно наблюдать в таких взаимосвязанных между собой отраслях экономики растениеводство, животноводство и сохранение здоровье людей. Ведь от качества воды и продуктов питания, здоровья растений и животных зависит наше здоровье. Под эгидой ООН (ФАО) финансируется 160 проектов использования в сельском хозяйстве. Правительство США инвестирует до \$1,2 млрд в год для внедрения нанотехнологий в АПК, что обеспечивает до \$20 млрд при производстве продуктов питания. Огромные инвестиции в разработку нанотехнологий для сельского хозяйства обоснованы имеющимися на сегодня убедительными доказательствами того, что разрабатываемые технологии реально позволяют:

- повысить безопасность производства и качество продукции;
- сократить затраты при выращивании сельхоз структур;
- улучшить качество посевного материала;
- снизить фитозаболеваемость и повысить устойчивость растения к действию различных стресс-факторов: водного, температурного, солевого и др.;
- повысить урожайность и улучшить качество растениеводческой продукции.



В таких странах как США, Канада, Белоруссия и ряде других, уже широко применяются наноматериалы в растениеводстве, как для предпосевной обработки семян, так и при опрыскивании вегетирующих семян в определенные фазы их развития. Это новейшие средства защиты растений 4- и 7- компонентные наномикроудобрения. Никаких отрицательных последствий использования наноматериалов при этом не выявлено [12].

Как известно для здорового развития организма и жизнедеятельности растениям, животным, людям необходим в небольших количествах комплекс микроэлементов, для питания регулирующих наши биопроцессы ферментов, способных усваиваться через соединение его с пищевой лимонной или яблочной кислотой.

Примечателен как отклик на эту необходимость, один из препаратов, разработанный с помощью нанотехнологий у нас на Украине 16-микроэлементный комплекс «Аватар-1» и нашедший свое применение в странах ЕС. В его состав входят такие элементы: медь, марганец, цинк, молибден, кобальт, железо, бром, магний, селен, германий, титан, лантан, серебро, никель, ванадий, йод (Cu, Mn, Zn, Mo, Co, Fe, V, Mg, Se, Ge, Ti, La, Ag, Ni, V, I). Еще на этапе исследований, при сравнении, обработанных и необработанных комплексом «Аватар-1» полей существенно возростала вероятность хорошего урожая за счет повышения жизнестойкости растений, урожайность, качество повышалось, а также повышалось содержание в урожае зерновых микроэлементов на 20 % – 80 %.

Группа научно-внедренческих компаний «Аватар» в сотрудничестве со страховыми компаниями, предлагает комплекс «Аватар-1» как превентивный продукт агрострахователям, что позволяет снизить риски неурожая или низкого его качества. Но не только в превентивной деятельности агрострахователей, но и в восстановлении ущерба от нанесенных убытков, как например сильным градом были практически уничтожены посевы сахарной свеклы, поле подлежало пересеву, но после обработкой комплексом «Аватар-1» было полностью восстановлено.

Аналогичные комплексы микроэлементов разработаны и применяются в животноводстве для птиц и животных, а также для людей. Диагностика людей происходит перед применением микроэлементов по анализу живой крови через сверхмощный микроскоп, после чего врач рекомендует соответствующие выявленным проблемам со здоровьем микроэлементы. В особенно сложных случаях с поздними стадиями лечения рака био-резонансная диагностика и терапия, при этом, с помощью резонанса тока высокой частоты уничтожаются раковые клетки.

Во многих развитых странах таких США, Япония, страны ЕС осознали экологическую проблему, которую и начали решать, внедряя в жизнь концепцию органического хозяйствования. Это было не простое решение, ведь стоимость органических продуктов намного выше и их сложнее экспортировать и реализовывать внутри страны [13]. Весомую роль взяли на себя журналисты и средства массовой информации, которые терпеливо рассказывали о рисках для людей исходящих от продуктов неорганического сельского хозяйства. Свою лепту внесли и страховые компании по медицинскому страхованию, которые заинтересованы здоровых страхователей и снижении уровня выплат и соответственно в повышении рентабельности страховых операций. К ним в оппозиции находятся фармацевтическая отрасль и частные медицинские учреждения, для которых здоровое общество равносильно закрытию своего бизнеса. Бурное развитие нанотехнологий стало весомой поддержкой органичному хозяйствованию. Не стоит понимать концепцию органичного хозяйствования как только производство экологически безвредных или полезных продуктов питания растениеводства, животноводства. Кроме экологической ответственности компании и люди обязаны нести этическую, социальную ответственность перед всеми людьми. И в современной конкурентной экономике надо признать, что это задача не из легких. Именно поэтому, поддержка правительства, власть имущих, финансистов, инвесторов, страховщиков, ученых и предпринимателей сферы высоких технологий и в частности нанотехнологий, как технологическому фундаменту органического хозяйствования будет весьма кстати. Важно при этом, чтобы страховщики и перестраховщики повышали ценность своих услуг, не только заказывая, приобретая и реализуя нанотехнологичные превентивные продукты и услуги, но и чтобы инвестировали в этот кластер экономики свои резервы, чем снижали бы общий уровень рискогенности в стране и мире.

**Выводы и рекомендации.** Для успешного развития органичного хозяйствования необходимо обладать достаточным для нанотехнологий научно-техническим, технологическим потенциалом, иметь осознание все возрастающего давления технических, экологических, биологических социально-экономических политических рисков и достигать через инвестиционное и аутсорсинговое эффективное взаимодействие с инфраструктурой коммерциализации нанотехнологий реализации превентивных наукоемких продуктов и услуг. Государство может со своей стороны, также для компаний разработчиков нанотехнологий по социально-значимым направлениям, как например, задача сделать более доступным и вместе с тем достаточно качественным, медицинское страховое обслуживание выступить в роли спонсора или инвестора, предложить дотации и преференции в виде налоговых льгот.

**Дискуссия.** К дискуссионным можно отнести вопрос о двух путях развития в разработке и внедрении нанотехнологий: социально-кооперативный и конкурентно-коммерческий путь. Решение об этом нормативно правовом разделении, какие из нанотехнологий по каким путям необходимо развивать после дискуссии и всестороннего обсуждения нужно принимать по эгидой ООН, исходя из социальной значимости потенциальных наукоемких продуктов и услуг, помогающих эффективно управлять нашими личными, корпоративными, социально-экономическими и экологическими рисками.

#### Список использованных источников

1. Булгаков, С. Философия хозяйства / С. Булгаков. – М., 1912. – 715 с.
2. Базилевич, В. Метафизика экономики : монография / В. Базилевич, В. Ильин. – Знание, Киев. 2010. – 925 с.
3. Романовский, С. А. Онтологические основы нано-технологий [Электронный ресурс] / С. А. Романовский. – Волгоград, 2008. – Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s01/z0001025/index.shtml>
4. Козырев, И. Метафизика экономики и бизнеса в XXI веке на примере маркетинга [Электронный ресурс] / И. Козырев. – Режим доступа: <http://www.peremenbooks/osminog/9383>.
5. Путилин, А. И. Нанотехнологии и социум : учебно-информационный материал [Электронный ресурс] / А. И. Путилин. – Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/>
6. Навыки будущего. Институт Будущего [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fair-lady.ru/2015/01/10-klyuchevykh-sposobnostej-uspeshnogo-cheloveka-v-2020-godu/>
7. Choices, Values, and Frames / Ed by D.Kahneman and A. Tversky. Cambridge University Press, 2002. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2333.html>
8. Лельчук, А. Риск-менеджмент и страхование [Электронный ресурс] / А. Лельчук. – Режим доступа: <http://www.actuary-al.ru/>
9. Келдыш, В. Философия риска: объективная и субъективная основа риска. [Электронный ресурс] / В. Келдыш. – Режим доступа: [http://www.keldysh.ru/departments/dpt\\_17/ur/ur.html](http://www.keldysh.ru/departments/dpt_17/ur/ur.html).
10. Susanna Hornig Priest Nanotechnology and the Public: Risk Perception and Risk Communication [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.crcpress.com/product/.../9781439826836](http://www.crcpress.com/product/.../9781439826836)
11. Бланштейн, Р. Миссия страхового нано форума [Электронный ресурс] / Р. Бланштейн. – Режим доступа: <http://nanoinsurance.org/mission>
12. Давыдова, О. Нано-технологии как составляющая часть агрострахования. 2014 [Электронный ресурс] / О. Давыдова, В. Припуляк, И. Габидулин. – Режим доступа: <http://info.dedal.ua/publications/50213>
13. Органическое хозяйствование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aboutorganics.co.uk/organic-economic.html>

## ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ

**Е.С. Гусева,**

аспирант кафедры бухгалтерского учета,

*Санкт-Петербургского торгово-экономического университета*

**Ю.Н. Снопко**

канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры бухгалтерского учета

*Санкт-Петербургского торгово-экономического университета*

Процессы глобализации разных сфер человеческой деятельности постепенно приводят к созданию мирового пространства, для которого не существует национальных границ. Неотъемлемой частью интернационализации экономических отношений стало создание фирм со смешанным капиталом, привлечение в национальную экономику иностранных инвестиций, переход на единые стандарты представления информации. Эти процессы обуславливают необходимость стандартизации и гармонизации требований к финансовой отчетности, одним из основных источников которой, является бухгалтерский учет.

Каждый участник хозяйственного процесса убежден, что его подходы к ведению бизнеса и отражению фактов хозяйственной деятельности – это путь к истине, к достоверности получения отчетных данных. Однако каждого пользователя-интерпретатора отчетности интересует не просто достоверность информации и добросовестность представления, а ее полезность. Американский философ Пирс Ч. в рамках прагматизма выдвигал тезис «Истинно то, что полезно» [1], что можно соотнести и с бухгалтерским учетом. Полезность

информации только подчеркивает ее значимость, так как делает упор на достижение цели, а не только на философские аспекты учета. Истинные убеждения, и соответственно, утверждения изучают в теории учета, полезные – на практике.

Современная тенденция развития бухгалтерского учета прослеживается в создании глобальной международной модели, обеспечивающей формирование достоверных и полезных бухгалтерских данных. В качестве таковой, выбрана модель формирования финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

В связи с тем, что бухгалтерская отчетность отражает финансовое положение и результаты деятельности компании за прошлые отчетные периоды, возникла потребность в информации, учитывающей риски и стратегическое развитие в будущем. Одним из наиболее перспективных путей решения данной проблемы является создание принципиально новой модели, которой стала интегрированная отчетность, аккумулирующая как финансовую, так и нефинансовую информацию о деятельности компании.

Финансовая отчетность. Состав и формат предоставления отчетности зависят от стандартов, применяемых в конкретной стране. Условно стандарты бухгалтерского учета можно разделить на: национальные стандарты и МСФО. В одних странах МСФО заменили национальные стандарты, в других происходит максимальное сближение национальных стандартов с международными.

Согласно определению выдающегося бухгалтера современности профессора Я. В. Соколова, бухгалтерская отчетность – это «система учетных показателей, отражающих хозяйственную деятельность фирмы за определенный период» [2]. Бухгалтерскую отчетность рассматривают как метод бухгалтерского учета, который позволяет завершить этап учетного процесса. В последние годы термин бухгалтерская отчетность вытесняется понятием «финансовая отчетность», большей частью это обусловлено тем, что в международных стандартах финансовой отчетности используется второе понятие. Следуя определению МСФО 1, финансовая отчетность представляет собой «структурированное представление финансового положения и финансовых результатов» о деятельности компании [3].

Все компании составляют финансовую отчетность, основной вопрос в том, ради каких целей она составляется. Значение финансовой отчетности состоит в том, что являясь источником информации для пользователей о деятельности компании, она помогает принимать своевременные управленческие решения. Основываясь на концептуальных основах МСФО, где выделены группы пользователей финансовой информации, определим следующие функции финансовой отчетности: является средством наблюдения со стороны пользователей за работой компании; выступает информационной базой для принятия управленческих решений внешними и внутренними пользователями; дает возможность обобщения экономических показателей на региональном и общегосударственном уровнях; применяется в качестве средства контроля хозяйственно-финансовой деятельности; служит базой для разработки текущих и будущих планов; прочие функции.

В соответствии с международными стандартами, целью финансовой отчетности является предоставление информации о финансовом состоянии, результатах деятельности и движении денежных средств компании, полезной для широкого круга пользователей при принятии экономических решений. Американские авторы Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д. [4] выделяют следующие группы пользователей финансовой отчетности: косвенно-заинтересованные пользователи; пользователи с прямым финансовым интересом. К первой группе относится государство в лице налоговых, статистических и законодательных органов. Ко второй группе относятся собственники компании, ее работники, потенциальные инвесторы и партнеры. В зависимости от национальных стандартов и практики регулирования учета в разных странах присутствует ориентация на ту или иную группу пользователей. В странах, где государство непосредственно контролирует все экономические процессы, приоритет отдается интересам налоговых и государственных органов. В странах, где профессиональные организации занимаются регулированием бухгалтерской деятельности, подготовка отчетности подчинена, прежде всего, интересам инвесторов.

Финансовая информация, предоставляемая заинтересованным сторонам, посредством отчетности объединена в следующие основные элементы: элементы, характеризующие финансовое положение, отражаются в бухгалтерском балансе – активы, обязательства и капитал; элементы, характеризующие результаты деятельности, отражаются в отчете о прибылях и убытках – доходы и расходы. Информация об изменениях в финансовом положении отражается в отчете о движении денежных средств.

Нефинансовая отчетность. В последние десятилетия экономическая ситуация в мире резко меняется, что можно объяснить глобализацией и пролонгацией финансового кризиса, но одно можно сказать определенно: стандарты отчетности перестали успевать за изменениями геополитической среды. Выпускаемые финансовые отчеты не удовлетворяют интересам всех заинтересованных сторон и не дают ответы на возникающие вопросы. Так появилась необходимость в создании нового типа отчетности – нефинансовой.

Прежде чем рассмотреть понятие и формы, остановимся на самом термине «нефинансовая отчетность». Появление понятия «нефинансовая отчетность» тесно связано с развитием концепции корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, поэтому часто употребляется понятие «корпора-

тивная нефинансовая отчетность», как обобщенный термин для социальных, экологических и отчетов в области устойчивого развития.

Начиная с середины прошлого столетия, ведутся дискуссии по проблемам корпоративной социальной ответственности. Появились новые взаимосвязанные концепции: «корпоративная социальная восприимчивость», «корпоративная социальная деятельность», «устойчивое развитие», «корпоративная социальная отчетность» и «нефинансовая отчетность». Все эти концепции получили своё развитие в исторически короткие сроки, следствием чего стала не столько смена одной идеи другой, сколько их дополнение и развитие. Согласно определению Еврокомиссии, корпоративная социальная ответственность отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды. А. Керолл, один из ведущих теоретиков в области КСО, подразумевает под ответственностью «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период»[5]. Экономическая ответственность определяется функцией компании на рынке; правовая ответственность подразумевает соблюдение законов; этическая ответственность требует соответствия ожиданиям общества, основанным на нормах морали; дискреционная ответственность выражается в участии корпорации в реализации различных социальных программ и т.п., направленных на развитие благосостояния общества.

В рамках развития концепции социальной ответственности нефинансовую отчетность можно назвать отчетом о результатах деятельности компании с точки зрения её социальной ответственности. Подготовка нефинансового отчета является одним из этапов реализации корпоративной социальной ответственности.

На протяжении последнего десятилетия использовалось большое количество терминов для описания нефинансовой отчетности, таких как социальная отчетность, экологическая отчетность, отчетность в области устойчивого развития, отчетность, основанная на триедином подходе и т.п.

Отсутствие единой терминологии является одной из проблем концепции социальной и экологической ответственности, но это не мешает идее составления нефинансовой отчетности набирать с каждым годом все большую популярность среди крупного и среднего бизнеса.

Структура интегрированного отчета. Различные виды капитала (финансовый, промышленный, интеллектуальный, человеческий, социальный и природный), которые использует компания и на которые она воздействует, её бизнес-модель и процесс капитализации, в совокупности с принципами формирования отчета, определяют его структуру и содержание.

Рассмотрим подробнее типовую структуру и состав интегрированного отчета. Интегрированный отчет должен включать в себя следующие взаимосвязанные структурные элементы, отвечающие на соответствующие вопросы: краткий обзор информации о компании и окружающей среде; управление, руководство; возможности и риски; стратегия и распределение ресурсов; бизнес-модель; действия; будущая перспектива. Такая структура отчета не является единственно возможной и обязательной при формировании интегрированного отчета. Очевидно, что содержание интегрированного отчета будет зависеть от специфики деятельности компании и от исполнителей.

Интегрированный отчет должен представлять собой необходимую заинтересованным пользователям информацию, которая будет связана с отчетами других подразделений компании. В дополнение к вышеуказанным элементам содержания, интегрированный отчет должен включать раскрытие следующей информации: о процессе определения уровня существенности; о процессе определения границ отчетности; об ответственных за подготовку; о природе и величине факторов взаимодействия между различными капиталами.

Управление компанией. Интегрированный отчет должен давать ответ на вопрос, как структура управления компании поддерживает ее способность создавать ценность в коротком, среднесрочном и долгосрочном периодах. Интегрированный отчет призван обеспечивать представление у пользователей отчетности о таких моментах как: — структура управления; — процессы, используемые для принятия стратегических решений; — действия, предпринимаемые руководством в целях влияния и контроля на стратегическое развитие и подходы к управлению рисками; — влияние культуры управления компанией, этики и ценностей на прирост капитала, в том числе на взаимоотношения с заинтересованными лицами; — ответственность, которую берут на себя руководители для внедрения инноваций; — влияние различного рода вознаграждений и стимулов на создание ценности в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах; — и т.п. В случае с вознаграждением и стимулами интегрированный отчет фокусируется на существенных компенсационных политиках и практиках (включая денежные выплаты, отложенную компенсацию, пенсионные выплаты и соглашения о выплатах на основе акций). Это может затрагивать, в том числе, как качественную, так и количественную информацию о механизмах надзора за вознаграждением руководящего персонала.

Риски. Интегрированный отчет должен давать ответ на вопрос: что является рисками и возможностями, которые влияют на способность создавать прирост капитала в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах, и как компания с ними справляется. Интегрированный отчет определяет: — источник возможностей и рисков, который может быть внешним или внутренним, а чаще всего комбинацией первого и второго; — оценку вероятности того, что риски или возможности осуществляются, и их эффекта; — действия, предпринятые для реализации возможностей либо смягчения влияния рисков.

Из представленной ниже табл.1 видны преимущества интегрированного отчета по сравнению с традиционной финансовой отчетностью. Очевидно, что переход компаний на формирование интегрированной отчетности позволит им выйти на новый уровень, обеспечив пользователей более качественной информацией.

Таблица 1

**Сравнение информативности видов отчетности**

Характеристика	Традиционная финансовая отчетность	Интегрированная отчетность
Вид информации	Финансовая	Финансовая и нефинансовая
Актуальность информации	Построена на основе фактов хозяйственной жизни, произошедших в прошлом	Содержит прогнозную информацию, учитывает риски и стратегическое развитие в будущем
Временные рамки	Краткосрочная	Краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная
Полнота раскрытия информации	Менее	Более

Первые интегрированные отчеты начали появляться уже к 2000 году. Однако значительное развитие модель интегрированной отчетности получила с 2010г., когда был создан Международный Совет по интегрированной отчетности (МСИО). Главной задачей МСИО стала разработка отдельного Международного стандарта «Интегрированная отчетность». Согласно данному документу «интегрированная отчетность является процессом, результат которого коммуникация, в виде периодического интегрированного отчета, о создании стоимости с течением времени. Интегрированный отчет представляет сжатую коммуникацию о том, как стратегия организации, корпоративное управление, результаты ее деятельности и перспективы развития ведут к созданию стоимости в кратко-, средне- и долгосрочном периоде»[6]. При этом МСИО видит основные цели интегрированной отчетности в следующем: катализация более целостного и эффективного подхода к корпоративной отчетности, который соединит другие ветви отчетности и расскажет о полном ряде факторов, существенно влияющих на способность организации создавать стоимость со временем; информирование провайдеров финансового капитала, занимающихся распределением ресурсов, что будет способствовать созданию как долгосрочной, так и кратко и среднесрочной стоимости; улучшение ответственности и разумного руководства относительно широкого ряда капиталов (финансового, производственного, человеческого, интеллектуального, природного и социального) и продвижение понимания взаимозависимостей между ними продвижение интегрированного мышления, принятия решений и действий, которые фокусируются на создании стоимости в долгосрочном периоде, а также и в кратко и среднесрочном [6]. Очевидно, что интегрированная отчетность будет представлять большую ценность для широкого круга пользователей. Так, для потенциальных инвесторов такой отчет позволит проанализировать перспективы функционирования компании с целью определения эффективности осуществления дальнейших вложений. Через интегрированную отчетность поставщики также получают дополнительную информацию о возможных рисках и перспективах развития клиента. Данная модель отчетности позволит сформировать привлекательный имидж на рынке труда в целях привлечения высококвалифицированных сотрудников.

Между тем на пути процесса разработки и внедрения модели интегрированной отчетности одними из наиболее актуальных являются следующие проблемы: выбор оптимального объема информации, раскрываемого в интегрированной отчетности; определение единых принципов формирования интегрированной отчетности; установление оптимальных сроков внедрения отчетности; разработка механизма проверки интегрированной отчетности посредством аудита.

Недавно Российской Региональной Сетью по интегрированной отчетности проведено второе ежегодное исследование по корпоративной прозрачности крупнейших российских компаний. Основная цель исследования состояла в оценке уровня прозрачности через проведение комплексного анализа отчетности. В ходе исследования изучались публичные отчеты компаний за 2013 год (интегрированные отчеты, традиционные годовые и нефинансовые отчеты, в том числе отчеты в области устойчивого развития), а также иные материалы по отчетности, размещенные на официальных корпоративных сайтах. Всего исследовано более 700 компаний.

Ниже представлены основные выводы из аналитического доклада по результатам исследования «Корпоративная прозрачность крупнейших российских компаний – 2014» [7]:

Прозрачными являются менее восьми процентов российских компаний. Все обследованные компании разделяются по трем зонам прозрачности: прозрачная зона, полупрозрачная и непрозрачная. Прозрачная зона характеризуется высоким уровнем раскрытия информации, в компаниях введены элементы системного подхода к отчетности (в большей или меньшей степени), используются международные стандарты корпоративной отчетности. Полупрозрачная зона характеризуется низким уровнем раскрытия информации, элементы системного подхода к публичной отчетности практически отсутствуют, международные стандарты отчетности (или их элементы) используют единичные компании. В непрозрачной зоне публичная отчетность отсутствует. Среди обследованных 721 компании (крупнейшие компании плюс те компании, которые в ближайшие годы попадут под повышенные требования к отчетности) в прозрачной зоне находится только

56 компаний (7,77 %). Общий объем реализации 39,4 триллионов рублей, общая численность персонала 3,5 миллиона человек. Большая часть российских компаний 425 (58,95 %) находится в полупрозрачной зоне. Общий объем реализации 26,6 триллионов рублей, общая численность персонала 2,7 миллиона человек. Значительная часть компаний – 240 (33,3 %) являются абсолютно непрозрачными, они вообще не публикуют публичных отчетов. Оценить общий объем реализации и общую численность персонала в этой группе компаний из-за отсутствия информации в открытых источниках не представляется возможным. Наиболее прозрачными являются компании атомной отрасли, за ними следуют компании электроэнергетической, затем нефтегазовой отрасли. Хорошие позиции также занимают компании угольной, химической и металлургической промышленности. Наименее прозрачными компаниями в отраслевом разрезе оказались компании банковского сектора, а отчетность большинства банков – низкого качества (подавляющее большинство банков отчитывается по минимальным требованиям ЦБ РФ). Прозрачность государственных компаний выше, чем частных: 70,6 % компаний лидерской группы (компаний, прошедших в третий этап исследования) являются государственными. Более двух третей компаний (72,1 %) готовят отчеты по минимальным требованиям или вообще не выпускают публичных отчетов. В целом состояние отчетности российских компаний совсем не радужное. Из 721 обследованных компаний 240 компаний (33,3 %) вообще не выпускают публичных отчетов, а 281 компания (38,9 %) готовят традиционные отчеты, минимально отчитываясь по требованиям ЦБ РФ. Лишь 200 компаний (27,7 %) готовят продвинутое в той или иной степени отчеты: 154 компаний (21,4 %) готовят «комбинированные» отчеты – отчеты с включенной информацией об устойчивом развитии; 28 компаний (3,9 %) готовят «двухтомники» (традиционный и нефинансовый отчеты); 18 компаний (2,5 %) готовят интегрированные отчеты.

Несмотря на общее негативное состояние публичной отчетности в России, примерно десятая часть всех обследованных компаний составляет лидерскую группу (68 компаний, прошедших в третий этап исследования), качество отчетности которых достаточно высоко, а отчетность некоторых компаний отмечена как лучшая на международном уровне (в 2014 году в базу лучших отчетов Международного совета по интегрированной отчетности впервые вошли отчеты пяти российских компаний: АО "Нижегородская инжиниринговая компания "Атомэнергопроект", ОАО "Атомэнергомаш", ОАО "Атомредметзолото", ОАО "ОКБМ им. И.И. Африкантова", ОАО "Нефтяная компания "Роснефть"). При этом разрыв в качестве отчетности между лидерской группой и основной массой компаний велик и продолжает нарастать, в том числе и по сравнению с предыдущим годом (в лидерской группе очевидна позитивная динамика по многим показателям). Уровень соответствия отчетов российских компаний международным стандартам по-прежнему не высок.

В полтора раза выросло количество компаний, использующих Международный стандарт интегрированной отчетности – 18 компаний (12 в прошлом году). От общего числа обследованных компаний это составляет 2,5 % (26,5 % лидерской группы). Число компаний, готовящих отчеты в соответствии с Руководством GRI и заверенных аудиторами или GRI – 14 (1,9 % общего числа компаний или 20,6 % лидерской группы). Одновременно обоим стандартам соответствует отчеты лишь 6 компаний. То есть, в строгом соответствии с этими международными стандартами готовят отчеты только 9 % компаний лидерской группы (0,8 % всех компаний). Очевидным прогрессом года является подготовка пятью компаниями (четыре представляют атомную отрасль, одна – химическую) отчетов, соответствующих заверенному «базовому» уровню соответствия версии G4 Руководства GRI. Но это составляет менее 1 % всех отчетов, подготовленных в этом году в мире по GRI G4.

Практика системного подхода к отчетности стала осваиваться российскими компаниями недавно (5-7 лет назад), но лидерской группой эта практика осваивается активно (все показатели выросли по сравнению с 2013 годом): нормативная база создана в 35 компаниях (51 % лидерской группы), планы по совершенствованию публичной отчетности есть у 19 компаний (28 %), в 9 компаниях (13 %) созданы комиссии заинтересованных сторон, 28 компаний (41 %) отчитались о закреплении ответственности за публичную отчетность. По отдельным группам параметров (раскрытие информации о стратегии, рисках, корпоративном управлении) высокий уровень раскрытия информации (70 %), по отдельным (бизнес-модель, взаимодействие со стейкхолдерами) – низкий (35 %). Но при этом, только 14 компаний берут на себя обязательства по учету запросов своих стейкхолдеров к отчетной информации. То есть, из-за неучета запросов на отчетную информацию, большинство отчетов не востребованы и малополезны, они по-прежнему готовятся и размещаются «впустую» (минимально выполняются только требования регуляторов). Кроме того, к достоверности отчетной информации у пользователей могут быть серьезные вопросы – в лидерской группе полностью заверена информация независимыми аудиторами только в 13 компаниях (19,1 %). То есть, даже в лидерской группе только пятая часть компаний готовит отчеты с нужной для пользователей и достоверной информацией (по всей группе обследованных компаний этот показатель составляет 1,8 %).

Новизна проблем, с которыми в процессе конвергенции с международными стандартами финансовой отчетности сталкиваются различные страны, повышает требования к их нормативно-правовой базе и созданию единых требований. Только в этом случае появится возможность обеспечить инвесторов сопоставимой и полезной им информацией.

Основной подход к представлению интегрированной отчетности заключается в том, что если требований МСФО для полного раскрытия информации недостаточно, то в этом случае возникает необходимость

включения дополнительной информации нефинансового характера. Здесь появляется другая проблема для инвестора. Менталитет российских руководителей, сформированный под влиянием советской экономики, связывает сам факт подробного раскрытия финансовой и нефинансовой информации с ослаблением собственной экономической безопасности. Видимо поэтому в практике российских компаний решения по переходу на МСФО принимаются так долго. Согласно нормативным документам с 2018 года все российские организации должны быть переведены на международные стандарты. Является ли само по себе использование МСФО самостоятельным инструментом по привлечению инвестора, или это просто формальное требование? Многие не видят необходимости в представлении отчетности в МСФО, если нет конкретного предложения от зарубежного инвестора. Впрочем, сегодня для инвесторов наличие отчетности по международным стандартам желательно, но необязательно: они понимают, что имеют дело с российской действительностью, и в качестве альтернативы изучают нефинансовую управленческую отчетность. Что касается повышения инвестиционной привлекательности, то в условиях глобализации, МСФО являются хорошим теоретическим инструментом, но отстающим от практики. Именно, поэтому процесс перехода на МСФО не стоит рассматривать как универсальный инструмент привлечения инвесторов. МСФО являются инструментом управления, а не привлечения инвестиций.

Кроме того, представление отчетности в формате МСФО зависит от типа инвестиций: тактических или стратегических. Если, например, компания обращается в банк за небольшим краткосрочным кредитом – скорее всего ей не потребуется составлять отчетность по МСФО. Наличие аудированной отчетности необходимо для получения крупного долгосрочного кредита на срок более пяти лет. Когда речь идет о стратегических инвестициях – расширение, покупка бизнеса, выпуск акций, то в этих случаях придется подготовить интегрированную отчетность, в том числе финансовую в формате МСФО, представленную за несколько периодов (минимум 3 года).

Отчетность, составленная в соответствии с требованиями МСФО, должна быть встроена в систему управления. Только тогда она будет эффективной, когда инвесторы начнут получать из нее достоверное представление о деятельности компании без вуалирования результатов.

В современных условиях глобализации знание МСФО становится насущной необходимостью. Многого предстоит изучить и адаптировать к нашей действительности, что позволит сделать отчетность более прозрачной, понятной и полезной. От решения указанных вопросов будет напрямую зависеть процесс внедрения интегрированной отчетности. Что касается России, то, безусловно, внедрение интегрированной отчетности, с одной стороны, позволит решить для российских компаний проблему представления отчетной информации по единым правилам, действующим во всем мире. С другой стороны, для российского законодательства, направленного, главным образом, на постепенное сближение и гармонизацию национальных правил бухгалтерского учета с МСФО, принятие такого стандарта компаниями воспримется крайне болезненно.

На наш взгляд, вопрос формирования интегрированной отчетности должен быть решен не только на уровне крупных корпораций, но и для всех компаний с участием иностранного капитала. Однако, если крупные корпорации в целом располагают соответствующими ресурсами, позволяющими сформировать такую отчетность, интегрировав информацию по различным сегментам деятельности, то небольшие компании столкнутся со значительным ростом расходов на формирование интегрированной отчетности. Одним из приоритетных направлений внедрения интегрированной отчетности в России, является определение оптимальной структуры интегрированной отчетности, позволяющей компаниям в зависимости от их целей и особенностей деятельности, раскрыть всю необходимую финансовую и нефинансовую информацию.

Отражение в отчетности не только данных о финансовом положении и результатах, но и информации, касающейся социального, экологического развития компании, напрямую позволило бы, с одной стороны, повысить доверие и авторитет в глазах пользователей, с другой, – обеспечить конкурентоспособность компании в условиях глобализации. Интегрированная отчетность представляет собой модель отчетности, ориентированную в будущее и обеспечивающую интересы современных пользователей.

#### **Список использованных источников**

1. Пирс, Ч. С. Избранные философские произведения / Ч. С. Пирс. – М. : «Логос», 2000. – 448 с.
2. Соколов, Я. В. Основы теории бухгалтерского учета : монография / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 496 с.
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» : Приказ Министерства финансов РФ, от 25.11.2011 г., № 160н (в ред. от 02.04.2013 г.).
4. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д. Принципы бухгалтерского учета. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 496 с.
5. Carroll, A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct // Business and Society 38 (3): pp. 268–295, 1999.
6. Прототип стандарта «Интегрированная отчетность» [Электронный ресурс] / Международная комиссия по интегрированной отчетности (International Integrated Reporting Committee – IIRC), 2012. – Режим доступа: [http://ir.org.ru/attachments/articles/13/Standard %20Prototype\\_rus.pdf](http://ir.org.ru/attachments/articles/13/Standard%20Prototype_rus.pdf)

7. Аналитический доклад по результатам исследования «Корпоративная прозрачность крупнейших российских компаний – 2014». – Режим доступа: <http://ir.org.ru>.

## ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОСТРАХОВАНИЯ В РФ

**Э.А. Русецкая,**

доктор экон. наук, профессор

*ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь*

Банковский, как и всякий другой бизнес, немалым без риска. Риск присутствует в любой операции, но он может быть разных масштабов и по-разному компенсироваться. Следовательно, для банковской деятельности важным является не избежание риска вообще, а предвидение и снижение его до минимального уровня.

Любой банк для уменьшения потерь, для избежания убытков вообще, то есть для снижения рисков должен управлять ими и искать и выбирать наиболее приемлемые именно для этого банка методы управления.

Также одним из методов снижения рисков банка является механизм страхования [2,3].

В таблице 1 нами рассмотрена динамика и структура рынка банкострахования. Так, по итогам 2013 года страховые взносы всего рынка банковского страхования составили 172 108 936 тыс.руб., страховые выплаты – 39 167 229 тыс.руб., коэффициент выплат, соответственно, – 22,76 %.

*Таблица 1*

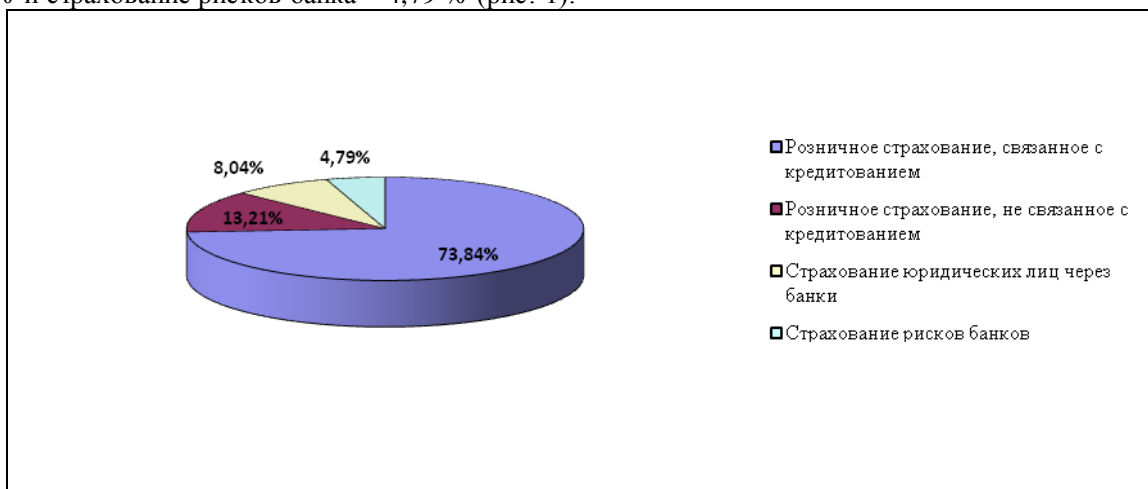
**Структура банкострахования в 2013 году**

Показатели	Страховые взносы, тыс. руб.	Страховые выплаты, тыс. руб.	Доля рынка (взносы)
Банкострахование, всего	172 108 936	39 167 229	100
1 Розничное страхование, связанное с кредитованием	127 090 585	28 845 973	73,84
1.1 Ипотечное страхование (титул, залог, жизнь заемщика, ответственность за непогашение кредита)	10 823 417	1 385 042	6,29
1.2 Автострахование (КАСКО, ОСАГО, ДСАГО)	38 173 374	23 406 985	22,18
1.3 Страхование жизни и здоровья заемщика потребительских кредитов, в т.ч. от несчастного случая	59 023 457	2 773 766	34,29
1.4 Страхование заемщика от потери работы	8 087 960	172 624	4,70
1.5 Прочие виды розничного страхования заемщиков	10 982 377	387 213	6,38
2 Розничное страхование клиентов банков, не связанное с кредитованием	22 741 853	269 168	13,21
2.1 Смешанное страхование жизни (дожитие, нетрудоспособность или смерть в период действия полиса)	7 097 720	46 916	4,12
2.2 Страхование ренты / аннуитетное страхование / пенсионное страхование	186 554	1 529	0,11
2.3 Инвестиционные страховые продукты страхования жизни	7 500 013	396	4,36
2.4 Страхование выезжающих за рубеж	394 427	51 033	0,23
2.5 Страхование имущества физ. лиц	2 849 132	69 816	1,65
2.6 Прочие виды розничного страхования клиентов банка, не связанных с кредитованием	4 714 007	85 612	2,47
3 Страхование юр. лиц через банки	13 839 208	4 616 437	8,04
3.1 Страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса, в т.ч. ИП	530 499	12 526	0,31
3.2 Страхование имущества заемщиков (залоговое имущество, товары на складе, товары в обороте)	7 826 093	2 099 621	4,55
3.3 Сельскохозяйственное страхование заемщиков	1 053 588	646 642	0,61
3.4 Прочие виды страхования рисков юр. лиц, связанных с банковскими услугами	4 429 028	296 956	2,57
4 Страхование рисков банка	8 240 289	5 430 447	4,79
4.1 Страхование специфических рисков банков (BВВ, страхование банкоматов, страхование D&O, страхование эмитентов банковских карт)	811 139	500 317	0,47
4.2 Страхование имущества банков (автопарк, недвижимость)	1 206 511	882 641	0,70
4.3 Страхование сотрудников банков (ДМС, НС, страхование жизни и здоровья)	5 797 685	3 975 802	3,37
4.4 Прочие виды страхования банковских рисков	424 954	71 685	0,25

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА



Из представленной таблицы видно, что наибольший удельный вес банкострахования составляет розничное страхование, связанное с кредитованием – 73,84 % всех взносов в 2013 году, розничное страхование клиентов банка, не связанное с кредитованием – 13,21 %, страхование юридических лиц через банки – 8,04 % и страхование рисков банка – 4,79 % (рис. 1).



**Рис. 1.** Структура банкострахования в 2013 году

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА

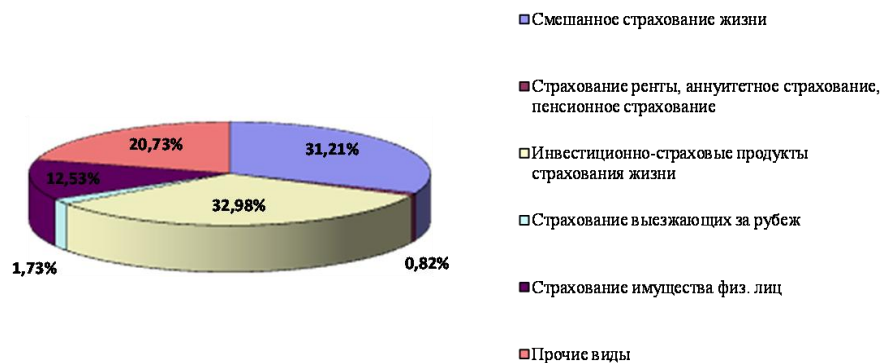
- Таким образом, в общем виде выделяют следующие основные продукты банкострахования: розничное страхование, связанное с кредитованием: ипотечное страхование, автострахование, страхование жизни и здоровья заемщика потребительских кредитов, страхование заемщика от потери работы (рис. 2);



**Рис. 2.** Структура розничного страхования, связанного с кредитованием в 2013 году

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА

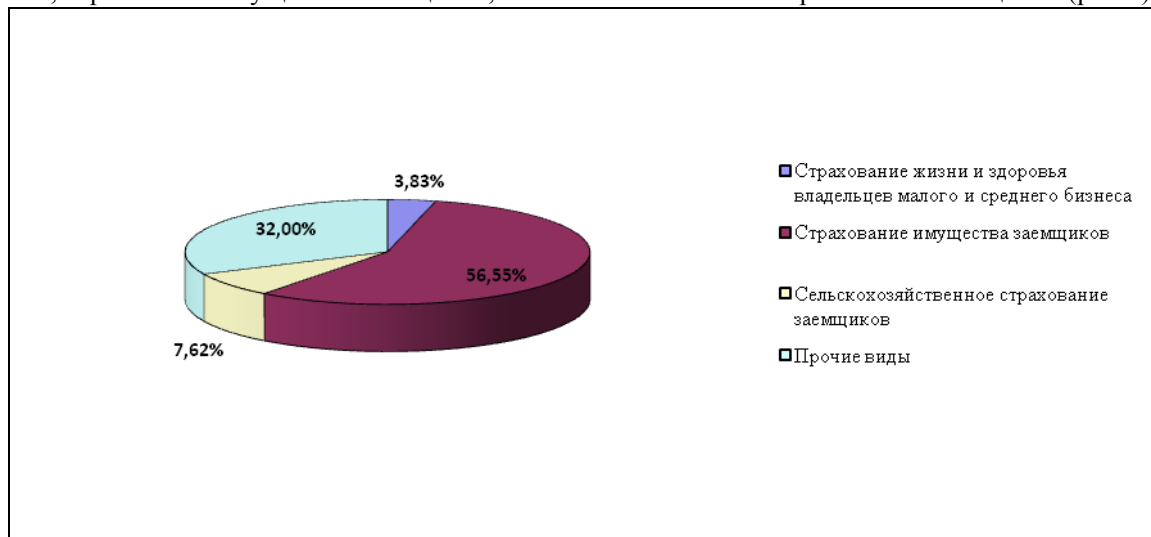
- розничное страхование, не связанное с кредитованием: смешанное страхование жизни, страхование ренты, аннуитетное страхование, пенсионное страхование, инвестиционно-страховые продукты страхования жизни, страхование выезжающих за рубеж, страхование имущества физических лиц (рис. 3) [4];



**Рис. 3.** Структура розничного страхования, не связанного с кредитованием в 2013 году

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА

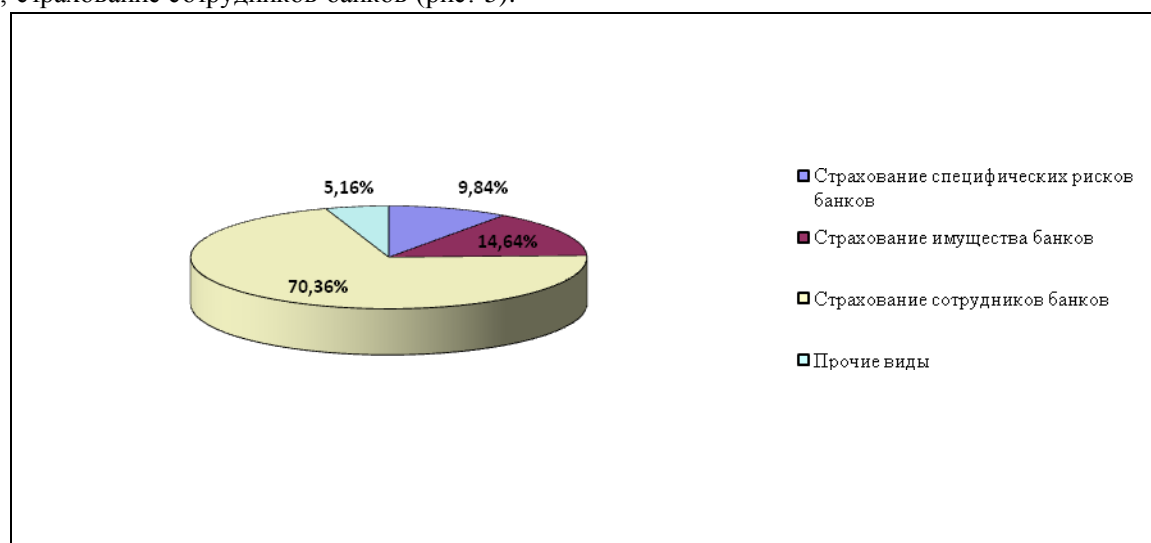
- страхование юридических лиц через банки: страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса, страхование имущества заемщиков, сельскохозяйственное страхование заемщиков (рис.4);



**Рис. 4.** Структура страхования юридических лиц через банки в 2013 году

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА

- страхование рисков банков: страхование специфических рисков банков, страхование имущества банков, страхование сотрудников банков (рис. 5).



**Рис. 5.** Структура страхования рисков банков в 2013 году

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства Эксперт РА

Ведущими участниками рынка банкострахования в 2013 году являются: Группа Ренессанс, доля страховых взносов которых составляет 12,5 %, Страховая группа «Альфастрахование» – 10,2 %, ООО СК «ВТБ Страхование» – 9,8 %, СОАО «ВСК» – 7,6 %, ООО СК «Согласие» – 6,9 %. Отдельно следует отметить высокий темп прироста страховых взносов в 2013 году ООО СК «Сбербанк страхование» более чем в 106 раз, а также Группы Ренессанс почти в 5 раз.

В настоящее время отношения банков и страховых компаний являются выгодным сотрудничеством, посредством которого банки помимо получения дополнительного дохода в виде комиссионного вознаграждения, приобретают конкурентные преимущества для продвижения своих продуктов. В то время страховые компании получают дополнительные каналы продаж своих страховых продуктов, а также банковскую гарантию, повышающую их надежность. Таким образом, взаимоотношения банков и страховых организаций выгодно не только для них самих, но и для клиентов (рис.6).

Преимущества сотрудничества банков и страховых компаний		
Для банка	Для страховой компании	Для клиентов
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Минимизация кредитных рисков;</li> <li>2. Расширение продуктового ряда;</li> <li>3. Значительный источник дохода.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Широкий охват рынка;</li> <li>2. Рост продаж и объемов страховых премий;</li> <li>3. Профессиональное предложение страховых услуг.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обеспечение более широкого выбора услуг;</li> <li>2. Возможность получения страховых и банковских услуг в одном месте;</li> <li>3. Снижение стоимости предоставляемых услуг.</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новые и удобные для продажи продукты;</li> <li>2. Высокотехнологичные программы;</li> <li>3. Программы использования банков страховых резервов.</li> </ol>		

**Рис. 6.** Преимущества сотрудничества банков и страховых компаний

Источник: разработано автором

Порядок взаимодействия и условий взаимоотношений банков и страховых компаний в части обязательного страхования рисков заемщиков установлен постановлением Правительства РФ от 30 апреля 2009 г. № 386 «О случаях допустимости соглашений между кредитными и страховыми организациями» (рис. 7).

Вместе с тем, в 2014 году Федеральная антимонопольная служба провела опрос 40 страховых компаний в целях изучения сложившейся практики сотрудничества банков и страховых компаний. По результатам данного исследования было установлено [5]:

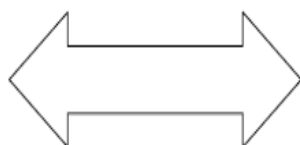
1. Комиссия банков за заключение различных договоров страхования составляет 0,01-83 %;
2. Комиссия банков за предоставление информационных услуг по договорам страхования составляет 5-60 %;
3. Все опрошенные страховые компании отметили существование практики обязательного открытия депозитов в банках;
4. О практике отказов банков принимать полисы страхования отметили 40 % опрошенных страховых компаний (в ряде случаев при удовлетворении требованиям банка).

В целях обеспечения конкуренции кредитная организация обязана принимать договор страхования любой страховой организации, выбранной заемщиком, при условии, что последняя соответствует требованиям кредитной организации.

– Исчерпывающий перечень требований к страховой компании и условиям предоставления страховой услуги;  
– Установление сроков рассмотрения необходимых сведений и документов страховой организации, а также сроков включения последней в перечень аккредитованных страховых организаций;  
– Доведение до сведения заемщиков данной информации.

– Соответствие требованиям кредитной организации к компании и страховой услуге;  
– Страховая услуга не содержит явно обременительных для заемщиков условий, которые исходя из разумно понимаемых интересов они не приняли бы при наличии у них возможности участвовать в определении условий договора страхования.

Кредитная организация



Страховая организация

– Предъявление различных требований к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;  
– Использование размера уставного капитала, собранной страховой премии, страховых резервов и собственных средств страховой организации при расчете показателей финансовой устойчивости и платежеспособности последней.



– Обязанность размещения денежных средств на депозитах и в ценные бумаги кредитной организации, поддержания остатков средств на счетах и оборотов средств по расчетным счетам в кредитной организации в определенном размере.

– Обязанность не заключать аналогичных соглашений с иными кредитными и страховыми организациями;  
– Обязанность требовать от заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества;  
– Обязанность требовать от заемщика страховать риски в одной страховой организации в течение всего срока кредитования.

**Рис. 7.** Механизм взаимодействия банков и страховых компаний на основе постановления Правительства № 386 «О случаях допустимости соглашений между кредитными и страховыми организациями»

Отдельно следует отметить, что в основном жалобы граждан, поступающие в Федеральную антимонопольную службу РФ, в отношении деятельности кредитных и страховых компаний сосредоточены по следующим направлениям [5]:

1. Отказ банка в выдаче кредита без заключения договора страхования;
2. «Навязывание» конкретной страховой компании при страховании рисков заемщика;
3. Отказ банка принимать страховые полисы иных страховых компаний;
4. Включение страховой премии в общую сумму кредита и невозможность ее оплаты другим способом.

Вместе с тем на российском рынке банкострахования наблюдается процесс ужесточения регулирования сотрудничества кредитных и банковских организаций со стороны контролирующих органов. Так, если в 2008 году в отношении банков и страховых компаний было заведено 139 антимонопольных дел, то в 2011 году их число увеличилось до 458 дел [5].

Помимо этого, вступление в силу в июле 2014 года дополнений к федеральному закону от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» призвано способствовать решению проблемы «навязывания» дополнительных услуг при кредитовании. Теперь при реализации дополнительных услуг на рынке банкострахования банк обязан обеспечить возможность заемщику согласиться или отказаться от платных дополнительных продуктов, что никак не повлияет на решение банка о выдаче кредита. При этом новая редакция Закона РФ № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ» от 21.07.2014г. запрещает банкам совмещение функций агента и выгодоприобретателя по договору страхования.

Таким образом, работа по государственному регулированию отношений российских кредитных и страховых организаций ведется, но при этом следует предпринять ряд мер по их улучшению:

- предоставление клиентам выбора страховой компании и страхового продукта на рынке банкострахования;
- повышение финансовой грамотности населения, в том числе за счет повышения информированности клиентов о сути и стоимости приобретаемых страховых продуктов;
- снижение стоимости кредитного страхования, в том числе посредством снижения банковской комиссии;
- установление «периода охлаждения», посредством которого страхователь имеет возможность отказаться от договора страхования без финансовых потерь.

#### Список использованных источников

1. Рэнкинги страховых компаний. Итоги 2013 года на страховом рынке. Эксперт РА. 2013 [Электронный ресурс] // [http://www.raexpert.ru/ratings/insurance\\_rank/ins\\_2013/](http://www.raexpert.ru/ratings/insurance_rank/ins_2013/) (Дата обращения: 19.10.2014).
2. Русецкая, Э. А. Страхование как механизм минимизации рисков в системе ипотечного кредитования / Э. А. Русецкая, И. В. Куренная // Финансы и кредит. – 2007. – № 23. – С. 46–52.
3. Русецкая, Э. А. Страхование кредитных рисков / Э. А. Русецкая, И. В. Куренная // Финансы и кредит. – 2007. – № 48. – С. 12–19.
4. Рэнкинги лидеров банкострахования. Эксперт РА. 2013 [Электронный ресурс] // [http://raexpert.ru/ratings/insurance\\_rank/bancassurance\\_2013/](http://raexpert.ru/ratings/insurance_rank/bancassurance_2013/) – Дата доступа: 19.10.2014.
5. Мнения «Банкострахование кредитное или некредитное?» Страхование сегодня [Электронный ресурс] <http://www.insur-info.ru/opinions/12/> – Дата доступа: 19.10.2014.

## ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ ЛИЦ В ТРАНСФЕРТНОМ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ В СТРАНАХ СНГ

**Т.В. Паентко,**

доктор экон. наук, доцент

*Национальный университет государственной налоговой службы Украины  
«НУДПСУ», г. Ирпень*

**В.Г. Марчук,** студент

*Национальный университет государственной налоговой службы Украины  
«НУДПСУ», г. Ирпень*

Проблема трансфертного ценообразования (ТЦО) была, остаётся и будет актуальной, пока в мире существуют разные страны и каждая принимает свои принципы и устанавливает ставки налогообложения и, соответственно, создаёт налоговую конкуренцию между другими странами. Этой конкуренцией пользуются транснациональные корпорации (ТНК) и используют различные схемы оптимизации налогообложения, некоторые из которых близки к схемам уклонения от уплаты налогов.

Цель данной работы: исследовать систему определения взаимозависимости лиц (ВЗЛ) в трансфертном ценообразовании в странах СНГ и таким образом решить последующие задачи: 1) Определить отличия в трактовке ВЗЛ в странах СНГ; 2) Рассмотреть установленные в странах СНГ критерии определения ВЗЛ 3) Определить страну СНГ в которой более упрощённая, а в какой усиленная система контроля за определением ВЗЛ; 4) Выдвинуть свои предложения по улучшению ТЦО в странах СНГ.

Рассмотрим трактование взаимозависимых лиц в странах СНГ (табл. 1)

*Таблица 1*

**Трактование в законодательстве стран СНГ определения взаимозависимые лица (ВЗЛ)**

Страна	Трактование ВЗЛ
Украина	<b>Взаимозависимые лица</b> – юр. и/или физ. лица, отношения между которыми <b>могут влиять на условия или экономические результаты</b> их деятельности или <b>деятельности лиц</b> , которых они представляют с учётом таких критериев
Российская Федерация	Если <b>особенности отношений</b> между лицами <b>могут оказывать влияние на условия и (или) результаты сделок</b> , совершаемых этими лицами, и (или) <b>экономические результаты деятельности</b> этих лиц или <b>деятельности представляемых ими лиц</b> , указанные в настоящем пункте лица признаются <b>взаимозависимыми</b> для целей налогообложения (далее – взаимозависимые лица).
Республика Беларусь	<b>Взаимозависимыми</b> лицами признаются физические лица и (или) организации, <b>наличие отношений</b> между которыми оказывает <b>непосредственное влияние на условия или экономические результаты их деятельности или деятельности представляемых ими лиц</b> .
Республика Казахстан	<b>Взаимосвязанными</b> сторонами признаются физические и (или) юридические лица, <b>имеющие особые взаимоотношения</b> , оказывающие <b>влияние на экономические результаты сделок (операций) между ними</b> .

*Источник:* составлено автором на основании [1, 2, 3, 4]

Трактование ВЗЛ во всех странах СНГ очень схожее. Во всех странах учитывается, что лица являются взаимозависимыми, если отношения между ними влияют на их экономический результат. Однако в Украине при этом сделан акцент на результат деятельности юр./физ. лица, тогда как в России, Белоруссии и Казахстане акцент делается на результате сделок. В Украине, России и Белоруссии также упоминается, что учитываются отношения, когда есть влияние на лица, которые управляют контрагентом (**деятельность представляемых ими лиц**). Однако в Казахстане, как видим, такая формулировка установления связи между лицами не установлена, но представлена в виду того, что такой критерий присутствует при влиянии на результаты сделок между контрагентами (физические и (или) юридические лица, **имеющие особые взаимоотношения**, оказывающие **влияние на экономические результаты сделок**). Что, с одной стороны, упрощает понимание, определения ВЗЛ, однако не полностью раскрывает все сферы связи между контрагентами, которые могут быть установлены.

Рассмотрим, как страны СНГ определяют ВЗЛ по отдельно выделенным критериям наличия особых отношений между контрагентами (табл. 2).

Таблица 2

**Анализ критериев, по которым определяются ВЗЛ в странах СНГ**

Критерии	Страны			
	Украина	Российская Федерация	Республика Беларусь	Республика Казахстан
Доля прямого или косвенного участия в капитале	20 %	25 %	20 %	10 %
Сумма кредитов и финансовых обязательств перед контрагентом	Больше 3,5 размера капитала (10 размеров капитала для фин. учреждений)	(Не предусмотрено законодательством)	(Не предусмотрено законодательством)	(Не предусмотрено законодательством)
Определение ВЗЛ через назначение одной стороной 50 % и больше состава исполняющих органов и совета директоров	+	+	—	+
Наличие родственных связей между организациями/физ. лицами	+	+	+	+
Имущество одной организации взятое в аренду у его контрагента	—	—	—	+
Связь по доверительному управлению	—	—	—	+

Источник: составлено автором на основании [1, 2, 3, 4]

Как видим, среди стран СНГ самый тщательный контроль за ВЗЛ проводится в Республике Казахстан, поскольку в законодательстве Казахстана прописано множество критериев, по которым можно определить особые отношения между контрагентами. Однако, в Республике Казахстан и других странах СНГ, в отличие от Украины, не учтён фактор, что кроме контроля за управлением предприятия может быть установлен контроль над финансовым положением контрагента, что является рычагом влияния на юридическое или физическое лицо. Также в Казахстане доля прямого и косвенного участия в капитале, для признания их ВЗЛ самая низкая и составляет 10 %, тогда как в других странах этот показатель в 2 раза больше.

Самое упрощённое определение ВЗЛ в Белоруссии и Российской Федерации. В России самая высокая доля капитала, требуемая для признания ВЗЛ, которая составляет 25 %, а в Белоруссии не учтена возможность контроля одним контрагентом управленческого персонала второй стороны сделки. Отсутствие конкретики в налоговом законодательстве всегда негативно влияет на трактовку законодательства, поэтому следует учитывать как можно больше критериев, по которым определять ВЗЛ, чтоб контролирующие органы могли аргументировать свои действия в отношении определенного критерия, который учтён в законодательстве, а плательщики соответственно, могли правильно планировать организацию деятельности и понимали с каким контрагентом операции будут контролированы.

#### Список использованных источников

1. ЗУ «Про внесение изменений к Налоговому кодексу Украины по усовершенствованию налогового контроля над трансфертным ценообразованием», від 28.12.2014, № 72-VIII, ст. 14, п. 14.1, пп.14.1.159.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая, глава 14.1, статья 105.1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zakonrf.info/nk/>

3. Налоговый Кодекс Республики Беларусь, от 19 декабря 2002 г., №166-3, ст. 20 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://base.spinform.ru/show\\_doc.fwx?rgn=3131](http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=3131)
4. О трансфертном ценообразовании [Электронный ресурс] : Закон Республики Казахстан, 28 июля 2008 г., № 67-IV, ст. 11. – Режим доступа: [http://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=30194061](http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30194061)

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Т.Н. Кондратьева**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Белорусский национальный технический университет,  
г. Минск,*

**В.Л. Тарасевич**

канд. техн. наук, доцент

*Учреждение образования Белорусский государственный экономический университет,  
г. Минск*

Глобальная экономика открыла национальные экономические системы для международной конкуренции. Однако не все страны готовы к такой конкурентной борьбе. Результаты глобализации, которые рассматриваются странами со сложившейся рыночной экономикой как преимущества и достижения (например, открытие границ для движения товаров, капитала, рабочей силы) оборачивается рисками и угрозами для стран недавно ставших на путь рыночного развития и не готовых к свободной конкуренции. Перед такими странами встает задача адаптации своих национальных экономик к новым условиям существования путем разработки и реализации соответствующих моделей развития и механизмов их реализации в условиях глобализации мирохозяйственных связей. Это касается, прежде всего, мирового рынка электронной коммерции, являющегося наиболее динамично развивающимся сегментом международных товарных и финансовых рынков и одним из механизмов продвижения интересов хозяйствующих субъектов национальных экономик, в частности, в рамках созданного Евразийского экономического союза (ЕАЭС), на международных рынках, что определяет актуальность темы данной работы.

Для того, чтобы разработать модель развития электронной коммерции в рамках национальной экономики следует проанализировать тенденции мирового рынка электронной коммерции. Следует отметить, что производственная и операционная цепочка в секторе электронной коммерции включает кредит, платежную систему, логистику, клиентские приложения, крупные платформы и разнообразные организационные модели [1].

1. Несмотря на медленное восстановление после мирового экономического кризиса глобальной экономики в целом, рынок электронной коммерции в настоящее время является наиболее динамичным и быстро растущим. Главными причинами этого являются кратный рост количества пользователей сети Интернет как частных, так и корпоративных, а также совершенствование технических условий электронного пространства. К середине 2012 г. число пользователей Интернета как основной информационной среды в мире достигло 2,4 млрд человек, увеличившись на 566,4 % по сравнению с 2000г. В Австралии, Великобритании и Германии число пользователей Интернета составляет около 80 % от общей численности населения. В настоящее время электронная коммерция выступает в качестве локомотива мирового развития и имеет стратегическое значение, особенно в сфере услуг. Согласно обзору компании Netcraft, к концу 2012 г. в мире насчитывалось порядка 186 млн активных сайтов. Быстро развивается широкополосная связь (3G и 4G), которая на коммерческой основе доступна уже в 160 странах мира. Доля абонентов мобильной связи выросла за год на 11 %.

2. В сегменте В2С (электронной розничной торговли) электронные продажи потребителям в 2012 г. достигли суммы в 1,09 трлн долл США, увеличившись на 21,1 % по сравнению с 2011г. Наиболее быстрыми темпами электронная торговля развивается в США, Великобритании и Австралии. В 2013г. в США 60 % пользователей сети намеревались что-либо приобрести через Интернет, в Канаде — 45 %. В США последние 10 лет рынок электронной коммерции рос в среднем на 10 % в год. Мировыми лидерами по электронным продажам являются Великобритания (средний объем продаж в 2012 г. – 3585 долл США на человека, в 2013 г. – 3878 долл США), Австралия, Норвегия, США (средний объем продаж в 2012 г. – 2293 долл США на человека, в 2013 г. – 2466 долл США) и Дания. Характерная особенность французского электронного рынка в том, что первыми на электронный рынок вышли предприятия, торгующие продуктами питания. В настоящее время распределение по отраслям торговли примерно такое: туристический бизнес — 47,1 %;

мультимедиа и компьютеры — 23,74 %; книги, диски, кассеты — 10,43 %; продукты питания и напитки — 2,51 %.

Одним из лидеров в этой сфере является Китай. К 2010 г. в соответствии с заявлением министра информатики Китая объемы рынка информационной индустрии в стране удвоились. В 2000 г., по сообщению информационного агентства «Синьхуа», объем электронных сделок в Китае составил 62,9 млн долл., что на 250 % превысило показатель 1999 г. Как отмечалось в сообщении, Китайская ассоциация электронной торговли и Китайский центр оценки сетевой конъюнктуры прогнозировали увеличение объема сделок через компьютерные сети до 190 млн долл.США. По данным отчета Taobao, мобильные продажи крупнейших китайских интернет-магазинов Taobao и Tmall.com выросли в 2012 году на 600 %. В настоящее время сектор электронных услуг становится самой быстрорастущей отраслью среди ключевых отраслей китайской экономики. Благодаря интенсивному росту количества пользователей сети Интернет и масштабов электронной коммерции торговая платформа электронной коммерции стала важнейшей составляющей информационной экономики Китая, дала импульс развитию промышленного кластера, генерировала целый спектр новых электронных услуг и в целом и привела к появлению 10 миллионов рабочих мест.

Глобальный тренд показывает рост e-коммерции на 20 % в год в текущей пятилетке и увеличение его до 1,4 трлн долл.США к концу 2015 года. Покупки в сети стали в мире важным элементом модели потребительского поведения, и эта тенденция будет возрастать [2,3].

3. Региональные и международные структуры придают развитию электронной коммерции стратегическое значение. 11 января 2012 г. ЕС опубликовал План действий в сфере электронной коммерции и онлайн-услуг с целью удвоения объемов этого сектора к 2015г. по сравнению с 2012 г. [4]. Основные инициативы этого плана сводились к следующему:

- развитие трансграничной электронной торговли и услуг,
- повышение защищенности потребителя,
- создание надежной эффективной платежной системы,
- эффективное урегулирование споров,
- строительство высокоскоростных сетей,
- применение передовых технологических решений.

АТЭС учредил Специальную группу по вопросам электронной коммерции (ECSG) и Бизнес альянс АТЭС по вопросам электронной коммерции для содействия развитию электронной коммерции в странах АТЭС на макро- и микроуровнях.

4. Возникают новые модели электронной коммерции:

- *020* (от онлайн к офлайн) в сфере услуг – ресторанах, кинотеатрах, путешествиях, при прокате автомобилей, сдаче жилья в аренду и др.;
- социальная коммерция, которая предполагает предоставление возможности людям совершать покупки на сайтах, которые они посещают. Компании электронной коммерции начали формировать онлайн сообщество, чтобы расширить возможности распространения информации через формирование социальных отношений. Например, веб-сайт Urban Outfitter, на котором продается одежда, дает возможность посетителям слушать музыку, смотреть телепередачи, имеет блог и страничку сообщества. Социальные сети идеально подходят для решения долгосрочных рекламных задач таких, как имиджевая реклама и позиционирование бренда. Крупные компании-производители давно вкладывают большие средства в такие проекты [5];
- мобильная коммерция, которая развивается на базе мобильного Интернета. Ряд крупных операторов электронной коммерции либо полностью переключаются на обслуживание мобильных терминалов, например, Baidu ([www.baidu.com](http://www.baidu.com)), либо открывают специализированные подразделения мобильной электронной коммерции, например, Alibaba ([www.1688.com](http://www.1688.com)). Согласно докладу Forrester, среди пяти основных тенденций развития электронной коммерции в 2014 году, рост мобильного трафика выделен как основное направление. Мобильный трафик и продажи с мобильных устройств будут продолжать расти на всех рынках по всему миру. Все большее число брендов будет стремиться установить своё присутствие в мобильной среде путём запуска новых мобильных веб-сайтов и приложений;
- коммерция, осуществляемая через площадки Marketplaces. Это позволяет брендам существенно расширить зону присутствия в Интернете и увеличивает объёмы продаж товаров. В Китае, например, площадки Taobao и Tmall стали точками роста для многих брендов. К началу 2013 г. эти площадки насчитывали более 7 млн магазинов [6];
- появление ключевых онлайн-торговых событий, таких как кибер-вторник в США и Singles день в Китае. Подобные мероприятия будут обеспечивать все большие объемы выручки, поскольку интерес покупателей к глобальным распродажам будет расти. В 2013 году, например, онлайн-продажа Singles день в Китае собрала почти 5,7 млрд долл. США.



5. Важным трендом развития электронной торговли является расширение взаимодействия с покупателями в других странах. В условиях глобализации трансграничная электронная коммерция является логическим развитием электронной коммерции на внутреннем рынке, однако она вносит изменения в существующие торговые модели, формируя новое открытое многомерное пространство экономического сотрудничества. На мегауровне трансграничная электронная коммерция способствует оптимизации распределения ресурсов и взаимовыгодному сотрудничеству между предприятиями разных стран, формированию альянсов. Для потребителей она позволяет быстро найти нужные товары по приемлемой цене, что фактически разрушает торговые барьеры и приводит к международной торговле без границ. Особенно это касается программного обеспечения, фильмов, музыки и другого видеоконтента.

Данные мониторинга Британского торгового консорциума (BRC) и Google демонстрируют, что в интернет-торговле Великобритании – второго по величине экспортера в мире, уступающей лишь США, ритейлеры не жалеют средств на расширение трансграничных контактов, развитие зарубежных версий своих сайтов и уменьшение времени доставки за рубеж.

Согласно исследованиям японского министерства экономики, в развитии трансграничной электронной коммерции лидируют три страны: Китай, США и Япония. Объем покупок в рамках трансграничной электронной коммерции, сделанных японскими покупателями у операторов Китая и США в 2011 г составил 14,5 млрд иен; сделанных американскими покупателями у операторов Китая и Японии – 107,5 млрд иен; сделанных китайскими покупателями у операторов США и Японии – 233,1 млрд иен. Такой диспаритет со стороны китайских потребителей связан с расширением использования Интернета и повышением курса юаня.

6. Одной из движущих сил электронной коммерции являются определенные традиции покупательского поведения. Так, в Германии электронная торговля развивается высокими темпами и, по мнению экспертов, одной из причин такого роста онлайн-продаж является стойкая привязанность немцев к заказам товаров по почте. Объем таких покупок традиционно составляет в Германии 5 % от всех розничных продаж. Другим фактором, который способствует росту электронных продаж, является закон, в соответствии с которым в Германии обычным магазинам запрещено работать позже 20 часов в будни, и позже 16 часов в субботу.

7. Тремя наиболее привлекательными областями для создания молодых компаний в венчурном инвестировании были электронная коммерция (27 %), мобильный интернет (25 %) и сервисы социальных сетей, на которые в сумме пришлось 65 % новых компаний. По сообщению Electronic Payments Association, общий объем задействованного в сфере электронной торговли капитала в США на 2010 г. составлял 50,3 трлн долл., что связано с особым вниманием, которое уделяло и уделяет правительство США развитию электронных средств связи, Интернета и электронной торговли. Потенциал британского электронного бизнеса оценивается в 56,6 млрд фунтов стерлингов. Однако в Великобритании почти половина бизнесменов пока предпочитают традиционные формы ведения бизнеса, не используют преимущества, предоставляемые сетью Интернет. В качестве аргументов приводят затраты на разработку электронных систем и недоверие к контрактам, заключенным в электронной форме. Однако в целом сетевая экономика создала новую социальную платформу доверия, в отличие от традиционной бизнес-среды, где наблюдается определенный кризис делового доверия [7].

8. Все больше крупных традиционных ритейлеров переходят в сектор электронной торговли, например, Gome Online store, Blemall, Auchan, Cidan-igo5 и др. Большое количество предприятий экспресс доставки, оказывающие услуги офлайн, также входят на рынок электронной коммерции. При этом в B2C сегменте наблюдается тенденция развития открытых онлайн-платформ либо комплексных, либо вертикальных, и переход большинства агентов к использованию платформ третьих лиц, таких как Dangdang, Amazon, Suning, Tmall, Tencent, Vanc1 и др.

9. За последние несколько лет индустрия телекоммуникаций во всем мире претерпела кардинальные изменения. Жесткая конкуренция в борьбе за абонентов заставляет компании внимательно следить за новыми технологиями в области связи, в короткие сроки внедрять новые услуги, вести гибкую тарифную политику, непрерывно улучшать качество обслуживания абонентов. Развитие биллинговых систем и бизнеса операторов неразрывно связаны: тот, чья система обладает большей гибкостью настроек, кто быстрее сможет реализовать маркетинговые идеи, имеет больше шансов на успех [8].

10. Появление нового поколения интернет технологий является основой для выхода электронной коммерции на качественно новый уровень. Из основных технологических нововведений следует отметить облачные вычисления, массовый переход на мобильные интернет технологии, позволяющие получать информацию в интерактивном режиме реального времени. Например, в 2012 г. платформа облачных вычислений Poly pagoda в одном из пилотных проектов в рамках технологии Big Data обеспечила заказы, объем которых в 20 раз превысил обычный: были обработаны сотни миллионов выходов в интернет и запросов клиен-

тов. Используя обработку данных в области внешнеэкономической деятельности по технологии Big Data, компания Double-click ([www.double-click.cn](http://www.double-click.cn)) создала систему анализа деловой информации в области международной торговли в режиме реального времени, что сокращает временные затраты в 5-6 раз [8].

11. Эффективность функционирования электронной коммерции во многом определяется использованием «умных» услуг на основе современных информационно – коммуникационных технологий типа Business Intelligence, рынок которых на территории стран ЕАЭС только формируется, далеко не насыщен и имеет огромный потенциал для роста. Очевидно, больше других в этих технологиях будут заинтересованы в первую очередь банки и крупные телекоммуникационные компании, во вторую — государственные структуры и компании, а так же ритейлинговые фирмы, то есть те, у кого уже есть корпоративное хранилище данных, но кто не хочет или не может помещать туда слабоструктурированные данные. Прежде всего, эти решения начинают использовать пионеры и лидеры рынка, особенно рынка в высоко конкурентных областях, поскольку одной из насущных проблем в этом секторе является логирование, т.е. регистрация большого количества событий (десятки миллионов в сутки) в системе распространения цифрового контента. Эта информация необходима для построения бизнес отчетов, на основе которых производится анализ экономических показателей, и, соответственно, принимаются управленческие решения, строятся взаиморасчеты с контрагентами. По мнению экспертов, самое широкое распространение эти технологии получают в интернет-бизнесе, где ряд актуальных задач, влияющих на конкурентоспособность, таких как поведенческий анализ пользователей, неочевидное использование поисковой информации и других, уже опробован в небольших интернет-стартапах [9,10].

12. Дальнейшее развитие международных рынков электронной коммерции предполагает организацию согласованной работы как регуляторов рынков, так и посредников, для повышения эффективности международных транзакций между производителями и покупателями. Такое согласование подразумевает целый ряд направлений работы по унификации и стандартизации бизнес-процессов, что осуществляется под эгидой международных организаций, например, СЕФАКТ ООН, ВТО. В рамках региональных интеграционных объединений, например, в АТЭС, такая работа успешно ведется. В связи с формированием единого экономического пространства Армении, Беларуси, Казахстана, Киргизии и России в настоящее время стоит задача не просто объединить электронный рынок стран-членов ЕАЭС в единую сеть, но и обеспечить устойчивое и результативное взаимодействие такой сети с другими регионами мира. Это предполагает технико-технологическую и маркетинговую проработку широкого круга проблем, обеспечивающую институциональное структурирование рынка, а также разработку востребованных современным рынком сервисов [11].

Таким образом, глобализация, формируя единый международный рынок электронной коммерции, разнонаправлено проявляется на национальных рынках мирового хозяйства. При этом в первую очередь реализуются интересы крупнейших игроков: сильных государств, транснациональных корпораций. Поскольку рынок электронной коммерции является чувствительной позицией любого национального рынка и связан с интересами его граждан и местных производителей, государство должно активно участвовать в разработке и реализации концепции развития рынка электронной коммерции в условиях глобализации, учитывая интересы всех субъектов экономических отношений.

#### Список использованных источников

1. Виды и организационные модели электронной коммерции // [Электронный ресурс] / [www.creativeconomy.ru/articles/15318/](http://www.creativeconomy.ru/articles/15318/) – Дата доступа: 24.12.2014.
2. CNews: J'son & Partners Consulting исследовал рынок // [Электронный ресурс] / [www.cnews.ru/news/line/index.shtml?...26.8.2014](http://www.cnews.ru/news/line/index.shtml?...26.8.2014) – Дата доступа: 12.03.2015.
3. Неподнятая целина // [Электронный ресурс] / [http://forbes.kz/finances/markets/nepodnvataya\\_tselina](http://forbes.kz/finances/markets/nepodnvataya_tselina)– Дата доступа: 12.03.2015.
4. Цифровая повестка дня для Европы 2020 // [Электронный ресурс] / [www.geant.net/About/European\\_e-Infrastructure/pages/europe\\_2020\\_and\\_geant.aspx](http://www.geant.net/About/European_e-Infrastructure/pages/europe_2020_and_geant.aspx)– Дата доступа: 12.03.2015.
5. Продвижение интернет магазина в социальных сетях // [Электронный ресурс] / [www.shopolog.ru/metodichka/customer-retention/prodvizhenie-internet-magazina-v-socialnyx-setyax](http://www.shopolog.ru/metodichka/customer-retention/prodvizhenie-internet-magazina-v-socialnyx-setyax) – Дата доступа: 4.03.2015.
6. Исследования в электронной коммерции // [Электронный ресурс] / <http://retailrocket.ru/blog/issledovaniya-v-ecommerce-2013/> – Дата доступа: 4.03.2015.
7. Электронная коммерция в интернационализации // [Электронный ресурс] / [evolutio.info/content/view/620/54/](http://evolutio.info/content/view/620/54/) – Дата доступа: 4.03.2015.
8. 15 трендов электронной коммерции на 2015 год // [Электронный ресурс] / [habrahabr.ru/company/.../blog/240579/](http://habrahabr.ru/company/.../blog/240579/) 17.10. 2014 – Дата доступа: 4.03.2015.
9. Состояние электронной коммерции в Рунете / [Geektimes geektimes.ru/post/244350/](http://Geektimes.geektimes.ru/post/244350/) 16.1.2015 – – Дата доступа: 4.03.2015.

10. Инвесторы снизили интерес к развитию электронной коммерции // [Электронный ресурс] / [www.rg.ru/2015/01/13/agamirzyan.html](http://www.rg.ru/2015/01/13/agamirzyan.html) 13.1.2015 – Дата доступа: 12.03.2015
11. РАЭК начала разработку правил электронной коммерции // [Электронный ресурс] / [lenta.ru/news/2014/10/23/raek/](http://lenta.ru/news/2014/10/23/raek/) 23.10.2014 – Дата доступа: 12.03.2015.

## АНАЛИЗ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

**Р.О. Маслик,**  
аспирант

Научный руководитель; **О.Я. Малиновская,** канд. экон. наук, доцент  
*Львовская государственная финансовая академия, Украина, Львов*

Важнейшей задачей социального государства является обеспечение социальных и экономических прав граждан, реализация принципов социальной справедливости и равенства. Совершенствование социальной защиты невозможно без соответствующего финансового обеспечения. Ресурсы государственного, местного бюджетов и государственных социальных фондов являются финансовой поддержкой осуществления социальных задач. К сожалению, переход к рыночной системе хозяйствования не сопровождается в Украине диверсификацией источников финансирования социальной сферы. Главным источником расходов был и остается бюджет.

Согласно бюджетной классификации государственные расходы, направляемые на решение этих задач, осуществляются по статье «Социальная защита и социальное обеспечение населения». В нее входят: социальная защита в случае нетрудоспособности, социальная защита пенсионеров, социальная защита ветеранов войны и труда, социальная защита семьи и молодежи, социальная защита безработных, помощь в решении жилищного вопроса, помощь на проживание, помощь на обеспечение жильем, социальная защита других категорий населения, исследования и разработка в сфере социальной защиты населения, другая деятельность в сфере социальной защиты населения. Также ряд расходов социальной направленности реализуется по другим бюджетным программам. Например, содержание сети интернатных учреждений для детей финансируется Министерством здравоохранения Украины и Министерством образования и науки, молодежи и спорта Украины.

Политика социальных выплат и гарантий должна основываться на объективной экономической ситуации. На сегодняшнее время Украина занимает первое место в мире по количеству категорий льгот (380), которые законодательно предусмотрены почти для 18 млн граждан [13, с. 7].

Правительство прилагает немало усилий для модернизации социальной политики. Например, 7 марта 2012 Президент Украины выдвинул масштабные социальные инициативы, в которых речь шла о: максимальном сокращении социальных льгот для тех, кто на самом деле в них не нуждается; комплексных изменениях в механизме оплаты труда; модернизации механизма социального обеспечения (переход от бессистемного предоставления средств к конкретному, адресному); решение проблем занятости населения и увеличения количества рабочих мест [13, с. 7-8].

В ежегодном Послании Президента Украины к Верховной Раде Украины «О внутреннем и внешнем положении Украины в сфере национальной безопасности 2014» отмечено социальные реформы «Стратегия – 2020» [1, с. 111-117]. Главными приоритетными направлениями этих реформ являются:

1. справедливое пенсионное обеспечение: унификация условий выхода на пенсию различных категорий работников в одном нормативно-правовом акте; установление четких критериев, определяющих уровень пенсионных выплат – размер заработной платы и трудовой стаж; внедрение профессиональных накопительных схем будет на этапе выхода из экономического кризиса, то есть ориентировочно с 2016 г.; просмотр возрастных границ трудоспособного и пенсионного периодов жизни; установление пенсионного возраста на уровне 65 лет и др.;

2. действенной социальной защите: реформирование программ социальной помощи; модернизация механизма определения нуждаемости и права претендентов на социальную поддержку; перевод социальной помощи на принцип адресности и др.;

3. новая политика занятости: повышение стандартов оплаты труда; стимулирование работодателей к созданию конкурентоспособных рабочих мест с достойными условиями труда; легализации занятости; содействие в получении рабочего места после окончания учебного заведения или после длительного перерыва трудового стажа и др.;

4. эффективное здравоохранение, конечным результатом которого должно стать достижение целевого показателя средней ожидаемой продолжительности жизни в 74 года.

Финансирование системы социальной защиты населения остается одной из приоритетных направлений государственных расходов в Украине. На задачи социальной поддержки направляется примерно четверть совокупных расходов Сводного бюджета. В течение анализируемого периода 2005-2013 гг. Размер расходов на социальную защиту и социальное обеспечение населения вырос с 39,9 до 145,0 млрд грн. [10] (табл. 1). В некоторых случаях показатели темпов роста расходов на социальную защиту опережают темпы роста, как и совокупных расходов Сводного бюджета, так и показателей ВВП.

Особенно высокие темпы роста расходов на социальную защиту и социальное обеспечение имели место в 2005, 2010 гг. (рис. 1). В этот период социальное развитие страны было определено одним из политических приоритетов, поэтому доля бюджетных расходов на социальную защиту и социальное обеспечение возросла почти до 28 % общей суммы расходов Сводного бюджета.

В 2005 г. совокупный объем финансирования социальной защиты населения вырос более чем в 2 раза по сравнению с предыдущим годом. Это связано с внесением изменений в уже утвержденный закон «О Государственном бюджете на 2005 год». Согласно изменениям большая часть средств была направлена на финансирование социальных расходов, в частности: на повышение минимальной заработной платы, которая увеличилась до 332 грн. (вместо 282 грн. без изменений) в месяц; на осуществление повышенных социальных выплат (государственная помощь детям-инвалидам выросла от 219 до 453 грн. в месяц (до внесения изменений эта сумма составляла от 105 до 180 грн.)); на увеличение помощи по рождению ребенка почти в десять; на увеличение общего объема расходов на обеспечение выплат из Пенсионного фонда Украины [2, с. 107–110].

Таблица 1

**Расходы на социальную защиту и социальное обеспечение в сводном бюджете Украины в течение 2005-2013 гг., млрд грн.**

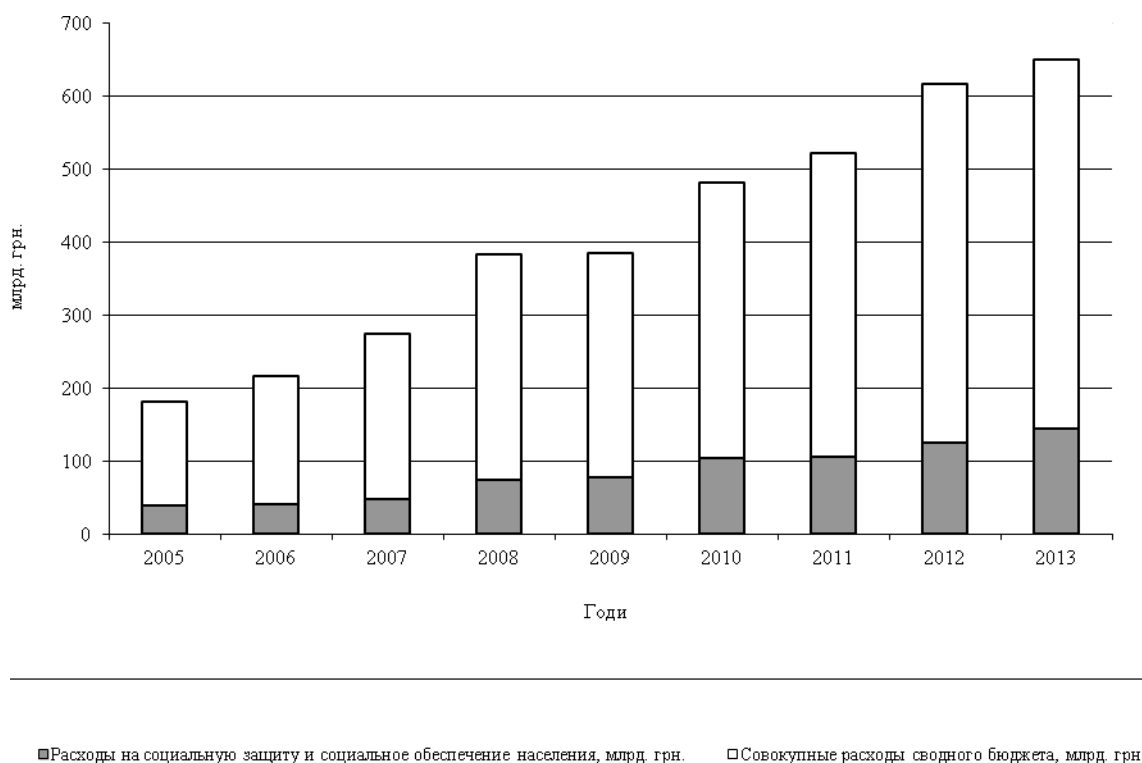
Год		Социальная защита и социальное обеспечение
2005	млрд. грн.	39,9
	%	28,2
2006	млрд. грн.	41,4
	%	23,6
2007	млрд. грн.	48,5
	%	21,5
2008	млрд. грн.	74,1
	%	24,0
2009	млрд. грн.	78,8
	%	25,6
2010	млрд. грн.	104,5
	%	27,7
2011	млрд. грн.	105,4
	%	25,3
2012	млрд. грн.	125,3
	%	24,6
2013	млрд. грн.	145,0
	%	29,6

Источник: [10]

В 2010 г. расходы на социальную защиту и социальное обеспечение достигли наивысшей в этом году отметки 27,7 % совокупных расходов и 9,7 % по отношению к ВВП – это первый самый весомый показатель за анализируемый период. Существенное увеличение расходов на социальную защиту и социальное обеспечение объясняется ростом расходов на социальную защиту пенсионеров (увеличение по этой статье составляет 16,2 млрд грн., или 33,8 %). Такое увеличение, в основном, связано с ростом расходов на покрытие дефицита Пенсионного фонда Украины (на 12,8 млрд грн., или в 1,9 раза) [4, с. 81].

Начиная с 2011 г. расходы на социальную защиту и социальное обеспечение имеют тенденцию к значительному росту. В прогнозе бюджета на 2013-2014 гг. одним из первых приоритетных направлений является обеспечение социальной составляющей бюджета, в частности первоочередное финансирование таких отраслей, как социальная защита и социальное обеспечение, здравоохранение и образование. Основные задачи: поэтапное повышение прожиточного минимума для основных социальных групп населения с целью доведения его в 2014 г. до фактического размера; поэтапное повышение размеров государственных пособий

с целью доведения доходов малоимущих граждан к уровню соответствующего прожиточного минимума [12, с. 5–6].

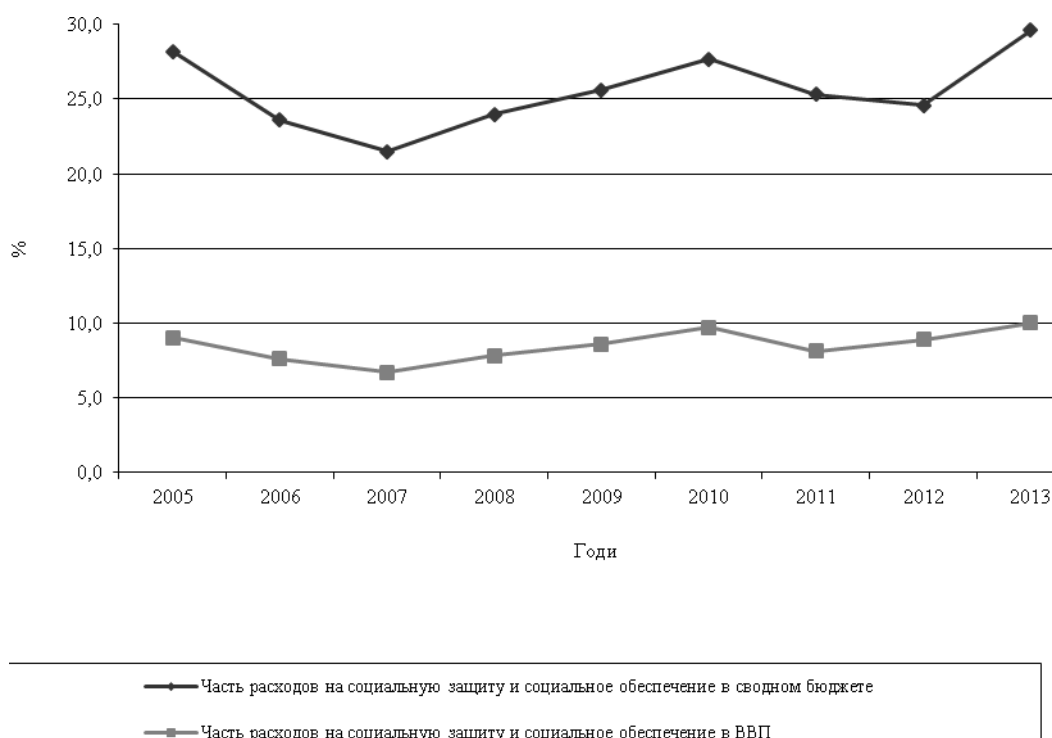


**Рис. 1.** Бюджетные расходы на социальную защиту и социальное обеспечение населения в Украине, 2005–2013 гг. [10]

В 2013 г. главными приоритетами государственной политики в контексте увеличения расходов государственного бюджета по сравнению с прошлым годом (52,1 % общей суммы увеличения) стали расходы на социальную защиту и социальное обеспечение (на них приходилось 52,9 % всего увеличения расходов) [5, с. 10]. Законом Украины «О государственном бюджете на 2013 год» минимальная заработная плата установлена в размере: с 1 января – 1147 грн., с 1 декабря – 1218 грн. (прирост среднегодового показателя (1153 грн.) к предыдущему году (1098 грн.) – 5 %) [9].

Государственная политика 2014 г. характеризовалась увеличением расходов на межбюджетные трансферты (на них пришлось почти 38,9 % всего увеличения расходов); общегосударственные функции – почти 36,1 %; общественный порядок – 4,5 %. Расходы на социальную защиту в 2014 г. снизились на 3,2 %. В условиях военного конфликта в 1,4 раза выросла часть расходов на оборону до 4,9 %. Намечалась тенденция к постепенному снижению расходов на экономическую деятельность, их доля снизилась на 1,6 п.п. и составила 8,4 % [6, с. 41].

Нестабильным есть показатель объема определенной категории расходов относительно ВВП (рис. 2). По этим показателям объем расходов на социальную защиту и социальное обеспечение в 2005 г. был наибольшим за весь период, который охватывает данный анализ. Так, в 2005 г. расходы на социальную защиту и социальное обеспечение составили 9 % ВВП. В 2006 г. новая правительственная политика была направлена на экономическое развитие. Следовательно, произошло сокращение расходов на социальную защиту и социальное обеспечение и составило 23,6 % от всех расходов Сводного бюджета, то есть 7,6 % ВВП в соответствующем году. В 2007 г. правительство Украины определило своим приоритетом инновационно-инвестиционное развитие – поэтому расходы на социальную защиту сократились на 1 % по сравнению с прошлым годом и составили 6,7 % ВВП. Начиная с 2008 г. было восстановлено приоритет финансирования социальной сферы, и доля расходов на социальную защиту и социальное обеспечение снова начала расти до 7,8 % ВВП в 2008 г., 8,6 % ВВП в 2009 г. и 9,7 % ВВП в 2010 г. [11, с. 34]. Начиная с 2011 г. наблюдается неравномерное увеличение доли расходов на социальную защиту в ВВП. В 2011 г. она снизилась до 8,1 % ВВП, соответственно в 2012 г. снова повысилась до 8,9 %. Несмотря на то, что эта доля увеличилась, прирост расходов на социальную защиту в Сводном бюджете уменьшился (с отметки 25,3 % до 24,6 %) [10,14].



**Рис. 2.** Часть расходов на социальную защиту и социальное обеспечение в Сводном бюджете Украины и в ВВП в течение 2005–2013 гг. [10,14]

Наибольшая часть финансирования по расходной статье «Социальная защита и социальное обеспечение» на протяжении 2005-2013 гг. приходится на категории граждан, имеющих право на различные виды социальной защиты: пенсионеры, семьи, дети и молодежь, и другие категории. Наибольшей по объему является категория пенсионеров. В 2005 г. объем финансирования социальной защиты пенсионеров составлял 70 % всех расходов на социальную защиту и социальное обеспечение. За анализируемый период эта цифра колебалась в пределах 70-50 %. На сегодняшнее время указанная категория бюджетных расходов составляет 87,3 млрд грн. или 60,2 % всех расходов по этой статье. Для сравнения, часть расходов на социальную защиту семьи, молодежи и спорта составляет 24,6 % [10].

Основной причиной такой значительной части расходов на социальную защиту пенсионеров есть старение населения, увеличение людей пенсионного возраста в общей структуре населения. В начале 2013 г. часть людей в возрасте старше трудоспособного возросла до 21,4 %, а старше 65 лет – до 15,2 %, что является ниже средневропейского уровня [7, с. 90].

Интересно, что в 2005 г. расходы на социальную защиту пенсионеров составляли 6,3 % ВВП, в то время как суммарные расходы на социальную защиту и социальное обеспечение составили 9 % ВВП.

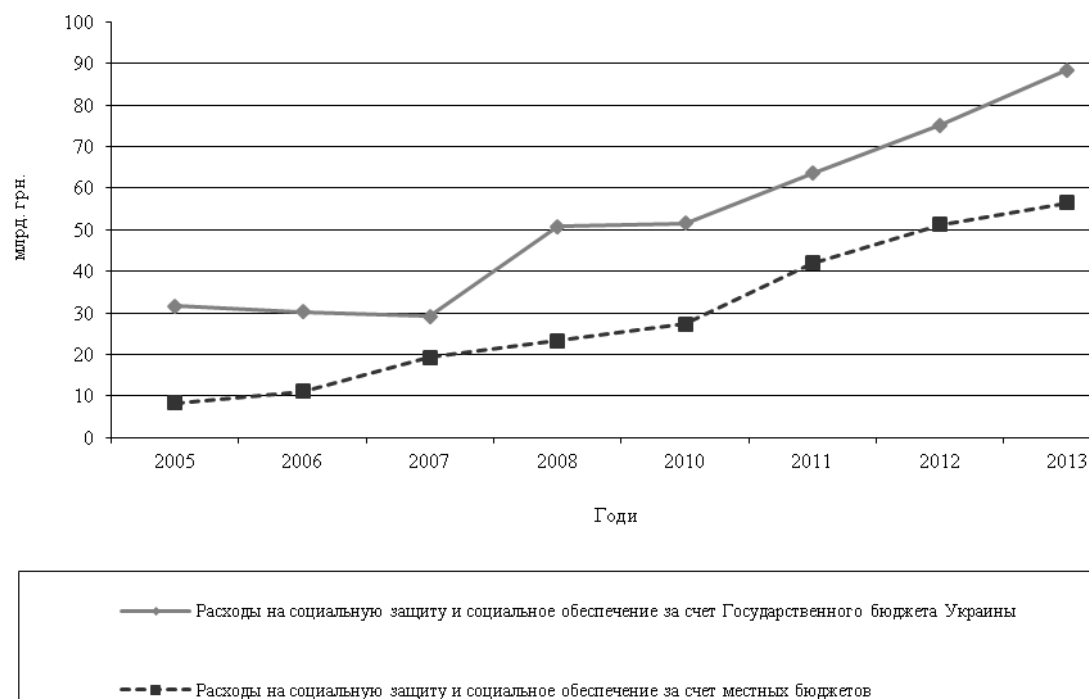
Итак, несмотря на ежегодный рост социальных расходов в совокупных расходах Сводного бюджета Украины, реализация государственных социальных задач осуществляется не совсем правильно. Данные показатели свидетельствуют об отсутствии целостного и последовательного роста бюджетных средств необходимых для решения социальных проблем. Постоянное то снижение, то снова рост расходов на социальную защиту и социальное обеспечение приводит к нестабильной ситуации обеспечения населения их социальных выплат и гарантий.

Согласно Бюджетному кодексу Украины, финансирование услуг, таких как образование, духовное и физическое развитие, социальные услуги, которые употребляются населением соответственно на местах, преимущественно осуществляются за счет средств местных бюджетов. Распределение этих расходов осуществляется по принципу субсидиарности. Этот принцип заключается в полноте предоставления услуги и приближения ее к непосредственному потребителю. Часть социальных расходов финансируется из государственного бюджета, а часть – из местных бюджетов. На местном уровне финансирование осуществляется органами местной власти.

В структуре расходов Государственного бюджета Украины расходы на социальную защиту и социальное обеспечение является одним из наибольших. В 2013 г. они составляли 21,9 % всех расходов. Для сравнения, на здравоохранение выделяется 3,2 % всех расходов. За исследуемый период показатель расходов на социальную защиту и социальное обеспечение из Государственного бюджета имел тенденцию к росту. За

2005-2013 гг. расходы увеличились от 31,6 млрд грн. в 2005 г. до 88,5 млрд грн. в 2013 г. Особенностью финансирования социальной защиты и социального обеспечения из Государственного бюджета является постоянный рост части расходов на выплату пенсий и покрытие дефицита Пенсионного фонда Украины. Об этом свидетельствуют показатели 2005г., когда расходы на социальную защиту и социальное обеспечение возросли в 2,6 раза, что было связано с увеличением расходов бюджета на пенсионные выплаты и социальные пособия. Общая часть расходов на социальную защиту населения в Государственном бюджете колебалась к большему и меньшему в течение анализируемого периода. В 2005 г. этот показатель составлял 27,9 %, а в 2013 г. – 21,9 % всех расходов [10].

Следует заметить, что абсолютный размер социальных расходов, которые финансируются из местных бюджетов, с каждым годом растет. В 2013 г. он был равен 56,5 млрд грн. против 19,3 млрд грн. в 2007 г. (рис. 3).



**Рис. 3** Динамика абсолютного размера расходов на социальную защиту и социальное обеспечение по уровням бюджетной системы [10]

В Украине в отличие от Европы все большего значение приобретают органы местного самоуправления. Об этом свидетельствуют показатели удельного веса собственных и закрепленных доходов местных бюджетов в общем их объеме. В течение анализируемого периода 2005-2013 гг. можно проследить тенденцию к снижению доли собственных доходов местных бюджетов в общем их объеме. В 2005 г. часть доходов местных бюджетов без межбюджетных трансфертов составляла 56,4 %, в 2008 г. – 55,6 %, в 2011 г. – 47,7 %, а в 2013 г. – 47,6 %. Начиная с 2011 гг. часть межбюджетных трансфертов превысила собственные доходы местных бюджетов и в 2013 г. составила 115,8 млрд грн., собственные доходы местных бюджетов составили 105,2 млрд грн. [10].

При условии усиления централизации бюджетных средств, ситуация сложившаяся негативно сказывается как на уровне так и на полноте финансирования социальных расходов на местах. Поэтому местные органы власти вынуждены сокращать социальные программы или осуществлять различные формы социальной защиты населения без соответствующего обоснования и подкрепления их местными ресурсами. Это в свою очередь приведет к не качественному предоставлению социальных услуги выплат. Сегодня важную роль в финансовом обеспечении социальной защиты на местном уровне играют межбюджетные трансферты.

Современное состояние межбюджетных отношений в Украине свидетельствует о том, что существует несоответствие между обязательствами по расходам местных бюджетов и источниками финансирования. Во всех областях Украины межбюджетные трансферты превратились в основной источник финансирования местных бюджетов. Так, часть трансфертов в формировании доходов местных бюджетов Украины составляла в 2005 г. 23,4 млрд грн. и выросла в 2013 г. до 115,2 млрд грн. Следствием этого является усиление зависимости местных бюджетов от средств, поступающих от Государственного бюджета Украины (табл. 2).

Если в 2005 г. часть межбюджетных трансфертов в доходах местных бюджетов составляла 43,6 %, то в 2013 – 52,4 % (рис. 4). В отличие от предыдущих лет произошло уменьшение на 6,9 % объемов межбюд-

жетных трансфертов по сравнению с предыдущим годом. Заметим, что темп роста трансфертов впервые за исследуемый период был ниже, чем доходов местных бюджетов [5, с. 66].

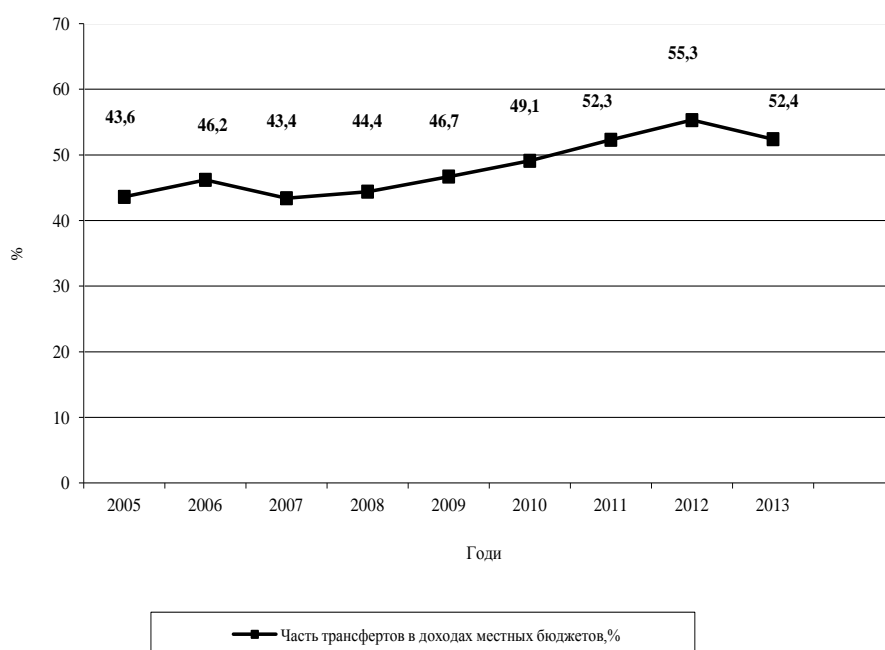
Межбюджетные трансферты составляют более половины доходов местного бюджета в зависимости от его уровня. В структуре межбюджетных трансфертов большая часть приходится на дотации выравнивания (48 %), на субвенции (47 %) и дополнительные дотации (4 %). В частности, субвенции на финансирование программ социальной защиты из государственного бюджета приходится более 30 % соответствующих

Таблица 2

**Динамика трансфертов из Государственного бюджета в местные бюджеты за 2005-2013 гг.**

Годы	Субвенции по социальной защите, млн грн.	Дотации выравнивания, млн грн.	Другие трансферты, млн грн.
2005	6092,3	11082,5	6183,6
2006	7966,6	17036,0	9147,7
2007	15240,9	18581,5	10833,5
2008	17825,4	28810,4	12477,8
2009	22948,5	3356,3	5875,2
2010	30037,3	43640,4	4088,5
2011	36305,2	43629,9	14939,9
2012	43078,3	51649,9	29731,4
2013	48633,4	55695,4	11519,5

Источник: [3, с. 117; 5, с. 66]



**Рис. 4.** Динамика доли трансфертов в доходах местных бюджетов [3, с. 117; 5, с. 66]

ресурсов, и эта цифра постоянно растет. Так, если в 2005 г. субвенции социального значения были перечислены местным бюджетам в размере 6,1 млрд грн., то в 2013 г. – уже в размере 48,6 млрд грн., что составило 42 % межбюджетных трансфертов, что меньше на 4 % по сравнению с 2010 г. [13 с.119; 7, с. 68]. Этот факт противоречит основным рекомендациям Европейской хартии местного самоуправления п. 7 ст. 9, в котором говорится: «По мере возможности дотации местным властям не предназначены для финансирования конкретных проектов. Предоставление субсидий не в ущерб основной свободе местных властей проводить свою политику в пределах их компетенции» [8].

Проанализировав состояние финансирования субвенций из социальной защиты можно сделать выводы, что объемы субвенций растут и теоретически они могут увеличиваться до бесконечности. Это в свою очередь приводит к появлению эффекта непрозрачности их определения и использования. Такая ситуация приводит к снижению экономической эффективности бюджетных программ.

Исходя из выше сказанного можно сделать выводы, что бюджетное финансирование социальной защиты населения в Украине сопровождается большим количеством проблем, как на государственном, так и на местном уровнях. Улучшение финансовых возможностей социального обеспечения должно происходить через укрепление финансовой базы и повышение финансовой независимости местных бюджетов. Сегодняя негативная экономическая ситуация в Украине должна обеспечить внесение изменений в систему



предоставления государственной социальной помощи. Увеличение количества социальных пособий и льгот, социальное падение населения, противоположные интересы налогоплательщиков и взносов тех, кто имеет право на социальные пособия – все это может стать причиной негативных явлений в социальной жизни общества. По нашему мнению, уменьшение государственных расходов на социальную защиту не должно отрицательно влиять на бедные слои населения.

### Список использованной литературы

1. Аналитический доклад Национального института стратегических исследований во внеочередного Послания Президента Украины к Верховной Раде Украины «О внутреннем и внешнем положении Украины в сфере национальной безопасности». – К.: НИСИ, 2014 – 148 с.
2. Бюджетный мониторинг: анализ выполнения сводного и государственного бюджета Украины за 2004 год (по оперативным данным государственной казначейской службы Украины); анализ Закона Украины от 25.03.2005 №2505 «О внесении изменений в закон Украины» О государственном бюджете Украины на 2005 год и некоторые другие законодательные акты ». / Проект реформы местных бюджетов в Украине, RTI International. – М.: 2005. – 135.
3. Бюджетный мониторинг: Анализ исполнения бюджета за 2009 год / [Щербина И.Ф., Рудик А. Ю., Зубенко В.В. и др.]; ИБСЕД, Проект «Укрепление местной финансовой инициативы», USAID. – К., 2009. – 136 с.
4. Бюджетный мониторинг: Анализ исполнения бюджета за 2010 год / [Щербина И.Ф., Рудик А. Ю., Зубенко В.В. и др.]; ИБСЕД, Проект «Укрепление местной финансовой инициативы», USAID. – К., 2011. – 142 с.
5. Бюджетный мониторинг: Анализ исполнения бюджета за 2013 [Зубенко В.В., Самчинская И. В., Рудик А. Ю. и др.]; ИБСЕД, Проект «Укрепление местной финансовой инициативы (УМФИ-II) внедрения», USAID. – К., 2014. – 80 с.
6. Бюджетный мониторинг: анализ выполнения бюджета за январь-сентябрь 2014 / [Зубенко В.В., Самчинская И.В., Рудик А.Ю., и др.]; ИБСУД, Проект «Укрепление местной финансовой инициативы (УМФИ-II) внедрение», USAID. – М.: 2014. – 70 с.
7. Гудзеляк, И., Стефаник В. Старение населения Украины / И. Гудзеляк, В. Стефаник // Журнал социально-экономической географии. – 2014. – № 16 (1). – С. 89-94.
8. Европейская хартия местного самоуправления от 15.10.1985 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_036](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_036)
9. О государственном бюджете Украины на 2013 год [Электронный ресурс] : Закон Украины, 6 дек. 2012 г., № 5515-VI. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5515-17>
10. Отчет о выполнении Государственного бюджета Украины за 2005-2014 годы [Электронный ресурс] / Государственная казначейская служба Украины. – Режим доступа: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477>
11. Куценко, Т. Ф. Бюджетное финансирование социальной сферы в Украине: краткий аналитический обзор / Т. Ф. Куценко // Инновации. – 2013. – № 9. – С. 32–36.
12. Прогноз государственного бюджета Украины на 2013-2014 годы (круглый стол в министерстве финансов Украины). – Финансы Украины. – 2012. – №1. – С. 3–17.
13. Рыбак, С. А. Финансовое обеспечение модернизации социальной защиты населения / С. А. Рыбак // Финансы Украины. – 2013. – №1. – С. 7–21.
14. Социально-экономическое развитие Украины за январь-декабрь 2013 [Электронный ресурс] / Государственная служба статистики Украины. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА 2013 И 2014 ГОДЫ

И.О. Левчик, А.И. Клопот

Научный руководитель: И.Н. Фомина

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО»,  
г. Минск*

Бюджет является главным централизованным фондом любого государства. За счёт бюджета формируется план национальной экономики государства на финансовый год. В Республике Беларусь финансовый год начинается 1 января и заканчивается 31 декабря. Бюджет состоит из доходной и расходной частей. Превышение доходной части над расходной называется бюджетным профицитом, а превышение расходной части над доходной – бюджетным дефицитом. В современной истории Республики Беларусь было лишь два года, закончившиеся с бюджетным профицитом: 2006 и 2014 года. К сожалению, все остальные финансовые года закончились с дефицитом.

Рассмотрим более подробно состояние государственного бюджета республики за 2013 год. В этом году ВВП страны составил 636,8 трлн руб. Главными источниками роста ВВП стали развитие строительства и торговли. Если сравнивать данные показатели по сравнению с аналогичным периодом 2012 года, то они выросли на 0,9 %. Объём инвестиций в основной капитал увеличился на 7,4 %. Розничный товарооборот вырос на 18,2 %. По итогу 2013-го финансового года, индекс потребительских цен составил 116,5 % [1].

Если рассматривать реальное исполнение бюджета Республики Беларусь за 2013-й год, то можно заметить, что в республиканский бюджет поступило 105,8 трлн. руб., что на 6 % меньше чем за 2012 год. Большую часть (70-75 %) от общих доходов бюджета составляют налоговые отчисления. В 2013-м году они сократились на 5,7 % по сравнению с 2012 годом и составили 89,6 трлн руб. Остальные статьи бюджетных доходов составили 16,2 трлн руб, что на 7,8 % меньше по сравнению с аналогичным периодом в 2012-м [1].

Рассмотрим расходную часть бюджета за 2013 год. Большую часть затрат составили расходы на судебную власть и правоохранительную систему государства (11 486,7 млрд руб.), расходы на национальную оборону (6 265,3 млрд руб.) и т.д. Для сравнения сопоставим данные статьи расходов с показателями за 2012 год. Расходы на судебную власть и правоохранительную систему государства составили 8 155,5 млрд руб., на национальную оборону составили 5 048,1 млрд руб. из этого можно сделать вывод, расходная часть бюджета за 2013 год существенно выросла, по сравнению с 2012-м годом [1].

В 2014-м году большую часть бюджетных поступлений должны были составить налоговые отчисления. Доходы бюджета Республики Беларусь, по данным официальной статистики были рассчитаны на общую сумму 205 138,8 млрд руб. Наше Правительство сохраняет политику преемственности, в плане налогов. Поэтому налоговое законодательство претерпело ряд существенных изменений. В частности, планировалось изменить Налоговый кодекс Республики Беларусь. Однако данный законопроект так и не был реализован в 2014 году, и в последствие был перенесён на 2015-й год [2].

Прогнозируемый ВВП за 2014-й год должен был составить 708 751,8 млрд руб., что значительно выше, чем в 2013-м году. Прогнозируемые значения всех статей доходов должны были значительно вырасти, в сравнении с аналогичными показателями за 2013-й базисный год (расходная часть бюджета составила 128 594 млрд руб.). Доходы республиканского бюджета на 2014 год планировались на сумму 128 493,2 млрд руб. В первом полугодии 2014-го года профицит государственного бюджета Республики составил 0,4 %. Однако, экономическая ситуация в стране (инфляция, низкое торговое сальдо) вызывают сомнения по поводу достоверности этих данных [2].

В 2014 году статья расходов бюджета ожидалась составить 205 138,8 млрд руб., для сравнения. Основные статьи расходов в 2014-м году связаны с: покрытием государственного долга Республики Беларусь (2,6 млрд долларов США), внесения средств в уставные фонды организаций (2,4 трлн руб.), ресурсной поддержки кредитования жилья (6 трлн руб.). таким образом, можно сделать вывод, что расходная часть претерпела значительные изменения в плане смены приоритетов статей расходов [3].

В заключении, можно сделать вывод, что 2014-й год для Беларуси завершился лучше, чем 2013-й. Таким образом, 2014-й год впервые за последние 8 лет, завершился с профицитом, что даёт возможность оптимистично взглянуть на нашу экономику в будущем.

### Список использованных источников

1. О состоянии государственных финансов Республики Беларусь январь-декабрь 2013 года: Министерство финансов Республики Беларусь Главное управление бюджетной политики [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.minfin.gov.by/upload/bp/doklad/yj2014.pdf> – Дата доступа – 16.03.2015.
2. О проекте бюджета на 2014 год [Электронный ресурс]. Режим доступа – [http://www.minfin.gov.by/upload/jurnal/2013/2013\\_11\\_6-11.pdf](http://www.minfin.gov.by/upload/jurnal/2013/2013_11_6-11.pdf) – Дата доступа – 16.03.2015
3. О состоянии государственных финансов Республики Беларусь январь-июнь 2014 года: Министерство финансов Республики Беларусь Главное управление бюджетной политики [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.minfin.gov.by/upload/bp/doklad/yj2014.pdf> – Дата доступа – 16.03.2015

## СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ НЕПРЕРЫВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

**Т.А. Вerezубова,**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

Сложность общественного процесса вызывает у членов общества желание и объективную необходимость предвидения и обоснования его дальнейшего бытия и направления действий. Чем дальше продвигается человечество вперед, тем важнее становится обоснование перспективы его развития при существующей поляризации отдельных стран, регионов и хозяйствующих субъектов.

Вследствие совершенствования производительных сил и производственных отношений, сопровождающегося быстрым развитием научно-технического прогресса во всех областях науки, техники, модернизации отдельных отраслей экономики и социальной сферы, такая возможность появляется и постоянно расширяется. Накопление опыта хозяйствования, увеличение объема информации, а также внедрение прогрессивных форм и методов планирования, оценки результативности событий, способов управления отдельными сферами деятельности позволяет сознательно предвидеть перспективы и создать реальную базу для определения программ функционирования хозяйствующих субъектов не только в текущем периоде, но и в будущем.

К базовым системообразующим элементам сознательного развития общественного процесса можно отнести и попытки научного обоснования стратегии функционирования субъектов на всех уровнях хозяйствования.

Термин «стратегия развития» является сложным, многофакторным понятием, который становится одним из весьма важных предметов экономической науки. Основоположник науковедения Д. Бернал писал, что наука может рассматриваться как институт, как метод, как накопление традиций, знаний, как важнейший фактор поддержания и развития производства, как один из наиболее сильных факторов, формирующих убеждения и отношение к миру и человеку» [1, с. 123]. Это видение науки может быть всецело отнесено и к такому важному предмету экономической науки, как стратегия развития общественного процесса.

Стратегия развития как объемное понятие касается всех уровней и звеньев управления, т.е. мировых сообществ, отдельных государств, их экономических и социальных сфер, предприятий и коллективов. Видимо поэтому из-за сложности восприятия данного понятия его термин рассматривается неоднозначно, что находит отражение в разных литературных источниках. Во многих изданиях отмечается, что термин «стратегия» (от греч. *stratos* – войско, *ago* – веду) встречается еще у древних греков, которые использовали его, когда речь заходила об искусстве полководцев. *Strategos* – искусство генерала – позволило Александру Македонскому завоевать мир [2, с. 23]. Первоначально этот термин понимался в узком значении только в военном деле, позже в строительстве и далее в экономике. Для победы как в войне, так и в экономической деятельности, необходимым становится определение стратегии достижения намеченной цели.

Изучением содержания данного понятия и его назначения в разное время занимались многие зарубежные ученые. Определенный вклад в развитие теоретических аспектов стратегии развития хозяйствующих субъектов внесли Ф. Абрамс, И. Ансофф, Р. Брейли, Ю. Бригхем, Дж. К. Ван Зорн, Дж. М. Вахович, Дж. Куинн, П. Коуд, С. Майерс, Г. Минцберг, Б. Нил, Д. Норт, Р. Пайк, М. Портер, И. Романе, А. Стрикленд, А. Томсон, Ж. Франшон, К. Хофер, Э. Чандлер, Г. Штейнер, К. Эндрюс и др.

Теоретические и практические задачи в области обоснования стратегии функционирования отдельных звеньев хозяйства оставались важными на всех этапах исторического развития. Со второй половины девятнадцатого столетия с интенсивным расширением капиталистических отношений эти проблемы приобрета-

ют особое значение. В период первого мирового кризиса, повлекшего массовое банкротство предприятий и рост безработицы, одной из приоритетных задач становится обоснование стратегии развития субъектов на перспективу. Необходимость выхода из кризисных явлений при наименьших потерях для общества, а также выбор наилучшего дальнейшего пути красной нитью проходит в идее разработки стратегии успешного функционирования всех сфер и структурных единиц экономики. На наш взгляд, решение этих вопросов в первую очередь требует четкого определения понятия термина «стратегия» и других теоретических аспектов ее содержания и назначения.

В энциклопедических и словарных изданиях общее понятие «стратегия» (англ. *strategy*) трактуется как наука о войне, в частности наука полководца, **общий, недетализированный план** военной деятельности, охватывающий длительный период времени, **способ достижения сложной цели** [3]. В других изданиях, как например, в словаре современных экономических и правовых терминов, стратегия определяется как **единый набор планов и действий**, направленный на достижение основных целей бизнеса промышленной, торговой или любой другой организации [4, с.601]. В новом экономическом словаре экономическая стратегия характеризуется как долговременные, наиболее принципиальные **планы** правительства, администрации регионов, руководства предприятий в отношении производства, доходов и расходов, бюджета, налогов, капиталовложений, цен, социальной защиты [5, с.409]. Неоднозначным является и понятие стратегии во многих литературных источниках, что подтверждает изучение значительного количества монографий, авторефератов диссертаций, учебников и учебных пособий. В большинстве случаев в них можно найти отождествление термина стратегии с программой, планом, методом или инструментом. На наш взгляд, дефиниция этого сложного понятия зависит от того, с какой позиции рассматриваются ее черты, назначение или даже организационные характеристики.

В условиях расширения глобализационных и интеграционных процессов, усиления конкуренции между различными субъектами, а также повторяющихся кризисных явлений усиливается значимость разработки стратегии развития всех участников воспроизводственного процесса. Одним из важных уровней управления остаются низовые звенья экономики – самостоятельные структурные организации, которые стремятся к результативному функционированию в будущем обосновать с помощью корпоративной стратегии развития. Она призвана указать путь долговременной жизнедеятельности предприятия на рынке, удовлетворения экономических интересов государства, отдельных коллективов и их членов, а также потребителей производимых ценностей.

Общая стратегия функционирования предприятия на перспективу должна включать ряд ключевых планов, заданий, предусматривающих расширение и модернизацию производства продукции, ее реализации, соответственно, совершенствования кадрового и технического потенциала. Успешное выполнение этих мероприятий во многом зависит от наличия финансовых ресурсов, их объема, рациональных пропорций между источниками их финансирования и направлениями распределения. Одновременно следует обосновать эффективность использования финансовых ресурсов с целью достижения положительных конечных результатов и обеспечения устойчивости финансового состояния организаций.

В связи с этим появляется объективная необходимость разработки финансовой стратегии, как основной программы движения финансовых ресурсов и совершенствования опосредствующих их финансовых отношений. Необходимость и важность финансовой стратегии обусловлена тем, что без вложений денежных ресурсов и их рационального использования не могут быть решены вопросы создания предприятия и его постоянного функционирования. Тем самым наличие финансовых ресурсов и их результативный кругооборот становится обязательным условием, обеспечивающим должную организацию хозяйственного оборота и удовлетворения экономических интересов участников воспроизводственного процесса в текущем периоде и в перспективе. Научно обоснованная финансовая стратегия положительно влияет на непрерывность функционирования предприятия и его конкурентоспособности на рынке.

Достижение данных целей предполагает, что финансовая стратегия, определяющая движение финансовых ресурсов и эффективность их использования подчинена выполнению главной миссии предприятия и его стратегической цели развития. Исследование этих вопросов прежде всего требует уточнения понятия финансовой стратегии, более четкого определения ее сущностных и организационных характеристик и, соответственно, назначения. Следует отметить, что термин «финансовая стратегия», как и ее содержание, рассматривается во многих научных работах отечественных и российских экономистов. Практически все авторы подчеркивают целесообразность обоснования финансовой стратегии и ее значение для решения ключевых производственных и социальных задач на перспективу. Однако определение термина финансовой стратегии, как и ее экономическая природа, трактуется неоднозначно, что во многом отрицательно сказывается на реализации практических задач по ее разработке и использованию. Например, И.П. Хоминич в своей монографии «Финансовая стратегия компаний» дефинирует это понятие как «**экономическую категорию**, характеризующую различные отношения между субъектами рынка в финансовой сфере». Автор мотивирует данное определение тем, что финансовая стратегия отражает поведение компании на рынке, формирование ее рыночной позиции в связи с состоянием, использованием фондов финансовых ресурсов при активном участии денежно-кредитных инструментов [6, с. 15].

Примерно такой же точки зрения придерживаются В.В. Кузьменко и А.А. Пешкова, которые полагают, что финансовая стратегия – это **экономическая категория**, которая, с одной стороны, характеризует экономические отношения между их участниками, а с другой – определяет поведение предприятия в рыночной среде и формирует его стратегическую позицию. [7, с. 76]. На наш взгляд, такая дефиниция является спорной, поскольку финансовая стратегия развития предприятия не ограничивается лишь характеристикой экономических отношений, а обосновывает ключевые параметры объема и движения финансовых ресурсов, основные методы ее реализации, оценку эффективности в долгосрочном периоде времени. Финансовые отношения опосредствуют финансовые потоки, становятся лишь одним из объектов финансовой стратегии как целевой программы развития субъекта хозяйствования.

Украинский ученый Н. Горицкая, как и некоторые другие экономисты, определяет финансовую стратегию как **«генеральный план действий»** предприятия, охватывающий формирование финансов и их планирование для обеспечения финансовой стабильности предприятия и включающий в себя следующее: планирование, учет, анализ и контроль финансового состояния; оптимизацию основных и оборотных средств; распределение прибыли» [8, с. 75]. На наш взгляд, включение в понятие финансовой стратегии учета, анализа и контроля финансовых ресурсов, распределения прибыли размывает границы финансовой стратегии, которая должна намечать основные направления кругооборота финансовых ресурсов. Для ее реализации уточняются и конкретизируются текущие задания, которые впоследствии регистрируются, контролируются с помощью постоянного мониторинга и анализа полученных результатов.

Развитие науки о финансовом менеджменте как активном инструменте сознательного управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия расширило исследования экономистов постсоветского пространства в области теоретических и практических вопросов стратегии развития. В работах многих ученых упоминание финансовой стратегии встречается в основном при рассмотрении отдельных проблем экономического развития. Так, Г.Б. Клейнер пишет об инвестиционно-финансовой стратегии [9, с. 412]. Л.Н. Павлова в своих ранних работах по финансовому менеджменту употребляет понятие стратегии финансового роста. Также она называет стратегический финансовый план важнейшим элементом бизнес-планов. [10, с. 139].

Много внимания этой проблеме уделяет И.А. Бланк, который правомерно считает финансовую стратегию элементом финансового менеджмента предприятия, обеспечивающую приоритетные направления развития его финансовой деятельности. «Финансовая стратегия формирует долгосрочные экономические и социальные цели, одновременно определяет эффективные пути их достижения за счет мобилизации и использования финансовых ресурсов в условиях изменения внешней среды» [11, с. 12].

Различными являются определения термина и понятия финансовой стратегии в работах других российских авторов. Так, И.П. Геращенко характеризует финансовую стратегию как **«систему активных и проактивных решений»**, способствующих переходу предприятия на качественно новую ступень развития, предполагающих структурные изменения в финансовой сфере и удовлетворяющих критерию оптимальности развития предприятия» [12, с. 9].

Обзор многих учебников и учебных пособий по финансовому менеджменту других российских авторов позволяет сделать вывод, что термин финансовой стратегии рассматривается неоднозначно. Аналогичный вывод можно сделать и при исследовании работ белорусских авторов. В начале 20-го столетия в учебниках и учебных пособиях термин финансовой стратегии упоминался в основном при рассмотрении финансовой политики государства. Однако теоретические аспекты данного понятия оставались недостаточно исследованными [13, с. 396; 14, с. 191].

В более новых учебных пособиях также затрагиваются отдельные вопросы финансовой стратегии. Так, авторский коллектив под редакцией Г.Е. Кобринского, М.К. Фисенко в учебном пособии «Финансы и финансовый рынок» финансовую стратегию рассматривает в параграфе «Перспективное финансовое планирование» и определяет ее как **«особую область финансового планирования»**, поскольку она является составной частью общей стратегии экономического развития и должна быть согласована с целями и направлениями, сформулированными в общей стратегии. Вместе с тем, правомерно указывается и на то, что финансовая стратегия оказывает влияние на общую стратегию предприятия, так как изменение ситуации на финансовом рынке влечет за собой корректировку финансовой, а затем и общей стратегии развития фирмы». [15, с. 212]. Однако в вышеуказанных работах детально вопросы методологии формирования финансовой стратегии не рассматриваются.

Большое внимание данной проблеме посвятила М.И. Ткачук, которая дефинирует понятие финансовой стратегии как **долгосрочную программу формирования и направления денежных ресурсов**, обеспечивающую позитивные конечные финансовые результаты намечаемых действий. Ею сформулированы важнейшие задачи финансовой стратегии и кратко описан процесс ее разработки и реализации. Сам термин финансовой стратегии определяется как долговременная программа действий, связанных с аккумуляцией и распределением финансового капитала в элементы имущества предприятия, используемого для реализации главной цели функционирования субъекта [16, с. 37]. Похожей точки зрения придерживаются Е.Ф. Киреева и О.А. Пузанкевич, которые предлагают рассматривать финансовую стратегию как общую программу фор-

мирования и направления денежных ресурсов, обеспечивающую оптимальные финансовые результаты намечаемых действий [17, с. 6]. В других учебно-методических работах белорусских авторов, касающихся проблем финансового менеджмента, финансов и финансового рынка понятие финансовой стратегии упоминается очень редко и часто отождествляется с направлениями использования финансовых ресурсов для достижения поставленных целей. В основном некоторые проблемы финансовой стратегии рассматриваются лишь применительно к макро-уровню как долгосрочный курс финансовой политики государства.

Проведенный обзор мнений многих авторов по поводу понятия, содержания и назначения финансовой стратегии позволяет сделать вывод, что существует разброс в освещении теоретических и практических ее аспектов. В большинстве случаев финансовую стратегию определяют по-разному как **цель, план, способ действий, совокупность решений, инструмент достижения стратегических целей, метод управления финансами и т.п.**

Нами систематизированы разные определения термина финансовой стратегии и в графическом виде представлены на рис. 1.



Рис. 1. Краткое определение финансовой стратегии различными авторами

Такое множество различных определений термина финансовой стратегии хозяйствующего субъекта отражает многогранность данного понятия, соответственно, влияет на мнения ученых по его дефиниции и содержанию. Большинство рассмотренных определений, за исключением экономической категории или расширения ее содержания за счет разных функций управления финансами, отражают лишь конкретные черты финансовой стратегии развития. Поэтому не раскрывают полностью содержание финансовой стратегии и ее назначение. Между тем, данное понятие отражает ряд сущностных и организационных характеристик, которые позволяют ее использовать при упорядочении финансовой деятельности в будущем.

Что касается других определений финансовой стратегии, то они отражают только отдельные ее признаки. Так, форму долгосрочного плана стратегия принимает, когда предприятие обосновывает цель своего развития, определяет потребность их обеспечения финансовыми ресурсами, что находит отражение в обосновании ключевых параметров их движения на перспективу. В связи с этим план является лишь важной составной частью финансовой стратегии. Не случайно в энциклопедических изданиях термин «план» определяется как предварительно намеченный порядок осуществления какой-либо программы, выполнения работы, проведения мероприятий [18, с. 404].

На наш взгляд, финансовая стратегия отражает более широкое понятие и по существу выступает в качестве путеводителя долгосрочного функционирования финансовой деятельности субъекта. В этом смысле

финансовая стратегия может быть признана целевой программой непрерывного функционирования любой структурной единицы. Термин «программа» более широкое понятие, включающее план предстоящей деятельности, работ, мероприятий; документ, в котором изложены основные задачи и цели деятельности организации [18, с. 533].

Однако трудно предвидеть и точно обосновать будущий кругооборот финансовых ресурсов, особенно в условиях неопределенности и асимметричности информации. Поэтому финансовую стратегию не следует рассматривать в качестве детализированного плана, поскольку в ней находят отражение только приоритетные параметры кругооборота финансовых ресурсов, соответственно, прогнозируются намечаемые пропорции между ними.

Нацеленность финансовой стратегии на перспективу постоянного функционирования и развития предприятия придает ей важное значение долговременного курса существования и конкурентоспособности на рынке. С этой точки зрения финансовая стратегия становится активным инструментом, рычагом достижения стратегических целей, что осуществляется посредством использования рациональных методов управленческих действий, обеспечивающие оптимизацию финансовой деятельности, способствующие выполнению миссии функционирующего субъекта. Поэтому отождествление понятия финансовой стратегии с инструментом, рычагом, способом отражает лишь отдельные организационные черты и тем самым не раскрывает ее глубинной сущности и назначения.

Правоммерно считать финансовую стратегию частью финансового менеджмента. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что она не единственный элемент комплексной системы управления финансовыми ресурсами. Понятие и содержание финансового менеджмента значительно шире, поскольку включает разные этапы управления: планирование, маневрирование финансовыми ресурсами, оценку результативности текущей и стратегической деятельности. Финансовая стратегия является лишь одним из участков финансового менеджмента и, хотя подчинена общей цели хозяйствования, сфера ее действия и назначения, соответственно, и методы характеризуются своими специфическими признаками.

Дефиниция финансовой стратегии как комплекса положений или функции решения отдельных задач в области учета, анализа, налогов и т.п. также не раскрывает ее сущность и прямое назначение, а в основном акцентирует свое внимание на отдельных методах, используемых в процессе ее реализации.

Для того чтобы дать краткое и более точное определение финансовой стратегии хозяйствующего субъекта, целесообразно сформулировать некоторые особенности, отражающие сущностные и организационные ее характеристики. На наш взгляд, к ним относятся:

1. Объективная целесообразность конструирования финансовой стратегии развития вызвана необходимостью оптимизации объема и структуры финансовых ресурсов, обеспечивающих стратегические цели развития хозяйствующих субъектов;

2. Основное назначение финансовой стратегии заключается в обосновании устойчивой финансовой базы и рационального распределения ее ресурсов, способствующих расширению финансовых возможностей непрерывного и результативного функционирования субъекта на товарном и финансовом рынках;

3. Финансовая стратегия должна обосновать приоритетные параметры, характеризующие:

- кругооборот финансовых ресурсов (величину мобилизованных денежных средств, источники их поступления и целевое распределение) с учетом достижения финансовой выгоды;
- совокупность экономических отношений между участниками воспроизводственного процесса;
- научный инструментальный планирования, маневрирования, реализации и оценки намеченных задач (методы, инструменты и общий механизм оптимизации финансов).

Эти и другие черты финансовой стратегии хозяйствующего субъекта дают основание уточнить ее термин. На наш взгляд, кратко понятие финансовой стратегии может быть определено следующим образом. **Финансовая стратегия – это долговременная целевая программа движения финансовых ресурсов предприятия, обеспечивающая его финансовую безопасность и конкурентоспособность на длительный период.**

В более широком смысле финансовая стратегия – одна из важнейших стратегий развития хозяйствующего субъекта, содействующая выполнению главной цели многовекторной корпоративной стратегии, что достигается с помощью активных инструментов и методов управления финансовыми потоками, рациональной организации кругооборота финансовых ресурсов, способствующей укреплению финансового положения и повышению конкурентоспособности предприятия на рынке в долгосрочном периоде.

Разработка финансовой стратегии базируется на реальной оценке состояния производственных и финансовых ресурсов, выявлении тенденций их результативности в прошлом. При этом научное обоснование ключевых количественных параметров финансовой деятельности осуществляется с учетом влияния внешних и внутренних факторов и условий развития в предстоящем периоде.

Результаты проведенного исследования сущностных и организационных характеристик финансовой стратегии предприятий позволили уточнить ее понятие, определить ее роль в оптимизации финансовой деятельности на перспективу. Тем самым, определены базовые условия для стабилизации производства и со-

здания финансовых возможностей их дальнейшего развития. Для наглядности в графическом виде на рис. 2 представлены ключевые направления финансовой стратегии, подчеркивающие ее значимость и приоритетную роль в обеспечении финансовой безопасности хозяйствующих субъектов, содействующие непрерывности и результативности постоянного функционирования.



**Рис. 2.** Активная роль финансовой стратегии в обеспечении непрерывности и результативности хозяйственного процесса

В условиях расширения кризисных явлений в мировом пространстве разработка финансовой стратегии становится одной из важных задач обеспечения непрерывного функционирования отдельных предприятий. Значительно повышается ее значимость для устойчивого развития всей экономики страны.

Бесспорность объективной необходимости финансовых ресурсов для выполнения основных мероприятий, намеченных целевыми программами функционирования хозяйственного субъекта, позволяет признать целесообразность создания и использования его финансовой стратегии. Как уже отмечалось, в ней определяются ключевые параметры кругооборота финансовых ресурсов и опосредствующих их экономических отношений, характеризующихся количественными и качественными показателями (в абсолютном и относительном измерении). При этом учитывается экономическая целесообразность привлечения разных источников финансирования прогнозируемых задач исходя из возможности получения экономического и социального эффекта. На основе изучения сложившихся в прошлом тенденций в движении финансовых ресурсов и возможностей их увеличения устанавливаются приоритетные направления формирования и использования собственного и заемного капитала.

Таким образом, выполнение приоритетных задач финансовой стратегии, представленных на рис. 2 в кратком виде, обеспечивает сохранение финансовой безопасности данной экономической структуры и повышает ее конкурентоспособность на товарном и финансовом рынке.

Финансовая безопасность рассматривается как многогранное понятие, которое позволяет хозяйствующему субъекту непрерывно и результативно функционировать, а также успешно развиваться. Достижение данной цели осуществляется с помощью:

- расширения финансовых возможностей за счет аккумуляции оптимального объема финансовых ресурсов, обеспечивающего своевременное и полное выполнение всех финансовых обязательств перед участниками воспроизводственного процесса;
- совершенствования структуры источников формирования капитала, а также его результативного использования и достижения на этой основе устойчивого финансового положения хозяйственного звена (ликвидности, платежеспособности предприятия);



- синхронизации входных и выходных финансовых потоков для устранения кассовых разрывов в отдельных периодах, сохранения окупаемости, рентабельности хозяйствования и высокого рейтинга среди конкурентов;
- нахождения рациональных методов и активных инструментов, положительно воздействующих на снижение потерь от непредвиденных негативных явлений (природных, экономических, политических и др.).

В современных условиях усиливающихся глобализационных и интеграционных процессов возрастает роль и значимость финансовой стратегии как одного из важных факторов, влияющих на дееспособность конкретных субъектов хозяйствования, что положительно сказывается на стабилизации и ускорении темпов развития национальной экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Бернал, Дж. Д. Наука и общество : сб. ст. и выступл. : пер. с англ. / Дж. Д. Бернал. – М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1953. – 300 с.
2. Кобелева, А. А. Формирование конкурентной стратегии страховой организации / А. А. Кобелева. – Ставрополь : Сев.-Кавк. соц. ин-т, 2008. – 148 с.
3. Википедия [Электронный ресурс] : энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>. – Дата доступа: 20.12.2014.
4. Словарь современных экономических и правовых терминов / В. Н. Шимов [и др.] ; под ред. В. Н. Шимова и В. С. Каменкова. – Минск : Амалфея, 2002. – 816 с.
5. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 512 с.
6. Хоминич, И. П. Финансовая стратегия компаний / И. П. Хоминич. – М. : Рос. экон. акад., 1998. – 156 с.
7. Кузьменко, В. В. Методология формирования финансовой стратегии устойчивого развития субъекта хозяйствования / Кузьменко, В. В., Пешкова А. А. – Ростов н/Д : Росиздат, 2010. – 188 с.
8. Горицкая, Н. Финансовая стратегия / Н. Горицкая // Финансовый директор. – Киев, 2005. – № 11. – С. 74–79.
9. Клейнер, Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер. – М. : Дело, 2008. – 568 с.
10. Павлова, Л. Н. Финансовый менеджмент. Управление денежным оборотом предприятия: учеб. для вузов / Л. Н. Павлова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 400 с.
11. Бланк, И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 720 с.
12. Геращенко, И. П. Финансовая стратегия: моделирование и оптимизация / И. П. Геращенко. – СПб. : Кн. Дом, 2009. – 352 с.
13. Финансы предприятий: учеб. пособие / Н. Е. Заяц [и др.] ; под общ. ред. Н. Е. Заяц, Т. И. Василевской. – 4-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2008. – 528 с.
14. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / Д. А. Панков [и др.] ; под ред. Д. А. Панкова. – Минск : Белорус. гос. экон. ун-т, 2005. – 363 с.
15. Финансы и финансовый рынок : учеб. пособие / Г. Е. Кобринский [и др.]; под общ. ред. Г. Е. Кобринского, М. К. Фисенко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 348 с.
16. Tkaczuk, M. Podstawy metodologiczne zarzadzania finansami przedsiebiorstw / M. Tkaczuk. – Olstyn, 2002. – 50 s.
17. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Е. Ф. Киреева, О. А. Пузанкевич. – Минск : Мисанта, 2003. – 83 с.
18. Беларуская энцыклапедыя : у 18 т. / – Мінск : БелЭн, 2001. – Т. 12 : Палікрат – Праметэй / рэдкал. : Г. П. Пашкоу [і інш.]. – 560 с.

# ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Е.М. Вотина

канд. экон. наук, доцент,

ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет», г. Мурманск

Основным производственным ресурсом предприятия является рабочая сила, то есть способность человека к труду. Это особый производственный ресурс. Рабочая сила отличается от других производственных ресурсов, во-первых, тем, что неотделима от личности человека со всеми его достоинствами и недостатками, интересами и чувствами, социальными требованиями и политическими пристрастиями, во-вторых, тем, что от ее качества зависит результат использования всех остальных ресурсов. Самая новая техника, используемая неквалифицированными и незаинтересованными работниками, дает худший результат, чем старая, с которой работают грамотные и равнодушные к делу люди.

В современных условиях глобализации экономики хозяйствования рынок труда представляет среду социально-экономических, трудовых и организационных отношений между обладателями трудовых ресурсов и их потребителями (покупателями), осуществляемых на основе свободной договоренности сторон и с учетом интересов каждой договаривающейся стороны. [1, с. 155].

Выбранная тема актуальна в настоящее время, так как человеческому фактору производства уделяется очень мало внимания, а ведь без человека невозможна работа любого механизма.

Производительной силой общества, несомненно, являются трудовые ресурсы. Организация благоприятных условий на производстве (условия труда, режим труда и отдыха) с учетом социального фактора приводит к колоссальному повышению производительности труда, а следствием этого будет все увеличивающийся объем производства продукции, максимальная занятость и стабильность экономики.

Труд – это целесообразная деятельность человека, в процессе которой создаются материальные и духовные ценности.

Процесс труда включает следующие элементы: средства труда, предмет труда и непосредственно сам труд человека. Без средств производства немислим процесс труда, но и без труда человека средства производства мертвы и ничего не могут создать. Только труд людей приводит в действие средства производства, содействует реализации их целей. Создавая средства и предметы труда и воздействуя на природу, человек изменяет и самого себя, развивая свои навыки и знания.

Трудовые ресурсы – это часть населения страны, обладающая совокупностью физических возможностей, знаний и практического опыта для работы в народном хозяйстве. Трудовые ресурсы включают в себя все трудоспособное население в трудоспособном возрасте – женщины в возрасте 16-54 года, мужчины в возрасте 16-59 лет, а также лиц старше и моложе трудоспособного возраста, фактически занятых в народном хозяйстве (работающие пенсионеры и школьники). Трудовые ресурсы как главная и производительная сила общества представляют собой важный фактор производства, рациональное использование которого обеспечивает рост производства в АПК и его экономической эффективности

Понятие «трудовые ресурсы» неотъемлемо связано с понятием «экономически активное население»

Экономически активное население – лица в возрасте, установленном для измерения экономической активности населения (15-72 года), обеспечивающие в рассматриваемый период предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. Экономически активное население – совокупность занятых в экономике и безработных [2, с. 26].

Таблица 1

Численность экономически активного населения

Мурманской области	2009	2010	2011	2012	2013
Тысяч человек					
Экономически активное население	493,7	488,2	471,3	470,9	467,6
занятые в экономике	456,7	446,4	430,7	434,6	433,8
безработные	37,1	41,8	40,6	36,3	33,7
В процентах к итогу					
Экономически активное население	100	100	100	100	100
занятые в экономике	92,5	91,4	91,4	92,3	92,8
безработные	7,5	8,6	8,6	7,7	7,2

По данным таблицы 1 можно констатировать, что численность экономически активного населения в Мурманской области в абсолютных показателях снижается на 26,1 тысяч человек, а в относительных вели-

чинах данный показатель практически не изменился и составил 7,2 % от экономически активного населения области.

Трудовые ресурсы включают несколько категорий работников: руководители, специалисты, рабочие, служащие, младший обслуживающий персонал. Самой многочисленной категорией производственного персонала являются рабочие, непосредственно занятые созданием материальных ценностей или работами по оказанию производственных услуг; они подразделяются на основных и вспомогательных. К основным относят работников, непосредственно создающих продукцию и занятых осуществлением технологических процессов, к вспомогательным – рабочих, занятых обслуживанием основного производства, а также всех рабочих вспомогательных подразделений.

Руководители и специалисты осуществляют организацию производственного процесса и руководство им. К руководителям на сельхозпредприятиях относятся директор (председатель), главный экономист, бухгалтер, инженер, агроном, зоотехник, механик и другие главные специалисты, а также их заместители.

Распределение трудовых ресурсов осуществляется по принадлежности к населению, занятому в экономике, или к населению, не занятому в экономике.

К населению, занятому в экономике, относятся лица, которые выполняли оплачиваемую работу по найму, а также приносящую доход работу не по найму как с привлечением, так и без привлечения наемных работников, для которых эта работа являлась основной.

К населению, занятому в экономике, также относятся:

- лица, выполнявшие работу в качестве помогающих на семейном предприятии;
- лица, временно отсутствовавшие на работе из-за болезни, ежегодного отпуска или свободных от работы дней, обучения, учебного отпуска, отпуска без сохранения или с частичным сохранением заработной платы по инициативе администрации, участия в забастовках, других подобных причин;
- лица, занятые в домашнем хозяйстве производством товаров и услуг для реализации, включая работающих в личном подсобном хозяйстве, для которых эта работа являлась основной (независимо от количества отработанного времени).

Военнослужащие и граждане Российской Федерации, работающие за границей, не включаются в численность населения, занятого в экономике.

К населению, не занятому в экономике, относятся:

- обучающиеся в трудоспособном возрасте с отрывом от работы;
- безработные граждане, зарегистрированные в органах службы занятости;
- прочие категории населения в трудоспособном возрасте, не занятого в экономике.

Трудовые ресурсы предприятия имеют определенные количественные, качественные и структурные характеристики, которые измеряются соответствующими абсолютными и относительными показателями: структура работников предприятия; среднесписочная и среднегодовая численность работников; коэффициент выбытия кадров; коэффициент текучести кадров; коэффициент приема кадров; коэффициент стабильности кадров; средний стаж работы по отдельным категориям работников.

В таблице 2 представлены данные об уровне экономически активного населения, уровне занятости и безработицы по полу и возрасту в 2013 году в Мурманской области [2, с. 30].

Таблица 2

**Уровни экономической активности населения, занятости и безработицы по полу и возрастным группам в 2013 году в Мурманской области (в процентах)**

	Всего	в том числе в возрасте, лет							Из графы «Всего» – население в трудоспособном возрасте
		до 20	20-24	25-29	30-49	50-54	55-59	60-72	
Уровень экономической активности населения	74,4	11,6	78,8	91,0	92,9	78,4	66,0	29,5	83,1
мужчины	79,8	12,5	84,8	97,4	94,8	82,9	69,4	33,8	85,5
женщины	69,4	10,6	69,8	83,5	90,9	74,6	63,6	27,2	80,3
Уровень занятости населения	69,0	7,0	68,0	86,9	87,0	73,6	61,7	27,5	77,1
мужчины	73,5	5,8	72,3	94,6	88,3	77,3	64,6	30,9	78,8
женщины	64,8	8,3	61,4	78,0	85,7	70,5	59,6	25,7	75,0
Уровень безработицы	7,2	39,8	13,8	4,5	6,3	6,1	6,6	6,9	7,3
мужчины	7,9	53,3	14,8	2,9	6,8	6,8	6,9	8,6	7,8
женщины	6,5	21,7	12,0	6,6	5,8	5,5	6,3	5,7	6,6

Источник [2]

Уровень экономической активности населения – отношение численности экономически активного населения к общей численности населения соответствующей возрастной группы, рассчитанное в процентах.

Уровень занятости населения – отношение численности занятого населения к общей численности населения соответствующей возрастной группы, рассчитанное в процентах.

Безработные в соответствии с определением Международной Организации Труда (МОТ) – лица в возрасте, установленном для измерения экономической активности населения, которые в рассматриваемый период одновременно удовлетворяли следующим критериям:

- не имели работы (доходного занятия);
- занимались поиском работы, т. е. обращались в государственную или коммерческую службу занятости, использовали или помещали объявления в СМИ, Интернет, непосредственно обращались к администрации организации (работодателю), использовали личные связи и т. д., или предпринимали шаги к организации собственного дела (поиск земли, зданий, машин и оборудования, сырья, финансовых ресурсов, обращение за разрешениями, лицензиями и т. д.);
- были готовы приступить к работе. [2, с. 24].

Структура трудовых ресурсов предприятия – это процентное соотношение различных категорий работников в их общей численности. В структуре персонала сельскохозяйственных предприятий работники, занятые в сельскохозяйственном производстве, занимают 85 – 90 %, в том числе постоянные рабочие 70 – 75 % (из них трактористы-машинисты – 13 – 18 %), сезонные и временные рабочие 5 – 8 %, руководители и специалисты 8 – 12 %. Эта структура определяется многими факторами: размерами и специализацией предприятия, степенью участия в интеграционных процессах, природными условиями и т. д. Она может рассчитываться и по таким признакам, как возраст, пол, уровень образования, стаж работы, квалификация и т. п. Структура трудовых ресурсов Мурманской области представлена в таблице 3.

Таблица 3

**Распределение численности занятых в экономике по полу и группам занятий на основной работе в 2013 году**

	Тыс. человек			В % к итогу		
	всего	муж.	жен.	всего	муж.	жен.
Занятые в экономике	433,8	224,5	209,3	100	100	100
руководители (представители) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей организаций	45,2	25,9	19,3	10,4	11,5	9,2
специалисты высшего уровня квалификации в области естественных и технических наук	18,3	12,0	6,2	4,2	5,4	3,0
специалисты высшего уровня квалификации в области биологических, с/х наук и здравоохранения	5,0	2,2	2,8	1,2	1,0	1,4
специалисты высшего уровня квалификации в области образования	10,2	1,2	9,0	2,4	0,5	4,3
прочие специалисты высшего уровня квалификации	37,8	16,2	21,6	8,7	7,2	10,3
специалисты среднего уровня квалификации физических и инженерных направлений деятельности	32,3	24,5	7,8	7,5	10,9	3,7
специалисты среднего уровня квалификации и вспомогательный персонал естественных наук и здравоохранения	13,3	0,7	12,6	3,1	0,3	6,0
специалисты среднего уровня квалификации в сфере образования	9,4	0,2	9,2	2,2	0,1	4,4
средний персонал в области финансово-экономической, административной и социальной деятельности	20,9	7,1	13,7	4,8	3,2	6,6
профессии, общие для всех видов экон. деятельности	8,2	0,6	7,5	1,9	0,3	3,6
металлообработка	4,2	0,7	3,5	1,0	0,3	1,7
работники сферы индивидуальных услуг и защиты граждан	34,3	12,0	22,3	7,9	5,4	10,6
продавцы, демонстраторы товаров, натурщики и демонстраторы одежды	25,8	3,1	22,7	5,9	1,4	10,9
рабочие ЖКХ	0,8	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2

	Тыс. человек			В % к итогу		
	всего	муж.	жен.	всего	муж.	жен.
квалифицированные работники сельского, лесного, охотничьего хозяйств, рыбоводства и рыболовства	1,9	0,8	1,0	0,4	0,4	0,5
рабочие, занятые на горных, горно-капитальных и на строительно-монтажных и ремонтно-строительных работах	21,8	19,0	2,8	5,0	8,5	1,3
рабочие металлообрабатывающей и машиностроительной промышленности	29,1	27,3	1,8	6,7	12,2	0,9
профессии рабочих транспорта и связи	6,8	4,7	2,1	1,6	2,1	1,0
другие квалифицированные рабочие, занятые в промышленности, на транспорте, в связи, геологии и разведке недр	6,1	3,2	2,9	1,4	1,4	1,4
операторы, аппаратчики и машинисты промышленных установок	10,4	6,4	4,1	2,4	2,8	1,9
операторы, аппаратчики, машинисты промышленного оборудования и сборщики изделий	6,6	2,1	4,5	1,5	0,9	2,2
водители и машинисты подвижного оборудования	35,0	33,0	2,0	8,1	14,7	1,0
неквалифицированные рабочие сферы обслуживания, ЖКХ, торговли и родственных видов деятельности	2,8	0,9	1,9	0,6	0,4	0,9
неквалифицированные рабочие сельского, лесного, охотничьего хозяйств, рыбоводства и рыболовства	0,3	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1
неквалифицированные рабочие, занятые в промышленности, строительстве, на транспорте, в связи, геологии и разведке недр	2,5	1,5	0,9	0,6	0,7	0,4
профессии неквалифицированных рабочих, общие для всех видов экономической деятельности	44,8	18,5	26,3	10,3	8,2	12,5

Источник [2]

Данные этой аналитической таблицы показывают, что в Мурманской области производственный потенциал, т.е. удельный вес рабочих, составляет 38,9 %, а руководителей и специалистов, соответственно 61,1 %. При сравнении с предыдущими периодами, наблюдается снижение численности рабочих, что происходит при одновременном увеличении численности и удельного веса руководителей в составе предприятия. Это может быть обусловлено изменениями в структуре управления предприятием. Снижение численности специалистов может являться результатом отсутствия специалистов необходимой квалификации.

В современных условиях производства эффективность использования производственных фондов, сырья, улучшение качества и структуры выработанной продукции зависят как от количества работающих, так и от уровня их квалификации.

Структура предприятия характеризуется соотношением различных категорий работников. В целях анализа структуры кадров определяется и сравнивается удельный вес каждой категории работников в общей среднесписочной численности персонала предприятия.

Критерием эффективности при сравнении различных вариантов организационной структуры служит возможность наиболее полного и устойчивого достижения конечных целей системы управления при относительно меньших затратах на ее функционирование. В связи с этим, оценка эффективности управления трудовыми ресурсами необходима для определения достижимости целей, стоящих перед предпринимательской структурой.

Основными задачами анализа эффективного использования трудовых ресурсов являются:

- изучение и оценка обеспеченности предприятия и его структурных подразделений трудовыми ресурсами в целом, а также по категориям и профессиям;
- определение и изучение показателей текучести кадров;
- выявление резервов трудовых ресурсов, более полного и эффективного их использования.

При проведении комплексного анализа использования трудовых ресурсов рассматривают следующие показатели:

- обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами;
- характеристика движения рабочей силы;

- социальная защищенность членов трудового коллектива;
- использование фонда рабочего времени;
- производительность труда;
- рентабельность персонала;
- трудоемкость продукции;
- анализ фонда заработной платы;
- анализ эффективности использования фонда заработной платы.

Прогнозирование потребностей экономики в кадрах с профессиональным образованием различного уровня является важным направлением деятельности по регулированию рынка труда и рынка образовательных услуг.

Методика разработки прогноза баланса трудовых ресурсов предназначена для определения значений показателей прогноза баланса трудовых ресурсов. Разрабатывается данная методика на основании Приказа Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 29 февраля 2012 г. № 178н «Об утверждении Методики разработки прогноза баланса трудовых ресурсов» [3] и постановления Правительства РФ от 3 июня 2011 г. № 440 «О разработке прогноза баланса трудовых ресурсов» [4].

На рисунке 1 представлен механизм формирования прогноза потребности в трудовых ресурсах Мурманской области.



**Рис. 1.** Механизм формирования прогноза потребности в трудовых ресурсах Мурманской области

Методика позволяет определять прогнозы потребностей экономики в квалифицированных кадрах по уровням, направлениям и объемам подготовки и формировать на этой основе государственное задание (контрольные цифры приема) на подготовку специалистов для системы профессионального образования Мурманской области, что способствует созданию сбалансированного рынка труда в Мурманской области по профессионально-квалификационному составу.

Ниже представлена таблица численности работников Мурманской области и потребность в рабочей силе организаций по профессиональным группам, по обследуемым видам экономической деятельности, без субъектов малого предпринимательства, по состоянию на 31 октября 2012 года. Учтены все организации, осуществляющие все виды экономической деятельности, кроме финансовой деятельности, государственного управления и обеспечения военной безопасности, деятельности общественных объединений и экстерриториальных организаций. Общее число рабочих мест определялось суммированием списочной численности работников и потребности в работниках для замещения вакантных рабочих мест.

**Численность работников и потребность в рабочей силе организаций Мурманской области,  
на 31 октября 2012 года  
(по профессиональным группам, по обследуемым видам экономической деятельности)**

Наименование показателя Перечень разделов ОКВЭД, по которым разрабатывается прогноз баланса трудовых ресурсов	Списочная численность работников, человек	Потребность в работниках для замещения вакантных рабочих мест, человек	Удельный вес потребности в работниках для замещения ва- кантных рабо- чих мест в об- щем числе ра- бочих мест, %
Всего	194132	6588	3,3
по обследуемым видам экономической деятельности			
Раздел А Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1141	50	4,2
Раздел В Рыболовство, рыбоводство	5040	6	0,1
Раздел С Добыча полезных ископаемых	20003	207	1,0
Раздел D Обрабатывающие производства	20236	593	2,8
Раздел E Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	18720	434	2,3
Раздел F Строительство	4408	39	0,9
Раздел G Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспор- тных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	12057	264	2,1
Раздел H Гостиницы и рестораны	1255	28	2,2
Раздел I Транспорт и связь	27676	660	2,3
Связь	3841	150	3,8
Раздел K Операции с недвижимым имуществом, аренда и предо- ставление услуг	15959	559	3,4
Раздел M Образование	31827	694	2,1
Раздел N Здравоохранение и представление социальных услуг	27909	2719	8,9
Раздел O Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (кроме деятельности общественных объеди- нений (класс ОКВЭД 91))	7903	336	4,1
по профессиональным группам			
руководители учреждений, организаций и предприятий и их структурных подразделений (служб)	20187	284	1,4
специалисты высшего уровня квалификации	31513	1469	4,5
специалисты среднего уровня квалификации	30650	1507	4,7
работники, занятые подготовкой информации, оформлением документации, учетом и обслуживанием	5347	100	1,8
работники сферы обслуживания, жилищно-коммунального хо- зяйства, торговли и родственных видов деятельности	22158	965	4,2
квалифицированные работники сельского, лесного, охотничьего хозяйств, рыбоводства и рыболовства	386	23	5,5
квалифицированные рабочие промышленных предприятий, ху- дожественных промыслов, строительства, транспорта, связи, геологии и разведки недр	31807	1050	3,2
операторы, аппаратчики, машинисты установок и машин	31232	566	1,8
неквалифицированные рабочие	20852	624	2,9

Источник [2]

Экономика региона нуждается в специалистах инженерно-технического профиля и рабочих строительных профессий, а также в области ЖКХ, рыбообработки, судоремонта. Среди бюджетных организаций наиболее острую нехватку кадров испытывают учреждения здравоохранения. Но безработные граждане не обладают такими специальностями, либо их квалификация не устраивает работодателя.

В дальнейшем обострится кадровая проблема в таких отраслях как – транспорт, топливно-энергетический комплекс, при строительстве портовых терминалов, что может стать препятствием в реализации крупных инвестиционных проектов и потребует возмещения недостающих кадров за счёт их привлечения из других регионов, а также приведения в соответствие структуры подготовки кадров в учреждениях профессионального образования и потребностей экономики в рабочих и специалистах.

При прогнозировании потребностей рынка труда в кадрах в качестве выходных параметров могут служить запросы как экономики, так и системы образования.

Проанализировав значение баланса можно оценить, насколько возможности системы профессионального образования соответствуют потребностям экономики региона в плане обеспечения необходимым количеством специалистов в профессионально-квалифицированном разрезе. Положительное/отрицательное значение баланса свидетельствует об избыточном/недостаточном выпуске специалистов по определенной группе специальностей для покрытия потребностей экономики. Затем с использованием балансовых таблиц рассчитываются контрольные цифры приема.

Результаты прогнозного баланса трудовых ресурсов могут быть использованы:

- для оценки эффективности распределения и использования трудовых ресурсов Мурманской области;
- для расчета баланса спроса и предложения на региональном рынке труда Мурманской области;
- для разработки мероприятий, направленных на достижение в Мурманской области баланса спроса и предложения на региональном рынке труда, в том числе между использованием региональных трудовых ресурсов и привлекаемых иностранных работников;
- для осуществления в установленном порядке мер активной политики занятости, включая мероприятия по содействию трудоустройству и профессиональной ориентации населения;
- для разработки и осуществления мероприятий, направленных на сохранение и развитие трудового потенциала граждан, проживающих в области, включая создание условий для меж- и внутрирегионального перемещения трудовых ресурсов;
- для подготовки предложений по совершенствованию социально-трудовых аспектов государственной миграционной политики, включая вопросы привлечения и использования иностранных работников;
- для подготовки предложений по определению квот на выдачу иностранным гражданам приглашений на въезд в Российскую Федерацию в целях осуществления трудовой деятельности и разрешений на временное проживание в Российской Федерации;
- для формирования социального (государственного, общественного) заказа на предоставление начального профессионального и среднего профессионального образования в учебных заведениях Мурманской области;
- для направления предложений на предоставление высшего профессионального образования в высших учебных заведениях, расположенных на территории Мурманской области.

Таким образом, рынок труда является категорией, которая подвергается постоянным и всесторонним исследованиям. В зависимости от времени и условий функционирования экономики проявляются новые особенности данного рынка, возникают все новые точки зрения на состав и количество элементов рынка труда, механизм его функционирования. Изменяется отношение к рынку труда, выделяются его новые грани. Значимость рынка труда понимается не только с экономической точки зрения (как главного фактора производства), но также и с точки зрения социальной составляющей.

Структура трудовых ресурсов важна, поскольку рынок, в условиях глобализации экономики, требует большого объема информации для своего функционирования, и центральная роль институтов состоит в том, чтобы совершенствовать поток информации.

#### **Список использованных источников**

1. Вотинова, Е. М. Экономика и организация производства: учеб. пособие по дисциплине «Экономика и организация производства» для студентов технических специальностей / Е. М. Вотинова, Ж. В. Тихонова. – Мурманск : Изд-во МГТУ, 2011. – 466 с.
2. Мурманская область в цифрах/ Федеральная служба государственной статистики, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. Мурманск, 2014. – 140 с.
3. Об утверждении Методики разработки прогноза баланса трудовых ресурсов [Электронный ресурс] : Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ, 29 февр. 2012 г., № 178н // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.
4. О разработке прогноза баланса трудовых ресурсов [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ, 3 июня 2011 г., № 440 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.



# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ГАРАНТИРОВАНИЯ ВЫПЛАТ РАБОТНИКАМ ПРИ БАНКРОТСТВЕ НАНИМАТЕЛЯ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О.Б. Нестерович,

канд. филол. наук, доцент

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

Сегодня вопрос об эффективности института банкротства является особо актуальным. Помимо экономических проблем, банкротство предприятий влечет за собой серьезные социальные последствия для работников – потерю рабочих мест, утрату заработной платы.

Защита прав работников является одним из самых острых социальных вопросов, а в случае банкротства нанимателя этот вопрос приобретает еще большую остроту. Одним из серьезных негативных последствий банкротства является невозможность исполнения нанимателем обязанностей по выплате заработной платы и выходных пособий лицам, работающим по трудовому договору, а также тот факт, что банкротство неизбежно сопровождается ростом безработицы. В этих случаях работники неплатежеспособных предприятий утрачивают заработную плату. Невыплата заработной платы в случае банкротства работодателя непосредственно влияет на финансовое положение и жизненный уровень семьи.

Для уменьшения социальных рисков необходимо предусмотреть приоритетное осуществление выплат работникам при банкротстве нанимателя. В связи с этим важно изучить международный опыт и определить возможность его применения в Республике Беларусь.

В международной практике предусмотрены меры защиты прав работников в случае неплатежеспособности работодателя, которые можно объединить в два основных направления: *привилегии* и *гарантии*.

Впервые проблема невыплаты заработной платы в связи с банкротством нанимателя на международном уровне была затронута в Конвенции Международной организации труда № 95 «Об охране заработной платы» (1949 г.). В ней была прописана система предоставления привилегий работникам при банкротстве нанимателя. Согласно ст. 11 Конвенции № 95 при банкротстве предприятия или его ликвидации в судебном порядке работники пользуются положением привилегированных кредиторов либо в отношении заработной платы, причитающейся им за услуги, оказанные в предшествовавший банкротству или ликвидации период, определяемый национальным законодательством, либо в отношении заработной платы, сумма которой не выходит за пределы, установленные национальным законодательством [1]. Таким образом, Конвенция № 95 предписывала государствам установить либо период, за который работникам должна быть выплачена заработная плата при банкротстве работодателя, либо предельный размер выплачиваемой суммы. Данная Конвенция была ратифицирована многими странами, в том числе и СССР.

Несмотря на то, что ст. 11 Конвенции № 95 закрепила достаточно важные положения в области защиты прав работников на заработную плату, детальный анализ позволяет сделать вывод о наличии некоторых недостатков, которые ограничивали характер предоставляемой работникам защиты. Следует отметить, что Международной организацией труда была признана недостаточная эффективность привилегированной модели и, в связи с этим, особое внимание было обращено на систему гарантийных страховых учреждений (фондов). Следствием аналитической работы в сфере создания системы гарантийных учреждений явилось принятие нового международного акта, включающего нормы о защите прав работников неплатежеспособных работодателей.

На 79-й сессии Генеральной конференции Международной организации труда в Женеве 23 июня 1992 г. была принята Конвенция МОТ № 173 «О защите требований трудящихся в случае неплатежеспособности предпринимателя» с учетом растущего значения экономического оздоровления неплатежеспособных работодателей и сохранения рабочих мест, а также происходящих изменений в законодательстве и практике зарубежных государств [2]. Целью ее принятия стало согласование государствами единого подхода к проблеме защиты прав работников при неплатежеспособности нанимателя посредством *привилегий* либо *обязательств*, предусматривающих указанную защиту и реализуемую при помощи учреждений *гарантирования* (специализированных гарантийных страховых учреждений). Объем соответствующих обязательств зависит от выбора ратифицирующим ее государством только одной из предлагаемых систем либо одновременно двух систем защиты.

В преамбуле Конвенции №173 сформулированы причины, побудившие МОТ скорректировать свою позицию: важность защиты прав трудящихся в случае неплатежеспособности предпринимателя; из-за социально-экономических последствий банкротства предприятий необходимо предпринимать усилия по их экономическому оздоровлению и сохранению рабочих мест.

Согласно Конвенции, компетентный орган отдельной страны после проведения консультаций с наиболее представительными организациями предпринимателей и работников вправе уточнить круг и категории трудящихся, на которых, в связи с определенными условиями, указанные гарантии могут не распространяться. Например, национальным законодательством могут быть скорректированы положения указанной Конвенции в силу особого характера трудовых отношений в сфере государственной службы или в силу наличия других видов гарантий, обеспечивающих отдельным категориям трудящихся защиту, равную той, которая предусмотрена положениями указанной Конвенции.

Особенностью направления привилегированной защиты требований трудящихся является очередность реализации привилегированных требований. Согласно ст. 8 Конвенции МОТ № 173, национальное законодательство или регламенты могут предоставить требованиям трудящихся более высокий приоритет по сравнению с большинством других требований, и, в частности, с требованиями государства и системы социального обеспечения. В этом случае требования по заработной плате за установленный период времени (который должен составлять не менее трех месяцев, предшествующих неплатежеспособности или прекращению трудовых отношений) должны удовлетворяться из активов неплатежеспособного работодателя до того, как будут удовлетворены требования непривилегированных кредиторов.

Данное положение имеет силу при условии отсутствия защиты прав трудящихся по второму направлению – при помощи гарантийных учреждений. Если требования трудящихся защищены при помощи гарантийных учреждений, то защищенные таким образом требования могут получить более низкий приоритет по сравнению с требованиями государства и системы социального обеспечения. Принципы организации управления, функционирования и финансирования гарантийных учреждений определяются самостоятельно каждой страной, занятой решением проблемы защиты требований работников при банкротстве нанимателя.

В рекомендации МОТ № 180 содержатся принципы функционирования гарантийных учреждений. К ним относятся:

1. Принцип независимости учреждений от деятельности предпринимателя с точки зрения административной, финансовой и юридической поддержки.
2. Принцип общественной деятельности учреждений, т.е. исключительное право финансирования гарантийных учреждений со стороны предпринимателей, если их деятельность полностью не финансируется государственными органами и бюджетами.
3. Принцип разделения полномочий, т.е. учреждения должны принимать на себя ответственность в отношении удовлетворения требований трудящихся независимо от выполнения (невыполнения) предпринимателем своих обязательств по участию в финансировании.
4. Принцип ответственности, который предполагает, что учреждения должны принимать на себя субсидиарную ответственность по обязательствам неплатежеспособных предпринимателей в отношении требований, защищенных гарантией, и иметь возможность предъявлять от своего имени требования тех работников, которым они выплатили причитающиеся суммы.

В Рекомендации № 180 Международная организация труда сформулировала положение о том, что фонды, управляемые гарантийными учреждениями, помимо тех, которые образованы за счет государственных средств, можно использовать только для тех целей, для которых они созданы.

На основе проведенного анализа можно выделить несколько основных условий, необходимых для беспрепятственного функционирования гарантийных фондов. Во-первых, материальные требования работников должны быть законодательно защищены гарантией. Во-вторых, причиной невыплаты по требованиям трудящихся должна быть неплатежеспособность работодателя. В-третьих, активов неплатежеспособного работодателя не хватает для удовлетворения требований работников.

Выбор направления защиты требований работников при неплатежеспособности нанимателя должен быть всесторонне взвешен с позиций целесообразности, возможности реализации норм и юридических последствий.

Как и при рассмотренном направлении защиты требований работников неплатежеспособных предприятий посредством привилегий, гарантийные учреждения защищают тот же минимум требований трудящихся и в том же порядке. Это означает, что общий размер компенсаций также может быть ограничен определенной суммой, которая должна быть не ниже социально-приемлемого уровня. При этом размер выплат должен периодически корректироваться с учетом инфляционных процессов.

За рамками рассматриваемых норм, предусмотренных Международной организацией труда для защиты требований работников в случае неплатежеспособности нанимателя, остаются некоторые положения, необходимые для создания четкой регламентации взаимодействия всех субъектов отношений. Речь идет о нормах, определяющих характер отношений между работниками и лицом, осуществляющим управление имуществом организации или предприятия-должника, об ответственности лиц за несоблюдение требований.

Изучение мирового опыта систем гарантирования выплат работникам при банкротстве нанимателя можно представить, разделив все существующие системы гарантирования на следующие группы:

Европейская модель – передача компенсационных функций существующим органам государственной власти или корпорациям, или создание специализированного учреждения (государственного управляющего фонда гарантирования), формируемого за счет средств бюджета, а также взносов работодателей и работников и осуществляющего выплату компенсаций.

В странах Европейского союза специализированные фонды гарантирования возникли впервые в Бельгии в 1967 году. На современном этапе компенсационные выплаты осуществляют районные службы занятости (например, государственная служба занятости Forem). Финансируются из местного бюджета, местными властями устанавливаются размеры обязательных отчислений работодателей.

В Дании управление системой гарантирования осуществляется пенсионным фондом. Средства фонда формируются за счет пенсионных отчислений работодателей.

В Финляндии Министерство труда выполняет функции управления фондом гарантирования выплат работникам. Формируется за счет поступлений от работодателей.

В Германии институт гарантирования выплат по заработной плате сформирован на базе местных органов занятости. Выплаты осуществляются ежеквартально организацией страхования работодателей и в дальнейшем покрываются за счет средств компаний.

В Англии институтом гарантирования является Национальный фонд страхования, который управляется департаментом торговли и промышленности. Изначально фонд занимался выплатами выходных пособий работникам, в дальнейшем его функции расширились за счет осуществления гарантированных выплат в случае банкротства предприятия.

В Швеции местные власти управляют системой гарантирования. Порядок формирования в разных провинциях различный, однако повсеместно за счет отчислений работодателей.

В Швейцарии созданы кассы взаимопомощи, управляемые как квазигосударственный орган. Средства формируются за счет ежегодных отчислений работодателей и работников. Ставки устанавливаются законом и рассчитываются правительством ежегодно.

В Греции и Португалии фонд гарантирования финансируется из бюджета. Дополнительных отчислений с работодателей не взимается.

В Испании в 1976 г. основан Гарантийный фонд заработной платы ФОГАСА как самостоятельная, независимая и обособленная организация, ответственность за деятельность которой возложена на Министерство труда и социального страхования. Фонд финансируется из доходов государственных и частных предприятий. Взносы рассчитываются от окладов в соотношении 0,4 % к сумме зарплаты, но выплачиваются исключительно из средств предприятий. Кроме того, ФОГАСА имеет право на получение доходов от распродажи имущества обанкротившихся фирм для последующей компенсации задолженности их работникам. Гарантийная система ФОГАСА вызывает большой интерес экспертов в России, поскольку среди всех названных моделей она наиболее приближена к той форме, которая может быть принята за основу.

Бразильская модель (обязательное гарантирование). Все работодатели перечисляют на банковский счет, открытый на имя каждого работника, около 8 % заработной платы работника. Таким образом, за один год в фонде накапливается заработная плата работника за месяц. Суммы на счете приносят доход и не могут быть востребованы работником до наступления специальных случаев. В случае прекращения трудовых отношений, в том числе и в случае банкротства организации-работодателя, работник может обратиться к средствам такого банковского счета, но только в пределах суммы вклада и процентов по нему. По сути, механизм этой модели не отвечает требованиям, предъявляемым к учреждениям гарантирования, таким как коллективная ответственность и полное удовлетворение требований каждого отдельно взятого работника в полном размере.

Венесуэльская модель (гарантирование, основанное на системе доверительных фондов). Предприниматель по своему усмотрению может выплачивать ежегодные отчисления, предоставляемые в связи с выслугой лет или в качестве выходного пособия, если выплаченные таким образом средства будут использованы работниками для учреждения индивидуальных трастов (доверительных фондов). Размер и порядок отчисления средств в доверительный фонд устанавливаются работодателем самостоятельно. Средства, поступившие в трасты, депонируются в банке и выплачиваются его пользователям только в случае прекращения трудовых отношений и только в размере имеющейся на счете суммы депонированных средств. Таким образом, венесуэльская модель, как и бразильская, не в полной мере соответствует требованиям, предъявляемым к гарантийным учреждениям.

Американская модель (отраслевое гарантирование) предусматривает защиту интересов определенных категорий работников. Главным образом защита прав трудящихся в форме гарантирования выплат относится к строительной отрасли. Федеральное законодательство США устанавливает гарантию выплаты заработной платы предприятием, имеющим контракт на строительство в государственном секторе, которое обязано гарантировать выплаты заработной платы в случае своей неплатежеспособности. Такая система гарантирования включает гарантийные средства, которые депонируются в государственные или иные ценные

бумаги; предоставляется гарантия независимым учреждением, к которому работники могут обратиться в случае неуплаты по искам.

Японская модель (доверительные фонды гарантирования) развивается с 1975 года, с момента законодательного закрепления возможности вложения собственных денежных средств работника в капитал организации-работодателя и обеспечения им сохранности вложенных средств через создание доверительных фондов. Доверительный фонд по своему юридическому статусу не зависит от предприятия, а его имущество составляет обособленный комплекс. Порядок компенсации требований работников устанавливается в каждом конкретном случае. Фонды управляются банками или иными кредитными учреждениями. В настоящее время материальные права около 30 млн трудящихся Японии защищены доверительными фондами.

Мировой опыт показывает, что, например, в странах Европы права работников защищены соответствующими механизмами, которые отсутствуют в нашем законодательстве. Гарантийные фонды по выплате заработной платы созданы в странах-соседях Республики Беларусь – Польше и Латвии. В ФРГ требования работников в размере долга за три месяца защищены специальной системой социального обеспечения, финансируемой платежеспособными предприятиями. Аналогичные фонды действуют в практически всех странах Евросоюза, их деятельность предусмотрена соответствующими Конвенциями Международной организации труда. Согласно законодательству Великобритании, при недостаточности денежных средств для выплаты долгов работникам, конкурсный управляющий организации или предприятия-банкрота направляет требование в Департамент торговли и промышленности о выплате работникам соответствующей компенсации из национального страхового фонда. В то же время, опыт зарубежных стран показывает, что, несмотря на признание гарантийных механизмов единственным средством решения проблем безусловной выплаты заработной платы работникам неплатежеспособных предприятий, наибольшие споры в формировании механизмов гарантирования вызывает именно степень участия всех сторон – Правительства, нанимателей и работников.

На сегодняшний день социальным аспектам банкротства (с учетом значительного количества случаев задолженности по выплате заработной платы) уделяется пристальное внимание. Разрабатываются подходы к решению вопроса о гарантиях прав работников в условиях банкротства нанимателей. В связи с этим многогранный и разнообразный мировой опыт гарантирования выплат по заработной плате при банкротстве предприятий требует детального изучения и возможности адаптации к современным условиям белорусского государства.

С учетом проведенного анализа мирового опыта, а также законодательства Республики Беларусь, можно выделить два основных способа реализации механизмов гарантирования выплат работникам при несостоятельности (банкротстве) нанимателя: государственный и коммерческий. При государственном гарантировании возможны следующие механизмы: внебюджетное гарантирование, или создание специализированного юридического лица – гарантийного фонда (например, агентства по страхованию рисков хозяйственной деятельности работодателей), учреждаемого самостоятельно государством или совместно с коммерческими организациями. При коммерческом гарантировании возможны следующие механизмы: использование механизма факторинга в отношении требований работников к работодателю, или системы обязательного страхования. Создание системы обязательного гарантирования решит проблему накопившейся за предыдущие периоды задолженности по заработной плате, позволит исключить злоупотребление материальными правами работников. Внесение изменений в законодательство, регулирующие вопросы банкротства, позволит обеспечить защиту прав работников при несостоятельности (банкротстве) нанимателя и повысит в целом защиту прав работников в Республике Беларусь.

#### **Список использованных источников**

1. Конвенция № 95 Международной организации труда «Об охране заработной платы» (1949 г.) // Консультант Плюс : Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – Дата доступа : 28.01.2015.
2. Конвенция № 173 Международной организации труда «О защите требований трудящихся в случае неплатежеспособности предпринимателя» (1992 г.) [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_151685/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_151685/) – Дата доступа : 28.01.2015.
3. Об экономической несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 13 июля 2012 г., № 415-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. Папе, Герхард. Институт несостоятельности: общие проблемы и особенности правового регулирования в Германии : Комментарий к действующему законодательству : пер. с нем. / Герхард Папе; Пер. Р. И. Каримуллин; Ред. Т. Ф. Яковлева; Вступ. сл. Вильфрид Бергманн. – М. : БЕК, 2002. – 272 с.
5. Степанов, В. В. Несостоятельность (банкротство) в России, Франции, Англии, Германии / В. В. Степанов. – Москва: Статут, 1999. – 204 с.

# ВЕРИФИКАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛАТВИИ

**И.С. Воронова**

Проф., Dr.oec.

Рижский технический университет, Рига, Латвия

**В.А. Янсон**

Проф., Dr. Math.

Рижский технический университет, Рига, Латвия

**Введение.** В условиях глобализации экономических связей между предприятиями, сохраняется интерес к проблеме оценки платёжеспособности партнёров. История развития моделей на протяжении 50 лет выделила три класса моделей – модели индекса риска (класс наивных моделей), дискриминантные модели и модели условной вероятности (logit/probit). В последние годы значительно увеличилось количество исследований посвященных разработке моделей условной вероятности, которые используются кредитными учреждениями для управления кредитным портфелем. Модели индекса риска не получили значительного распространения в качестве инструмента оценки неплатёжеспособности ввиду незначительного количества представителей этого класса и отсутствия исследований по оценке их качества предсказания неплатёжеспособности по сравнению с дискриминантными и logit/probit моделями.

Целью данной работы является верификация моделей, используемых для оценки вероятности неплатёжеспособности латвийских промышленных предприятий. Задачи исследования заключаются:

- в исследовании предыдущих работ по верификации моделей оценки платёжеспособности/ банкротства;
- в оценке эффективности использования моделей оценки платёжеспособности/банкротства пригодных для условия Латвии;
- в разработке выводов об эффективности использования моделей оценки платёжеспособности /банкротства и рекомендации по их применению в оценке платёжеспособности промышленных предприятий.

Предметом исследования является верификация 6 моделей оценки неплатёжеспособности, из которых 4 модели принадлежат к моделям дискриминантного типа (Altman Z, Z', Z"; R.Tafler & H.Tisshaw) и по одной – к моделям индекса риска (D.Dugan) и условной вероятности (Genriha and Co). Объектом исследования являются латвийские малые и средние промышленные предприятия. Гипотезами исследования являются ( $H_1$ ,  $H_2$  и  $H_3$ ) – модели зарубежных авторов нуждаются в верификации для того, чтобы можно было их рекомендовать к использованию для оценки платёжеспособности предприятий ( $H_1$ ), модели дискриминантного типа не обладают значительным преимуществом перед моделями других двух классов ( $H_2$ ) и модели индекса риска нуждаются в углублённом исследовании оценки точности моделей на примере предприятий промышленной сферы ( $H_3$ ).

**Обзор литературы.** История (см. таблицу 1) и библиометрическое исследование развития комплексных систем оценки вероятности платёжеспособности/банкротства, выполненное Bellovary [3] за период с 1936 по 1990 годы, показывает, что из 165 рассматриваемых моделей, 62 % моделей являются моделями дискриминантного типа и моделями условной вероятности (Logit/Probit), 23 % моделями других типов и 15 % – моделями нейронных сетей. Развитие моделей условной вероятности и нейронных сетей связано с необходимостью кредитных учреждений заниматься управлением кредитного риска. Не отмечена зависимость точности моделей от количества фактов включённых в них. Азиз, Дар [2] рассмотрели 89 исследований по прогнозированию риска банкротства в 1968-2003. Эти авторы провели критический анализ методологии и эмпирических выводов применения моделей в 11 странах и обнаружили, что модели типа Z-счета и логита были наиболее популярными во всех анализируемых работах. Обзор моделей для оценки риска неплатёжеспособности в Балтийских странах приведён в работе И. Вороновой [25].

Интерес представляет не только развитие моделей оценки неплатёжеспособности, но и их верификация. В таблице 2 приведён обзор работ рассматривающих оценку точности предсказания неплатёжеспособности выполненных в 2010-2013годах. Лифшиц, Якоби [16] провели эмпирическое исследование, поставив в нем вопрос о том, можно ли полагаться на две версии модели Альтмана (1968), чтобы предсказать финансовый крах публичных торговых компаний в Израиле в период между 2000 и 2007. Исследователи обнаружили, что для прогнозирования финансовой неплатёжеспособности Израильских компаний, предпочти-

тельной является модель Ingbar [16], которая является адоптированной моделью Альтмана с критическим порогом  $Z=1$  и серой зоной ( $1 < Z < 2,5$ ), значение  $Z$  больше, чем 2,50 указывает на стабильное состояние компания. По данным данного исследования, модель Ingbar предсказывает банкротство компании с точностью 95 % за один год до банкротства и с точности 85 % за два года до банкротства.

В Латвии процесс адаптации и верификации моделей оценки платёжеспособности относится к 1998 году, когда сотрудники Рижского технического университета Р. Шорин и И. Воронова [23], на основе данных латвийских предприятий, разработали модель  $Z$  которая считается первой моделью разработанной для условий Латвии. Однако, в соответствии с собственным мнением разработчиков, для этой модели характерны следующие недостатки: не принято во внимание отбор предприятий с учётом особенности отраслей, а также факт, что модель основана на небольшой выборке предприятий. Данная модель 5 раз включалась в исследование точности результатов для прогнозирования неплатёжеспособности на период один год.

И. Мавлютова [17], Н. Лаце и Н. Коледа [15] в 2007 году и 2008 проводили исследования, посвящённые правильному выбору инструментов оценки несостоятельности, но их исследования не включает в себя оценку платёжеспособности моделей прогнозирования на основе конкретных бизнес-данных.

Таблица 1

**Характеристика комплексных систем оценки вероятности платёжеспособности/банкротства [5, 20]**

Тип классических методов	Используемый инструментарий	Краткая характеристика		
		Количество параметров включаемых в модель	Вид используемых в весов	Период появления и тип модели. Главные особенности метода
Дискриминантные модели	Мультипликативный дискриминантный анализ	$\frac{2-30^1}{5-11^2}$	коэффициенты	60-е годы XX века, количественные модели. Авторы первых моделей – Beaver (USA,1966), Altman (USA,1968), Lis (UK,1972); Taffler (UK, 1974); Beerman (Germany,1976). Итоговое число интерпретируется с помощью заданных интервалов значений модели, отображающих состояние компаний. Количество интервалов варьируется от двух до пяти. Существуют интервалы неопределённости
Модели условной вероятности (logit/probit)	Логистический анализ	$\frac{3-32}{5-8}$	коэффициенты	1970's годы XX века, количественные модели. Авторы первых моделей – Martin, Hanweck (1977, application – Bank), Ohlson (1980, general), Zmijewski (1984, general), Zavgen (1985, manufacturing firms). Итоговое число является вероятностью наступления банкротства компании, которая также может быть интерпретирована с помощью заданных интервалов. Интервалов неопределённости нет
Модели индекса риска	Экспертно-математический	$\frac{3-30}{5-7}$	Коэффициенты, баллы	40-е годы XX века зарождение скоринга, 70-е годы развитие моделей балльных оценок, количественные модели. Авторы первых скоринговых моделей – Duran (1942), Tamari (1966), Moses and Liao (1987), Kralicek (1990). Итоговое число является суммой баллов, далее интерпретируется с помощью заданных интервалов модели, выраженных в классах финансового состояния. Классов неопределённости нет

<sup>1</sup>количество факторов используемых в различных моделях

<sup>2</sup>среднее количество факторов включенных в модель

Таблица 2

**Примеры верификации моделей<sup>3</sup>**

Исследователь, год	Примеры верификации моделей
Alkhatib, K., Al Bzour, A.	Модель Альтмана(Altman), модель Кида (Kida)
Лившиц, Якоби	Модель Альтмана (Altman), модель Ингбара (Ingbar)
Ghodrati, H., Moghaddam, A. H.	Модель Альтмана (Altman), Shirata, Ohlson, Smijewsky, CA Score, Fulmer, Springate, Farajzdech Genetic, and McKee Genetic Models
Jouzbankand, M., Keivani F.S, Khodadadi M.	Model Ohlson and Shirata Model

<sup>3</sup> таблица составлена авторами по данным [1, 11, 13, 16, 19]

Проводимые в Латвии исследования можно разделить на две группы: разработка моделей оценки финансового состояния предприятий и кредитного риска (первая группа) и количественные исследования точности зарубежных моделей (вторая группа).

К исследованиям первой группы относятся работы Шорина и Вороновой [23], Шкилтере Д. и Жука Р. [21], Муциниесе и Лаце [18], Генрих, Петтере и Вороновой [9,10].

Шкилтере Д. и Жука Р. для построения модели банкротства использовали 9 финансовых коэффициентов модели Дж Фулмер [21]. При построении модели авторами использовался многомерный статистический анализ. Для оценки финансового состояния предприятия было предложено использовать целевую

функцию оценки для трех групп (слабых, средних и стабильных) предприятий. Однако, по мнению авторов работы, исследователи не полностью придерживались идентичности при определении показателей и, чтобы отнести новое предприятие к той или иной группе, необходимо подставить значения его показателей во все три полученных уравнения и отнести его к той группе, для которой значения целевой функции больше. В разработанные целевые функции для трех групп предприятий вошли 7 показателей идентичных модели Дж. Фулмера и показатель (отношение основных средств к активам) предложенный Шкилтере Д. и Жука Р.

Генрих И., Петтере Г., И Воронова И. [10], разработали модель logit класса для прогнозирования неплатёжеспособности (кредитоспособности) латвийских предприятий. Авторы создали 3-факторную модель, опираясь на исторические данные 1272 латвийских компаний. Авторы показали, что разработанная ими модель для Латвийских предприятий демонстрирует более высокую точность, чем модели, созданные на основе данных иностранных компаний. Модель определяет риск банкротства компании как вероятность неплатёжеспособности в следующем году, на основании того, что компания не сможет погасить свои кредитные обязательства за срок, не превышающий 90 дней.

Ко второй группе исследований относятся исследования Вороновой и Романцевич [24], Шнейдере [22], Диденко, Воронова [8], Берзкалне и Зелгалве [4]. Воронова и Романцевича [24] провели исследование возможности применения модели Д.Дьюрана для оценки неплатёжеспособности малых и средних предприятий Латвии [8, 26]. Р. Шнейдере [22] не только описала наиболее популярные модели прогнозирования банкротства зарубежных авторов, но и провели их эмпирическое исследование. Р. Шнейдере использовала 10 моделей дискриминантного типа. Объем выборки состоял из данных 163 латвийских предприятий, принадлежащих к 4 различным секторам экономики. В настоящем исследовании использованы данные 513 финансовой отчетности за период с 2000 по 2004 годы. В исследовании не хватает, оценки точности полученных результатов с использованием статистической значимости рассчитываемой на основе, ROC кривой и Hosmer-Lemeshow теста.

Диденко, Воронова и Межиелс [26] исследовали возможность применения быстрого теста Краличека (Kralicek Quick Test, KQT) [14] для оценки неплатёжеспособности Латвийских предприятий. Объем выборки составляли данные 48 малых и средних предприятий за 2007-2010 годы. Авторы провели сравнительный анализ результатов оценки неплатёжеспособности полученных с использованием KQT с результатами, полученными с использованием моделей Альтмане Z' и Д. Дюрана. Авторы обратили внимание на то, что оценочное значение по методу Краличека имеет тенденцию к завышению оценки как неопределённое состояние [26].

В работе Берзкалне и Зелгалве [4] проведено исследование возможности использования 7 моделей оценки вероятности банкротства по 75 балтийским компаниям, зарегистрированным на бирже (Baltic Stoc Exchange) за период с 2005-2011 года. Для верификации моделей авторы выбрали модели дискриминантного типа – Altman Z-Score model, modified Altman Z-Score model Z' и Z'', Fulmer, Springale, Zmjeewiski и Sorin/Voronova. Авторы считают, что полученные в данном исследовании результаты точности модели Sorin/Voronova являются не объективными, так как модель разработана для малых и средних предприятий, а исследование проводилось на выборке крупных предприятий. Оценку точности моделей авторы проводили с использованием ошибок первого и второго рода.

**Методология исследования.** В данном разделе авторы обобщили статистику неплатёжеспособности и приводят общую характеристику и методику исследования. В таблице 3 приведена информация по корпоративной неплатёжеспособности в странах Балтии за период 2005-2013 годы.

Таблица 3

**Корпоративная статистика банкротства в странах Балтии [6, 7, 12]**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Всего	Доля, %
Латвия	830	1174	1272	1277	2322	2407	813	881	818	11794	46 %
Литва	773	808	647	731	1168	1496	1302	1354	1561	9840	38 %
Эстония	429	352	333	366	693	504	623	506	469	4275	17 %
Всего	2032	2334	2252	2374	4183	4407	2738	2741	2848	25909	100 %

До финансового кризиса (2007-2008) годов количество неплатёжеспособных предприятий составляло от 2000 до 2374 предприятий, с учётом лага в один год, количество неплатёжеспособных предприятий в странах Балтии увеличилось почти в два раза (2009-2010 годы), при снижении темпов банкротства в Латвии и Эстонии, при сохранении темпов неплатёжеспособности в Литве. В Литве за 9 лет темпы неплатёжеспособности составляли в среднем 8,1 % в год. За период с 2005-2013 годов наибольшая доля банкротств приходилась на Латвию (48 %). Этот факт подтверждает актуальность проблемы, связанной с исследованием точности моделей оценки вероятности неплатёжеспособности.

Исследование выполнено на примере 100 латвийских предприятий промышленности, из которых 55 предприятий принадлежат отрасли металлообработки и машиностроению, остальные предприятия принадлежат к пищевой промышленности и предприятиям связи. В выборке 83 предприятия относятся к группе платёжеспособных и для 17 предприятий актуален процесс неплатёжеспособности. В таблице 4 обобщены

показатели по группе платёжеспособных и неплатёжеспособных предприятий. Коэффициент текущей ликвидности по неплатёжеспособным предприятиям за все 8 лет меньше единицы, а по платёжеспособным предприятиям средний коэффициент составлял – 2,34, что соответствует оптимальному уровню этого показателя. Средняя доля собственного капитала по отношению к обязательствам составляет по платёжеспособным предприятиям 29,6 %, а неплатёжеспособным – 17,4 %

Таблица 4

**Средние показатели анализируемых предприятий**

Показатели		Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент абсолютной ликвидности	Доля обязательств в балансе	Отношение собственного капитала к обязательствам (К4)
Платёжеспособные	2012	2,87	0,86	0,60	0,15
	2011	1,78	0,27	0,69	0,39
	2010	3,13	1,00	0,62	0,24
	2009	2,65	0,94	0,62	0,26
	2008	2,03	0,28	0,59	0,36
	2007	2,15	0,58	0,60	0,35
	2006	1,96	0,39	0,60	0,35
	2005	2,18	0,46	0,58	0,27
Не платёжеспособные	2012	0,92	0,07	0,75	0,12
	2011	0,84	0,07	0,94	0,21
	2010	0,73	0,04	9,43	0,14
	2009	0,71	0,02	39,10	0,17
	2008	0,46	0,02	29,83	0,13
	2007	0,65	0,03	5,08	0,17
	2006	0,61	0,04	14,78	0,36
	2005	0,50	0,02	39,83	0,09

Для исследования были выбраны классические модели Альтмана ( $Z, Z', Z''$ ), Таффлера, Г.Тишоу, модель Д. Дюрана и модель Probit/Logit типа (Генриха & Co). В таблице 5 приведена их характеристика. Выбор первых четырёх моделей связан с тем, что Р. Шнейдере [22] провела исследование точности этих же моделей, что даёт возможность авторам провести сравнительный анализ точности использования моделей для оценки платёжеспособности латвийских предприятий.

Таблица 5

**Описание используемых в исследовании моделей [20, 25]**

Модель	Формула	Интерпретация результатов																
Z-модель Альтмана	$Z = 1,2 \cdot k_1 + 1,4 \cdot k_2 + 3,3 \cdot k_3 + 0,6 \cdot k_4 + 0,999 \cdot k_5$	$Z < 1,8$ – очень высокая; $1,8 < Z < 2,7$ – высокая; $2,7 < Z < 3$ – возможная; $Z > 3$ – очень низкая.																
Z'-модель Альтмана	$Z' = 0,717 \cdot k_1 + 0,847 \cdot k_2 + 3,107 \cdot k_3 + 0,42 \cdot k_4 + 0,995 \cdot k_5$	$Z' < 1,23$ – очень высокая; $1,23 < Z' < 2,9$ – возможная; $Z' > 2,9$ – очень низкая.																
Z''-модель Альтмана	$Z'' = 6,56 \cdot k_1 + 3,26 \cdot k_2 + 6,72 \cdot k_3 + 1,05 \cdot k_4$	$Z'' < 1,1$ – очень высокая; $1,1 < Z'' < 2,9$ – возможная; $Z'' > 2,9$ – очень низкая.																
модель Р. Таффлера, Г. Тишоу (ТТ)	$ТТ = 0,53 \cdot k_4 + 0,13 \cdot k_5 + 0,18 \cdot k_6 + 0,16 \cdot k_7$	$ТТ < 0,2$ – очень высокая; $ТТ > 0,3$ – очень низкая.																
Модель Д. Дюрана (D)	$Dd = b_1 \cdot ROA + b_2 \cdot CR + b_3 \cdot EtTA$	Вероятность наступления банкротства (класс): I – очень низкая; II – низкая; III – возможная; IV – высокая; V – очень высокая.																
И. Генриха, Г. Петтера, И. Воронова (PD)	$PD = \frac{1}{1 + e^{-z}}$ ; $L(x_i; a, b)_i = \frac{1}{1 + e^{\{-(a + b \cdot x_i)\}}}$ $Z = 25,998 \cdot L_1 + 33,358 \cdot L_2 + 16,208 \cdot L_3 - 5,662$ <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th><math>x_i</math></th> <th>Rate</th> <th>a</th> <th>b</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><math>x_1</math></td> <td><math>PBT/E</math></td> <td>-3,03080</td> <td>-2,06326</td> </tr> <tr> <td><math>x_2</math></td> <td><math>NT/TA</math></td> <td>-1,07324</td> <td>-3,59669</td> </tr> <tr> <td><math>x_3</math></td> <td><math>LTL/TA</math></td> <td>-6,80139</td> <td>4,35983</td> </tr> </tbody> </table>	$x_i$	Rate	a	b	$x_1$	$PBT/E$	-3,03080	-2,06326	$x_2$	$NT/TA$	-1,07324	-3,59669	$x_3$	$LTL/TA$	-6,80139	4,35983	Характеристика классов риска невыполнения обязательств приведена в таблице 6.
$x_i$	Rate	a	b															
$x_1$	$PBT/E$	-3,03080	-2,06326															
$x_2$	$NT/TA$	-1,07324	-3,59669															
$x_3$	$LTL/TA$	-6,80139	4,35983															

$k_1$  – Рабочий капитал / Активы;  $k_2$  – Нераспределённая прибыль / Активы;  $k_3$  – ЕБИТ / Активы;  $k_4$  – Собственный капитал / Обязательства;  $k_5$  – Выручка / Активы;  $k_6$  – Текущие обязательства / Текущие активы;  $k_7$  – Текущие активы / Активы;  $k_8$  – Выручка / Активы. ROA – Нетто прибыль / Активы; CR – Текущие обязательства / Текущие активы; EtTA – Собственный капитал / Активы;  $b_1, b_2, b_3$  – коэффициенты пересчёта в баллы в соответствии с таблицей [ ]; PD – Вероятность дефолта в течение года;  $L_1$  – Прибыль до уплаты налогов (PBT) / Собственный капитал (E);  $L_2$  – Выручка (NT) / Активы (TA);  $L_3$  – Долгосрочные обязательства (LTL) / Активы.



Классы риска логистической модели Генриха, Петтеры и Вороной

Класс риска		PD		Z	
		Нижний предел, %	Верхний предел, %	Нижний предел	Верхний предел
1	платежеспособные	0,01	0,10	-9,31	-6,95
2		0,10	0,25	-6,95	-6,01
3		0,25	0,50	-6,01	-5,30
4		0,50	0,75	-5,30	-4,89
5		0,75	1,00	-4,89	-4,59
6	неплатежеспособные	1,00	1,75	-4,59	-4,02
7		1,75	3,00	-4,02	-3,47
8		3,00	5,00	-3,47	-2,95
9		5,00	10,00	-2,95	-2,24
10		10,00	25,00	-2,24	-1,30

**Эмпирический анализ и результаты верификации.** Исследование выполнялось на основе выборки данных базы данных LURSOFT<sup>1</sup>. В таблице 7 представлен фрагмент результатов построения классифицирующих функций оценки состояния предприятия по 5 моделям и фактическое состояние предприятия. Верификация моделей осуществляется с изучением ошибок 2 типов. Ошибка первого типа – по прогнозам предприятие платежеспособно, но на самом деле предприятие является неплатежеспособным (E<sub>1</sub>) и, по прогнозам предприятие определяется как неплатежеспособным, но предприятие сохранило платежеспособность (E<sub>2</sub>).

Таблица 7

Результаты оценки состояния предприятия (фрагмент)

Предприятие	Значение модели					Фактическая оценка состояния	Результат прогноза				
	Z	Z'	Z''	TT	D <sub>d</sub>		P_Z	P_Z'	P_Z''	P_TT	P_D <sub>d</sub>
1	2,68	2,57	0,68	0,63	5,23	N	N	N	B	N	B
2	1,67	1,72	-1,01	0,52	5,22	N	B	N	B	N	B
3	2,90	2,74	1,80	0,66	7,50	N	N	N	N	N	B
4	1,98	1,75	1,94	0,43	23,05	N	N	N	N	N	B
5	2,48	2,26	2,26	0,63	34,87	N	N	N	N	N	B
6	2,32	2,26	0,31	0,54	18,94	N	N	N	B	N	B
7	9,28	7,30	16,47	3,48	100,00	N	N	N	N	N	N
8	2,66	2,34	3,69	1,16	58,11	N	N	N	N	N	N
9	2,85	2,50	3,41	0,61	28,71	N	N	N	N	N	B
10	2,88	2,63	3,12	0,65	21,21	N	N	N	N	N	B
11	3,60	3,29	2,94	0,71	23,67	N	N	N	N	N	B
12	3,51	2,93	5,26	0,67	30,30	N	N	N	N	N	B
13	2,86	2,20	5,38	0,44	50,00	N	N	N	N	N	N
14	6,09	4,53	11,62	1,21	66,85	N	N	N	N	N	N
15	1,71	1,59	1,06	0,41	12,63	N	B	N	B	N	B
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
94	1,20	1,53	-5,20	0,57	70,00	B	B	N	B	N	N
95	1,60	1,58	-0,46	0,41	16,94	B	B	N	B	N	B
96	2,29	1,99	2,53	0,51	19,48	B	N	N	N	N	B
97	4,67	4,08	7,32	0,81	59,77	B	N	N	N	N	N
98	0,53	0,57	-0,70	0,31	26,35	B	B	B	B	N	B
99	1,19	1,19	-0,66	0,45	64,34	B	B	B	B	N	N
100	4,16	4,30	-2,51	1,04	20,38	B	N	N	B	N	B

Примечание к таблице 7 – N – платежеспособное предприятие; B – неплатежеспособное предприятие.

<sup>1</sup>При подготовке информационной базы (сборе данных балансов предприятий и отчетов о прибылях /убытках) принимала участие О. Воликова. Ошибки E<sub>1</sub> у всех моделей, за исключением Z''-модели Альтмана, больше ошибок E<sub>2</sub>. Из этого можно сделать вывод, что данные модели точнее оценивают платежеспособные предприятия, чем неплатежеспособные предприятия. Самая большая доля верно классифицированных положительных случаев (TP – True Positives) показывает модель Р. Таффлера, Х.Тишоу, но одновременно это модель не показала не одного верно классифицированных отрицательных случаев (TN – True Negatives) (неплатежеспособности предприятий). Модели дискриминантного типа Альтмана (Z, Z', Z'') и Р. Таффлера, Г. Тишоу обеспечивают более высокую точность оценок (от 67,4 % до 82 %). Минимальную точность оценки показала модель Д. Дюрана, которая около 50 % точно оценивает платежеспособность / неплатежеспособность предприятия (см. рис.1).

## Результаты верификация моделей на срок один год

Модель	Фактическое состояние предприятий	Прогнозные оценки				
		Количество правильных оценок	Точность, %	Количество неправильных оценок	Ошибка, %	Всего оценок
Z -модель Альтмана	Неплатёжеспособные	10	58,82	7	41,18 <sup>1</sup>	17
	Платёжеспособные	64	77,11	19	22,89 <sup>2</sup>	83
	Всего	29	74,00	73	<b>26,00</b>	100
Z'-модель Альтмана	Неплатёжеспособные	8	47,06	9	52,94	17
	Платёжеспособные	74	89,16	9	10,84	83
	Всего	82	82,00	18	<b>18,00</b>	100
Z''-модель Альтмана	Неплатёжеспособные	14	82,35	3	17,65	17
	Платёжеспособные	55	66,27	28	33,73	83
	Всего	69	69,00	31	<b>31,00</b>	100
Модель Р.Таффлера, Г.Тишоу (ТТ)	Неплатёжеспособные	0	0,00	17	100,00	17
	Платёжеспособные	81	97,59	2	2,41	83
	Всего	81	81,00	19	<b>19,00</b>	100
Модель Д. Дюрана (D)	Неплатёжеспособные	8	47,06	9	52,94	17
	Платёжеспособные	40	48,19	43	51,81	83
	Всего	48	48,00	52	<b>52,00</b>	100
Генриха &Co (PD)	Неплатёжеспособные	10	58,82	7	41,18	17
	Платёжеспособные	56	67,47	27	32,53	83
	Всего	66	66,00	34	<b>34,00</b>	100

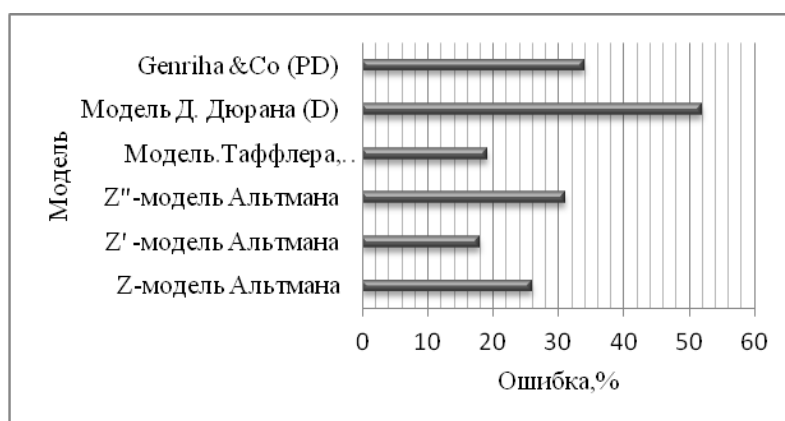
<sup>1</sup>E<sub>2</sub>; <sup>2</sup>E<sub>1</sub>.

Рис.1. Оценка величины ошибок при использовании моделей платёжеспособности

Обобщённые результаты чувствительности (Sensitivity, S<sub>s</sub>) и специфичности (Specificity, Sp) рассматриваемых моделей Альтмана (Z, Z', Z'') приведены в таблице 9. Чувствительность определяется процентом предварительно верифицированными неплатёжеспособными предприятиями, которые по результатам модели признаны неплатёжеспособными. Специфичность модели определяется процентом (долей) платёжеспособных предприятий, которые по результатам оценки отнесены к группе платёжеспособных.

Таблица 9

## Чувствительность и специфичность дискриминантных моделей, %

Модель	Чувствительность (Sensitivity, S <sub>s</sub> )	Специфичность (Specificity, Sp)
Z -модель Альтмана	58,82	22,89
Z'-модель Альтмана	47,06	10,84
Z''-модель Альтмана	82,35	33,73

Используя программу SPSS, были проанализированы с помощью ROC (Receiver operating characteristic) все вышеописанные модели. В ROC анализе исследовалась площадь AUC (Area Under Curve) под кривой ROC (см. рис.2). Чем больше величина AUC, тем точнее классификационная модель (максимальная площадь=1). При площади, равной 0,5 классификационная модель эквивалентна случайной модели «Монета», такая модель, очевидно не годится для дальнейшего использования. Наиболее хорошие показатели точности классификации имеют модели Альтмана Z (см. табл. 9). Остальные модели требуют усовершенствования, так как их показатели точности не сильно отличаются от показателей точности модели Дюрана.

Модель	Точность, %	AUC, %
AltmanaZ	74	71
AltmanaZ'	82	70
AltmanaZ''	69	85
D. Djuran	41	39

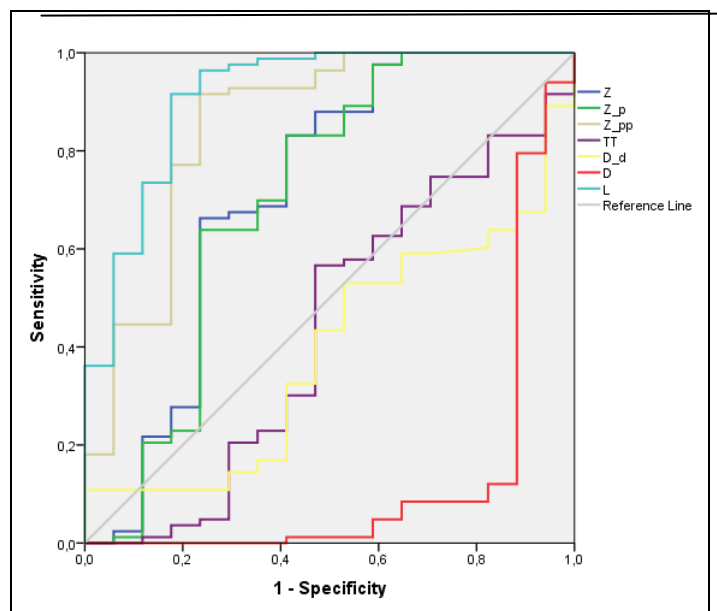


Рис.2. ROC – кривые анализируемых моделей

**Заключение.** Проведённое исследование подтверждает выдвинутые две гипотезы ( $H_1$  и  $H_3$ ) о том, что модели зарубежных авторов нуждаются в периодической верификации, а модель индекса риска (Д. Дюрана) должна исследоваться в разрезе факторов включённых в состав классифицирующей функции. Гипотеза о том ( $H_2$ ), что модели дискриминантного типа не обладают значительным преимуществом перед моделями других двух классов не нашла своего подтверждения на примере предприятий промышленной сферы Латвии. Модели дискриминантного типа имеют наименьшую величину ошибок при оценке статуса платёжеспособности предприятия по сравнению с 2 моделями относящимся к другим группам. Для повышения достоверности исследований следует увеличивать долю неплатёжеспособных предприятий включаемых в выборку.

Несмотря на появление моделей Logit/Probit класса, классические модели Альтмана остаются востребованными в анализе платёжеспособности предприятий во многих странах мира, в том числе в Латвии.

#### Список использованных источников

1. Alkhatib, K., Predicting Corporate Bankruptcy of Jordanian Listing Companies: Using Altman and Kida Model. / K. Alkhatib, A. Al Bzour, A. // International Journal of Business and Management. – 2011 – Vol. 6, Nr. 3. – P. 208-215.
2. Aziz, M.A. Predicting corporate bankruptcy: Where we stand? / M.A. Aziz, H.A., Dar, H.A. // Corporate Governance. – 2006. – Vol. 6, Issue 1. – P. 18-33.
3. Bellovary I. Review of Bankruptcy prediction Studies: 1930 to Present // I. Bellovary, D. Giacomino, M. Akers. [Electronic resource] 1-1-, 2007. 43 p. Mode of Access: [http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?Article=1025&context=account\\_fac](http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?Article=1025&context=account_fac). – Date of access 04.03.2015.
4. Berzkalne I., Zelgalve E. Bankruptcy prediction models a comparative study of the Baltic listed companies. Journal of Business Management, 2013. N7. – P.72-82.
5. Boritz, J. E. Predicting Business Failure in Canada / J.E. Boritz, D.B. Kennedy, J. Sun // Accounting Perspectives. – 2007, Vol. 6, No. 2. – P.141-165.
6. Didenko, K. Assessment of Enterprises Insolvency: Challenges and Opportunities / K. Didenko, J. Mežiels, I. Voronova // Economics & Management, No 17(1). – Kaunas: Technologija, 2012. – P. 69-76. Mode of Access: <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/2253/1735>. – Date of access 04.03.2015.

7. Corporate insolvencies in the Baltic countries 2013/14. [Electronic resource]. Mode of Access: [http://www.businesscreditreports.com/documents/analysis\\_corporate\\_insolvencies\\_in\\_europe\\_2013-14.pdf](http://www.businesscreditreports.com/documents/analysis_corporate_insolvencies_in_europe_2013-14.pdf). – Date of access 04.03.2015.
8. Corporate insolvencies in the Baltic countries 2012/13. [Electronic resource]. Mode of Access: [http://www.creditreform.com/fileadmin/user\\_upload/CR-International/local\\_documents/Analysen/Corporate\\_Inso\\_lvenscies\\_12\\_13.pdf](http://www.creditreform.com/fileadmin/user_upload/CR-International/local_documents/Analysen/Corporate_Inso_lvenscies_12_13.pdf). – Date of access 04.03.2015.
9. Genriha, I., Voronova, I. Methods for Evaluating the Creditworthiness of Borrowers. / I. Genriha, I. Voronova // Economics and Business. – 2012. – Vol.22. – P.42-49.
10. Genriha, I., Pettere, G., Voronova I. Entrepreneurship Insolvency Risk Management: case Latvia. //International Journal of Banking, Accounting and Finance (IJ BAAF). Volume 3. Number 1/2011. Mode of Access: <http://inderscience.metapress.com/content/u0tj86465282p582/>. – Date of access 14.03.2015.
11. Ghodrati, H. A Study of the Accuracy of Bankruptcy Prediction Models: Altman, Shirata, Ohlson, Zmijewsky, CA Score, Fulmer, Springate, Farajzdech Genetic, and McKee Genetic Models for the Companies of the Stock Exchange of Teheran / H. Ghodrati, A.H.M. Moghaddam // American Journal of Scientific Research. 2012. Vol. 59. – P. 55–67.
12. Insolvencies in Europe. // Creditreform. Mode of Access: <http://www.creditreform.cz/en/press-and-downloads/development-of-insolvencies-in-europe.html>. – Date of access 04.03.2015.
13. Jouzbarkand, M. Bankruptcy Prediction Model Ohlson and Shirata Modeli in Tehran Stock Exchange / M. Jouzbarkand, FS., Keivani, M. Khodadadi // World Applied sciences Journal, – 2013, 21(2) 152-156 p. Mode of Access: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.388.2098&rep=rep1&type=pdf>. – Date of access 04.03.2015.
14. Kralicek, P., Böhmendorfer, F. Kralicek, G. Kennzahlen für Geschäftsführer: Das Handbuch für Praktiker, Auflage Ueberreuter, 2001. – 1280 s.
15. Lace, N., Koleda, N. Selecting the Right Tool for Evaluating of Solvency: the Case of Latvian Enterprises // Business and Management' 2008. 2008. pp. 228-234. Mode of Access: [http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BUS\\_MANA\\_2008/fin-engeneering](http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BUS_MANA_2008/fin-engeneering). – Date of access 14.03.2015.
16. Lifschutz, S. Predicting Bankruptcy: Evidence from Israel / S. Lifschutz, A. Jacobi A. //International Journal of Business and Management. – 2010. – Vol. 5, issue 4. – P. 133–141.
17. Mavlutova, I. The prognostication of eventual bankruptcy of enterprise.- Proceedings of the Seventh International Conference „ Enterprise in transition „, – Split: University of Split, Faculty of Economics, Croatia, 2007. – P.505-513. Mode of Access: <http://www.efst.unist.hr/eitconf/proceedings/SeventhInternationalConferenceEnterpriseInTransit>. – Date of access 14.03.2015.
18. Muceniece, Z., Lace, N. Forecasting of Insolvency of Trade Enterprises in Latvia //Economic Research in Business Volume 8. Riga, 2010. – pp. 141-149. (in Latvian)
19. Shirata C.Y. Read the Sign of Business Failure // Journal of risk managements. – 1995. Vol. 23. – P. 117-138.
20. Taffler, R.J. Going, going, gone – Four factors which predict / R. J. Taffler, H. J. Tishshaw //Accountancy, March 1977:- P. 50-54
21. Šneidere, R. Finanšu analīzes metodes uzņēmuma maksātspējas prognozēšanai. – Rīga: Izdevniecība Lietišķās informācijas dienests, 2009. – 232 lpp.
22. Šķiltere, D., Žuka, R. Latvijas uzņēmumu maksātspējas diagnosticēšanas modeļu aprobācija izmantojot daudzdimensiju statistikas metodes / D. Šķiltere, R. Žuka // Zinātniski raksti. – Rīga : Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2010. – P. 260.-275.
23. Šorins, R. Uzņēmuma maksātspējas novērtējums / R. Šorins, I. Voronova // Ekonomiskās problēmas uzņēmējdarbībā. – Rīga : RTU, 1998. –P. 125.-131.
24. Voronova, I. Uzņēmumu ekonomiskās stabilitātes novērtēšana / I. Voronova, J. Romancēviča // 6 International Scientific Conference. Public Relations: Quality, Benefits and Risks, Selected papers, Riga, Biznesa augstskola TURĪBA. – P.134-142
25. Voronova, I. Financial Risks: Cases Of Non-Financial Enterprises. In :Risk Management for the Future – Theory and Cases. InTech, 2012.- pp.432-466.
26. Воронова И. Оценка платёжеспособности: на примере предприятий Латвии / И. Воронова, К. Диденко, Я. Межиелс // Совершенствование теории и методологии финансов и налогообложения: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Йошкар-Ола: Приволжский научно-исследовательский центр. – 2012. – С. 28 -34. Mode of Access: [http://www.colloquium-publishing.ru/doc\\_konf/2012/MKNF.pdf](http://www.colloquium-publishing.ru/doc_konf/2012/MKNF.pdf). – Date of access 04.03.2015.

## СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

**М.Н. Базылева**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

Концепция социального капитала разрабатывалась в начале-середине 90-х годов XX века независимо друг от друга двумя исследователями: П.Бурдьё (1983) и Дж. Коулменом (1988), и отражает новый подход к определению места и роли человека на постиндустриальной информационной стадии развития общества. Эволюция экономической науки четко отражает смену приоритетов в исследовании представлений о человеке как субъекте экономической жизни. В качестве предпосылок обозначенной теории можно выделить идеи Э.Дюркгейма и М.Вебера, которые рассматривали институт доверия и указывали, что оно, при определенных обстоятельствах, может перестать быть индивидуальным качеством и выступить в качестве существенной характеристики общества. Первое упоминание термина относится к 1919 г., когда Л.Д.Хэнифен стала использовать это понятие для реальных ценностей (семьи, общины), которые имели значение в ежедневной жизни людей. Сам же термин в близком к современному толкованию был введен Г.Лоури и рассматривался как социальные отношения между людьми, которые помогают развитию определенных навыков и характеристик, оцениваемых рынком [1, с. 14].

Основоположники теории социального капитала трактовали его следующим образом. Так П.Бурдьё считал социальный капитал продуктом общественного производства, трактуя его как общественный ресурс, который невозможно оценить на индивидуальном уровне. Исследователь определил его как «совокупность существующих или потенциальных ресурсов, связанных с наличием устойчивой сети более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства или признания, т.е. членством в группах» [2, с. 248]. Достаточно показательным является рассмотрение подхода П.Бурдьё к соотношению понятий объекта и субъекта общественных отношений, ибо оно несколько отличается от традиционного своей объективистской логикой. Специфика его концепции состоит в том, что кроме понятий субъекта и индивида в определение субъективного начала он вводит понятие агента. Здесь он руководствуется тем, что традиционное понятие «субъект» обычно применяется для изложения представлений о моделях, структурах, правилах, где исследователь как бы встает на объективистское понимание предмета и объекта познания. В этом случае, как подчеркивает П.Бурдьё, в качестве субъекта выступает тот, кто реализует объективную реальность – практику, при этом он подчиняется определенным правилам игры, в своих действиях он не свободен. Агенты же у него никоим образом не являются, подобно субъектам, отлаженными, согласно законам механики механизмами, движимыми целью развития объекта. Они сами объективны, независимы от практики (объекта), разрабатывают и самостоятельно осуществляют стратегии на основе своего восприятия окружающей реальности. Итогом такого подхода является научное, объективированное восприятие и оценка хода развития исследуемого объекта. При этом, как подчеркивает П.Бурдьё, формируется двойное восприятие объекта: в глазах аналитика он как бы «ведет двойную жизнь», находится в двух ипостасях. Согласно данному представлению, объект, с одной стороны, выступает как «реальность первого порядка» и выражается в материализованном виде как используемые ресурсы, функционирующие средства производства и потребляемые блага и услуги; с другой стороны, объект (практика) – это «реальность второго порядка», которая, благодаря действию агента-аналитика, существует в представлениях людей в виде символической матрицы практической деятельности, поведения, образа мышления, эмоциональных оценок и т.д. Благодаря такой аналитической функции по П.Бурдьё социальный мир можно представить в «форме многомерного пространства, построенного по принципам дифференциации и распределения, сформированных совокупностью действующих свойств в рассматриваемом универсуме, то есть свойств, способных придавать его владельцу силу и власть в этом универсуме. Агенты и группы агентов, таким образом, определяются по их носительным позициям в этом пространстве. Каждый из них размещен в позиции и классы, определенным по отношению к соседним позициям (т.е. в определенной области данного пространства), и нельзя занимать две противоположных области в пространстве, даже если мысленно это возможно». Две обозначенные ипостаси объекта исследования нельзя рассматривать изолированно друг от друга – только как физическое (материальное) или социальное пространства. Они функционируют одновременно и неразрывно, как единое целое.

Дж. Коулмен в своей работе «Основания социальной теории» определяет его как «потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, целерационально формируемый в межличностных отношениях: обязательства и ожидания, информационные каналы и социальные нормы» [3, с. 90]. Анализ понятия «социальный капитал» и его воздействия на общественное развитие представлено в работе Ф.Фукуямы «Социальный капитал и гражданское общество», где рассматриваемая категория определяется как «подтвержденные неформаль-

ные нормы, которые способствуют сотрудничеству между двумя или большим числом индивидуумов» [4, с. 10]. Еще один исследователь социального капитала, Р. Патнем, в своей работе «Прцветавшее сообщество» отмечает, что «по аналогии с понятиями физического и человеческого капитала – средств и навыков, улучшающими индивидуальную производственную производительность – «социальный капитал» относится к характеристикам социальной организации, в частности социальным связям, нормам и доверию. Последние способствуют координации и сотрудничеству для взаимной пользы» [5, с. 1].

Доверие выступает как определенный социально-психологический феномен, который пронизывает все стороны экономической жизни. Наиболее значимой в рассматриваемом контексте является концепция «радиуса доверия» Ф. Фукуямы. Он считал, что «все группы, воплощающие социальный капитал, обладают некоторым радиусом доверия, то есть кругом людей, среди которых действуют совместные кооперативные нормы». В современной экономике доверие выступает существенным компонентом деловых отношений. Чем важнее и долгосрочнее контракт, тем важнее институт доверия. В современном понимании к факторам межличностного доверия можно отнести: лояльность, доброжелательность по отношению к партнеру; открытость, доступность, готовность свободно делиться информацией; компетентность, обладание специальными знаниями и умениями; порядочность, репутация честного человека.

Социальный капитал развивается и реализуется в особых формах, в соответствии с идеями Дж. Коулмена к ним могут быть отнесены:

1. Обязательства и ожидания. Человек всегда имеет определенные обязательства и осуществляет определенную деятельность по их выполнению. Центральной составляющей успеха в этом плане выступает доверие к людям, которое определяется культурными традициями общества, открытостью его социальной структуры, уровнем доходов.

2. Информационные каналы. В экономическом аспекте это предполагает возможность в полной мере использовать образовательный и квалификационный потенциал современной рабочей силы за счет гибкости коммуникационных контактов и информации сотрудников.

3. Социальные нормы. Они вырабатываются социальным образованием и способны оказывать на поведение индивида определенное воздействие, как позитивное, так и негативное.

4. Отношения к власти и социальной зависимости.

В начале XXI века скопился достаточный материал, позволивший структурировать взгляды представителей теории социального капитала по нескольким направлениям. Так, Стрельникова Л.В. считает необходимым выделить их четыре: социо-антропологический подход, при котором социальный капитал рассматривался в качестве объективного инстинктивного фактора человеческого существования; социологический подход, в основу которого заложено взаимодействие и источники поведения индивидов в рамках существующих норм, санкций и социальных сетей; экономико-институциональный, который определяет социальный капитал в качестве ресурса для достижения максимальной полезности при осуществлении различных типов деятельности, при этом ресурсы социального капитала используются индивидами для получения дополнительных конкурентных преимуществ; политологический подход, который подчеркивает важность использования социального капитала в функционировании институтов для достижения экономического процветания и устойчивого развития [6, с.39-40]. Можно выделить и иную трактовку подходов в исследовании социального капитала [7, с. 68 – 69]: с позиции подхода, анализирующего общину, при котором социальный капитал связывается с ассоциациями людей и рассматриваются их возможности по генерированию социального капитала; сетевой подход, который анализирует важность вертикальных и горизонтальных связей внутри социальных общностей; институциональный подход определяет влияние формальных институтов на накопление социального капитала внутри конкретных групп; синергетический подход интегрирует сетевой и институциональный, который выступает за партнерство бизнеса, общества и государства в контексте накопления и развития социального капитала.

Какой бы подход не был использован, наиболее важными в трактовке социального капитала выступают социальные сети. В науке используются разные подходы к их определению. «Социальные сети – это стабильные модели непосредственного взаимодействия между людьми» [8, с. 396-411], т.е. это набор определенных взаимосвязей между индивидами и сами эти индивиды. В настоящее время при анализе социальных сетей выделяют четыре подхода: *структурный* – она акцентирует внимание на геометрической форме сети и интенсивности взаимодействия; *ресурсный* – рассматривает возможности привлечения ресурсов для достижения определенных целей; *нормативный* – изучает уровень доверия, а также нормы, правила и санкции, которые влияют на процесс взаимодействия субъектов; *динамический* – анализирует изменения в сетевой структуре с течением времени. Все сетевые модели рассматривают различные структуры как устойчивое взаимодействие между его субъектами, которое позволяет достичь хозяйствующим субъектам поставленных ими целей. Так, Солодовников С.Ю. считает, что «Социальный капитал приносит информацию об экономических ресурсах» [9, с. 211].

Наиболее универсальное определение социального капитала представлено в трактовке Всемирного банка, как институтов, отношений и норм, которые формируют, качественно и количественно социальные

взаимодействия в обществе. В последнее время возникает все больше доказательств того, что социальное взаимодействие служит важным фактором социально-экономического развития. Социальный капитал это не просто сумма составляющих институтов. Социальный капитал складывается, прежде всего из горизонтальных связей между субъектами и включает социальные сети (совокупность общественных и неформальных объединений, интерперсональные связи – личные, семейные, деловые) и соответствующие нормы, которые оказывают воздействие на продуктивность и благосостояние различных сообществ. Можно выделить две основные характеристики социального капитала: во-первых, это прежде всего результат организованного взаимодействия, поэтому его общественная природа является первичной, а индивидуальная составляющая – вторична. Во-вторых, социальный капитал как элемент функционирования организованной общественной системы, не может находиться в частной собственности, поскольку он представляет собой общественное благо. Социальный капитал, не будучи собственностью отдельной фирмы, входит в структуру активов фирмы, но используется каждым в меру возможности.

Таким образом, необходимо трактовать *социальный капитал как социально-экономический институт, который включает элементы общения, сотрудничества, взаимодействия, взаимного доверия и взаимопомощи, формируемых в пространстве интерперсональных экономических отношений, направлен на создание материальных благ и услуг посредством использования механизма социальных связей.* Таким образом, в своем наиболее общем виде социальный капитал представляет качество и количество социальных связей, которые являются ресурсами для получения выгод индивидами и сообществами. При этом необходимо учитывать два уровня его анализа: структурный и институциональный. В первом случае социальный капитал реализуется как совокупность сетевых контактов; а во втором – он реализуется посредством накопленного доверия, которое сложилось и развивается в обществе на основе ценностей, традиций и обычаев.

Рассмотрение социального капитала в контексте его трансформации в носителя – субъекта трудовых отношений предполагает его анализ как основы для развития рыночной экономики, т.е. его экономическое содержание с позиции предмета и объекта исследования связывается с уменьшением транзакционных издержек за счет координации совместной деятельности, замены формальных правил и бюрократических процедур отношениями взаимного доверия, позитивными неформальными общественными нормами. В качестве одного из основных компонентов в структуре транзакционных издержек выделяют издержки поиска информации. Получение информации представляется достаточно дорогостоящим делом. Экономический субъект, который включен в группу, характеризующуюся наличием социального капитала, будет нести более низкие издержки на доступ к информации, чем не входящий в подобную группу. Дело в том, что ему легче будет оценить ситуацию на рынке, попросив членов группы сообщить ему о любых изменениях на рынке. Здесь возникает одна проблема. Не все субъекты обладают достаточными знаниями и умениями, чтобы качественно перерабатывать поступающую информацию о трудовом процессе. Социальный капитал позволяет человеку сэкономить время и ресурсы на поиск требуемой информации, общаясь с теми людьми, которые являются специалистами в своей области и могут отбирать для хранения наиболее важную информацию. Неформальное общение приобретает ряд преимуществ по сравнению с движением информации через формальные каналы: это отсутствие издержек на поиск необходимого информатора, на ведение переговоров, на заключение контракта и т.д.

Проследить уровень развития социального капитала можно при помощи определенной системы индикаторов. Так, например, Р. Патнем предлагал использовать количество общественных объединений, распространение и чтение гражданами местной и национальной общественно-политической прессы, электоральная активность, уважение к закону, межличностное доверие и способность к сотрудничеству граждан. Можно использовать более широкое толкование индикаторов, включая доверие населения к большинству социальных институтов (законодательной, исполнительной, судебной власти, правоохранительным органам); меры социальной поддержки населения (материальной, информационной, эмоциональной); принадлежность граждан к социальным группам и реализация себя в них. В качестве методов оценки социального капитала могут использоваться опросы населения и материалы различных переписей: могут запрашиваться материалы относительно доверия к различным институтам, участие в различных добровольческих организациях. Представляется, что более тщательной будет оценка социального капитала через включенность индивида в ту или иную социальную сеть, через измерение размера и плотности этих сетей, их силу и интенсивность.

Характер и особенности воздействия социального капитала на увеличение объемов производства фирмой (и в конечном итоге будет способствовать экономическому росту национальной экономики в целом), по нашему мнению, можно сформулировать следующим образом:

во-первых, высокая экономическая эффективность и стремительный экономический рост в странах с высоким уровнем развития социального капитала обусловлен существенным сокращением затрат на контроль за соблюдением соглашений и контрактов, т.е. снижением транзакционных издержек;

во-вторых, сотрудничество и кооперация углубляют взаимное доверие и способствуют распространению информации о партнерах, заслуживающих доверия. Этот процесс можно рассматривать как формирование деловой репутации партнера;

в-третьих, процесс кооперации людей в совместной трудовой деятельности приводит к формированию и развитию неформальной организации, которая может позитивно воздействовать на развитие хозяйствующего субъекта в целом;

в-четвертых, социальный капитал обладает кумулятивным эффектом, т.е. аккумулированный социальный капитал постоянно воспроизводит общественную стабильность и устойчивое развитие благодаря наличию взаимного доверия и лояльности друг к другу.

Характер воздействия государства на социальный капитал можно проследить на основе идей Ф.Фукуямы, который утверждал, что если государство обладает высоким уровнем развития социального капитала, то общество более эффективно развивается и воспроизводит более высокий уровень благосостояния. Правительство может как положительно, так и негативно воздействовать на эти процессы. Исследователь формулирует несколько выводов относительно участия государства в процессах накопления социального капитала: во-первых, государства не обладают очевидными рычагами для создания социального капитала. Этот феномен является побочным продуктом религии, традиций, частью исторического развития. Во-вторых, область, где правительства имеют непосредственную возможность производить социальный капитал, – образование. В-третьих, правительства косвенно способствуют созданию социального капитала, когда обеспечивают общества товарами и услугами, гарантируют общественные права и безопасность. В-четвертых, можно действовать во вред социальному капиталу, когда правительство начинает подменять частный сектор.

Формы существования социального капитала являются весьма актуальными именно при анализе трудовых отношений, ибо именно в производственной деятельности люди вступают в определенные взаимоотношения друг с другом, которые могут как способствовать, так и тормозить их продуктивную деятельность. В трудовой деятельности взаимодействуют характеры, привычки, идеалы, ценности работников. Результатом становится формирование определенного микроклимата коллектива, способствующего или нет деятельности группы, основной функцией которого становится удовлетворение потребностей людей в социальной принадлежности, комфортности, безопасности, уверенности в завтрашнем дне, бесконфликтности существования.

Как известно, в общественных науках анализируется несколько группировок людей. Прежде всего, скопление людей. В этом случае речь идет о совокупности индивидов, которые в конкретный момент времени оказались вблизи друг от друга; их ничего не связывает, кроме местонахождения. Следующий вариант группового образования – статистическая группа, которая конструируется учеными по тому или иному признаку (уровень доходов, образования, квалификации и т.п.). Выделяемый такой вид социальной группы, предопределяет деление на две составляющие: группа-в-себе и группа-для-себя. В первом случае мы имеем в виду механическую группу, которая состоит из статусных позиций, занимающих определенную часть социального пространства, имеющих объективные интересы, взаимосвязанных друг с другом. Примерами могут быть классы, профессиональные группы, возрастные группы и т.п. Во втором случае подразумевается органическая социальная группа, состоящая из индивидов, которые осознали общность своих интересов, сформулировали, и осуществляют деятельности по их реализации.

По степени организованности группы делятся на формальные и неформальные. Первые состоят из статусных позиций и занимающих их людей, имеют жесткую структурную организацию с формальным определением статуса каждого члена. Неформальные – это чаще всего первичные группы, для которых характерна нечеткая структура, отсутствие формальных статусов.

Очень важным с позиции теории социального капитала является анализ воздействия группы на поведение индивидов. Следует констатировать, что социальная группа обладает свойством своего рода силового поля, которое оказывает более или менее сильное воздействие на поведение попавших в него людей. Подобное воздействие проявляется в двух основных формах: во-первых, через формирование границ, то есть обеспечивается контроль входа и выхода из группы, поэтому желающий попасть в группу стремится соответствовать ее стандартам и требованиям; во-вторых, силовое поле навязывает всем попавшим в него определенные модели поведения. Именно потребность в социальной принадлежности, боязнь одиночества и изоляции, является инструментом поддержания групповой сплоченности, в том числе и посредством следования групповым нормам.

Отсутствие связи с социальной группой многие люди оценивают как признание своей некомпетентности, никчемности, личное поражение и даже трагедию. Каждый стремится выйти из подобной ситуации по-разному. Кто-то активно действует, стремясь найти новое место работы; некоторые ничего не делают, а занимают выжидательную позицию, надеясь, что соответствующие государственные органы займутся трудоустройством; иные используют негативную саморазрушающую стратегию. Выбор этот предопределяется личными качествами человека. Если попытаться проанализировать динамику развития эмоциональной реакции на стрессовую ситуацию потери работы, то можно выделить следующие этапы: стадия тревоги, сопротивления, истощения и безразличия [10, с.60]. Стадия тревоги наступает вслед за увольнением и может длиться несколько недель. Она характеризуется как состояние неопределенности и шока. Этой стадии



свойственно тяжелое субъективное переживание, сопровождающееся снижением сопротивляемости организма. Стадия сопротивления наступает примерно через три-четыре месяца после потери работы, когда организм приспосабливается к сложившейся ситуации. В первые недели многие безработные испытывают облегчение и даже радость от наличия большого количества свободного времени, появляется удовлетворенность жизнью, улучшается здоровье. Начинается активный поиск нового места работы. Стадия истощения наступает, обычно, через шесть месяцев после потери работы. Стадия безразличия характеризуется смирением и апатией к происходящему.

Группа имеет над своими членами определенную власть, то есть навязывает им определенные решения, которые обязательны к исполнению. Можно выделить следующие ее формы: власть вознаграждения, принуждения, самоидентификации и легитимную.

Власть вознаграждения реализуется в том, что воздействие на поведение другого лица осуществляется посредством обещаемого или молча предполагаемого вознаграждения в обмен на подчинение требованиям (денежного подарка, премии, продвижения по службе). Власть принуждения имеет место в том случае, если воздействие оказывается путем использования наказания или лишения вознаграждения. Под легитимной властью понимают способность оказывать воздействие на деятельность людей посредством принятия членами группы мысли, что именно это образование имеет законное или легитимное право требовать от входящих в нее индивидов определенного поведения. В этом случае не используется ни кнут, ни пряник; индивид без колебания подчиняется требованиям, поскольку признает право группы решать определенного рода вопросы. Власть самоидентификации – это способность оказывать влияние на поведение людей, используя их стремление стать членом какой-то группы или теснее с ней сблизиться.

Основным атрибутом группы выступает групповое сознание, под которым понимают неписаную совокупность традиций, нравов, устоев, привычек, норм, которым обязаны подчиняться все члены группы. Если человек не может существовать в таких условиях, то группа будет отторгать его и ему лучше покинуть ее. В рабочей группе наряду с формальными были выделены неформальные отношения, на основании которых появляются неофициальные лидеры и устанавливаются определенные нормы поведения, которых придерживаются все члены группы. Поэтому администрация должна учитывать психологию малых групп и найти «ключ» к неформальному лидеру, чтобы через него воздействовать на членов социального образования.

Теория социального капитала исторически имманентна японской модели трудовых отношений в контексте формирования корпоративного духа предприятия на основе системы «пожизненного найма». Групповая ориентация порождает чувство включенности в деятельность того предприятия, куда она входит. Группа как мелкое социальное образование тяготеет к более высокой форме социальной общности, более того она начинает идентифицировать себя с ней. Понятие «корпоративного духа» указывает на принятие группами целей и идеалов своей организации и на преданность им. Что касается самого термина «корпоративный дух», он был введен в начале XIX века К.Клаузевицем. Он называл его средством, создающим боевой дух армии, ее воинскую доблесть. Характерной чертой «корпоративного духа» Клаузевиц считал «профессиональное своеобразие» того дела, которым занимаются люди. Сегодня понятие «корпоративный дух» воспринимается как показатель единства и преданности идеалам компании. Приверженность фирме проявляется через ряд ступеней: преданность группе, секции, отделу, предприятию, и, наконец, фирме.

Отождествление индивида с фирмой реализуется посредством «пожизненного найма» и системы трудового стажа, а также активного общения. Действительно, чем дольше человек работает в организации, тем более он отождествляет себя с ней, тем выше у него заработная плата и должность. В случае перемены фирмы, работник лишается стажа и начинает все с нуля. Продвижение по службе зависит от продолжительности работы в данной организации, способностей и умения выполнять свои обязанности. Другим методом укрепления связи работников с компанией является поощрение прямых и частных связей. Многие японские фирмы проводят официальные встречи: утренние митинги, цеховые собрания и собрания малых групп.

Таким образом, социальный капитал является привлекательным явлением, как для работника, так и для нанимателя. Контакты и связи работника, принадлежность к социальным группам, делают его более привлекательным с точки зрения работодателя, который может рассчитывать на рост эффективности трудовой деятельности через повышение отдачи от социального капитала работника и группы. Накопление социального капитала на уровне отдельного субъекта хозяйствования и трансформация в субъекте трудовых отношений позволяет делегировать ряд полномочий по принятию решений на низовой уровень, происходит более быстрый обмен управленческой информацией между отдельными подразделениями, улучшается атмосфера сотрудничества, что способствует развитию творческого отношения к труду. Трансформация элементов социального капитала в его субъектном носителе способствует снижению рисков, которые связаны с дополнительными вложениями в обучение и профессиональный рост работников, т.к. человек будет заинтересован работать на конкретном производстве, в рамках определенного микроклимата.

### Список использованных источников

1. Loury, G. A. Dinamic Theory of Racial Income Differences/ G. A. Loury // Women, Minorities, and Employment Discrimination. – 2008. – № 4. – P. 15–26.
2. Bourdieu, P. Forms of social capital / P. Bourdieu. – New York : Greenwood Press, 2003. – 65 p.
3. Coleman, J. Social capital in the creation of human capital / J. Coleman// American Journal of Sociology. – 2008. – P. 94.
4. Fukuyama, F. Social capital and Civil Society / F. Fukuyama. – The Institute of Public Policy: George Mason University. – October 1, 2009. – P. 15–24.
5. Putnam, R. The Prosperous Community. Social capital and Public Life // The American prospect. – 2003. – Vol. – 4. – № 13. – P. 1–8.
6. Стрельникова, Л. В. Социальный капитал: типология зарубежных подходов / Л. В. Стрельникова // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 33 – 41.
7. Сысоев, С. А. Социальный капитал: институциональный аспект исследований/ С. А. Сысоев // Новая экономика. – 2007. – № 3 – 4. – С. 68 – 81.
8. Рона-Тас, А. Устойчивость социальных сетей в посткоммунистической трансформации Восточной Европы/ А. Рона-Тас// Неформальная экономика. Россия и мир / Т. Шанин [и др.]; под ред. Т. Шанина. – М. : «Логос», 2009. – С. 396-411.
9. Демографическая ситуация, человеческий и социальный капитал Республики Беларусь: системный анализ и оценка / С. Ю. Солодовников [и др.] ; под общ. ред. П.Г.Никитенко. – Минск : Белорус. наука, 2008. – 424 с.
10. Базыленко, Т. Психологическая помощь безработным / Т. Базыленко // Человек и труд. – 2009. – № 3. – С. 60–61.

## ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ, КАК ВАЖНЕЙШЕГО ФАКТОРА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Г.В. Толкач,**

канд. экон. наук, доцент

*Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, г. Минск*

В настоящее время происходит активный процесс реформирования бухгалтерского учета и отчетности в нашей стране. Рыночные преобразования, осуществляемые в Республике Беларусь в связи с переходом от плановой экономики к рыночной модели хозяйствования, глобализация мировой экономики в целом потребовали изменения существовавшего учета. Интернационализация экономик вызвала потребность в сопоставимости учетных данных, получаемых корпорациями в различных странах, и в конечном итоге обусловила международную стандартизацию национальных систем бухгалтерского учета.

«Сравнительный анализ бухгалтерских балансов разных стран выявил ряд существенных различий по форме, объёму и структуре; количеству позиций актива и пассива и степени их агрегирования; показателям и информационному значению; сопоставимости между активами и пассивами по соответствующим группам позиций и разделам и др.»[8, с.225]

Актуальность и значение данной работы предопределяется тем, что именно достоверная финансовая отчетность является своеобразным «ключом» к рынку капитала и инвестиций.

Возможность перехода Республики Беларусь к устойчивому экономическому росту, к увеличению привлекательности отечественных организаций обусловлена рядом факторов, одним из которых является привлечение иностранных инвесторов. Для привлечения средств в экономику Республики Беларусь необходимо создать определенные условия, в том числе прозрачность и понятность деятельности отечественных экономических субъектов. Осуществление этой задачи связано с использованием общепризнанных мировых стандартов финансовой отчетности – международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

В настоящее время активно происходит процесс трансформации финансовой отчетности белорусскими компаниями. Это обусловлено рядом факторов. Во-первых, финансовая отчетность, составленная в соответствии с МСФО, позволит выйти на зарубежный рынок «дешевых» кредитных ресурсов. Во-вторых, приводит к увеличению стоимости бизнеса, обеспечивая большее доверие к организации со стороны потенциальных инвесторов. В-третьих, для проведения финансового анализа и организации грамотного управленческого учета, также необходима финансовая отчетность по стандартам МСФО. Это позволит сравнивать показатели белорусских компаний с аналогичными показателями западных конкурентов и принимать взвешенные управленческие решения.

Основные различия между IAS и белорусской системой учета связаны с исторически обусловленной разницей в конечных целях использования финансовой информации. Финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с IAS, используется инвесторами, а также другими предприятиями и финансовыми институтами. Финансовая отчетность, которая составляется в соответствии с белорусской системой бухгалтерского учета, используется чаще всего органами государственного управления и статистики. Так как эти группы пользователей имеют различные потребности в информации, принципы, лежащие в основе составления финансовой отчетности, развиваются в различных направлениях.

Расхождения между белорусской системой бухгалтерского учета и МСФО приводят к значительным различиям между финансовой отчетностью, составляемой в Республике Беларусь и в западных странах. Особенно это касается первого из основополагающих принципов, являющихся обязательными в МСФО, но не всегда применяемых в национальной системе учета.

Одним из принципов, являющихся обязательными в IAS, но не всегда применяемых в национальной системе учета, является приоритет содержания над формой представления финансовой информации. В соответствии с IAS содержание операций или других событий не всегда соответствует тому, каким оно представляется на основании их юридической или отраженной в учете формы. В соответствии с белорусской системой учета операции, как правило, учитываются строго в соответствии с их юридической формой. А не отражают экономическую сущность операции. Примером, когда форма превалирует над содержанием в белорусской системе учета, является случай отсутствия надлежащей документации для списания основных средств, что не даст оснований для их списания, несмотря на то, что руководству известно. Что такие объекты более не существуют по указанной балансовой стоимости.

Вторым главным принципом международных стандартов учета, отличающим их от национальной системы учета и ведущим к возникновению множественных различий в финансовой отчетности, является отражение затрат. Международные стандарты предписывают следовать принципу соответствия, согласно которому затраты отражаются в периоде ожидаемого получения дохода, в то время как в белорусской системе учета затраты отражаются после выполнения определенных требований в отношении документации. Необходимость наличия надлежащей документации зачастую не позволяет белорусским хозяйствующим субъектам учесть все операции, относящиеся к определенному периоду. Эта разница приводит к различиям в моменте учета этих операций.

Между тем следует отметить, что многие требования к ведению бухгалтерского учета, предусмотренные белорусским законодательством и соответствующие положениям международных стандартов, на практике часто не выполняются.

Еще два-три года назад основной причиной различий отчетности, составленной в соответствии с белорусским законодательством и отчетности по МСФО, было несоответствие национальных правил учета международным. В настоящее же время различия объясняются тем, что предприятия не следуют существующим стандартам бухгалтерского учета. Именно поэтому белорусская бухгалтерская отчетность многих фирм значительно отличается от отчетности, составленной по МСФО, и компания, имеющая прибыль в соответствии с белорусской отчетностью, может оказаться убыточной по международным стандартам.

Стоит отметить, что в НБУ бухгалтерская отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам.

Согласно МСФО финансовая отчетность представляет собой структурированное представление финансового положения и операций, осуществленных компанией.

Как следует из сравнения определений, которые дают НБУ и МСФО понятию «финансовая (бухгалтерская) отчетность», международные стандарты не содержат условия о жесткой привязке показателей отчетности к данным бухгалтерского учета, выводя порядок отражения конкретных фактов хозяйственной деятельности за рамки регулирования стандартами составления отчетности. Кроме того, МСФО, в отличие от определения отчетности НБУ, не указывают на наличие установленных форм отчетности.

Согласно документам национальной системы нормативного регулирования бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении.

В МСФО целью финансовой отчетности общего назначения является представление информации о финансовом положении, финансовых результатах деятельности и движении денежных средств компании, полезной для широкого круга пользователей при принятии экономических решений. Финансовая отчетность также показывает результаты управления ресурсами, доверенными руководству компании.

При формулировании цели составления финансовой отчетности МСФО делают акцент на удовлетворении информационных потребностей широкого круга пользователей для принятия экономических решений. При этом согласно МСФО к пользователям отчетности относятся реальные и потенциальные инвесторы, работники, кредиторы (займодавцы), поставщики и иные торговые кредиторы, покупатели, правительства и органы, общественность.

Цель бухгалтерской отчетности, сформулированная в белорусском законодательстве в целом совпадает с формулировкой цели в МСФО. Однако практика белорусских компаний сложилась таким образом, что в большинстве случаев отчетность составляется не в целях удовлетворения интересов широкого круга пользователей в информации, необходимой им для принятия экономических решений, а для формального исполнения отчетности. И несколько «обезличенное» определение финансовой (бухгалтерской) отчетности, данное в нормативных документах, полностью оправдывает такую практику.

Если для белорусских пользователей отчетности наибольший интерес представляет информация о финансовых результатах деятельности компании, то конкретное содержание международных стандартов в большей степени направлено на формирование достоверной информации о финансовом положении компании, чем о ее финансовых результатах. Свидетельством тому являются и жесткие требования, предъявляемые к процедурам признания активов, и введение требований по их оценке на основании справедливой стоимости.

Кроме того, в соответствии с белорусским законодательством бухгалтерская отчетность составляется за отчетный год. Отчетным годом считается период с 1 января по 31 декабря календарного года включительно.

По правилам МСФО финансовая отчетность должна представляться как минимум ежегодно. Таким образом, в отличие от белорусского законодательства, МСФО не фиксирует отчетную дату, а также предусматривает возможность выбора организацией отчетного периода, в том числе для промежуточной отчетности.

Национальные нормативные документы четко определяют периодичность составления как промежуточной, так и годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности.

В МСФО характеристике целей финансовой отчетности отводится целый раздел «Цель финансовой отчетности». При этом речь идет именно о финансовой, а не об управленческой отчетности, которая необходима пользователям для принятия решений в отношении фирмы. Финансовые результаты фирмы показывают степень ее устойчивости и прибыльности, при этом не ставится задача достижения ее безубыточности. Финансовая отчетность позволяет внешним пользователям оценить деятельность руководства, но выявление внутрихозяйственных резервов не входит в цели финансово отчетности, поскольку относится уже к управленческому учету. Не ставится также и цель контроля над соблюдением законодательства, так как эта задача относится к налоговому учету, который в международной практике отделен от финансового учета.

Основные отличия в принципах учета отражены в таблице 1.

Таблица 1

#### Качественные характеристики финансовой отчетности

Принципы и допущения	В соответствии с белорусским законодательством	В соответствии с МСФО
Допущение непрерывности деятельности предприятия	В реальности, некоторые предприятия не применяют принцип непрерывности при подготовке финансовых отчетов: одни из них могут находиться на грани банкротства, другие могут быть не в состоянии гарантировать стабильность своей деятельности в будущем	Допущение о том, что у предприятия нет намерений и необходимости прекращать или существенно сокращать свою деятельность в обозримом будущем
Принцип постоянства учетной политики	Отчетность составляется в соответствии с действующими законодательными положениями и нормами, которые часто меняются	Изменения учетной политики должны иметь существенное обоснование
Принцип преобладания сущности над формой	Фактически, форма доминирует над содержанием	Содержание доминирует над формой
Принцип существенности	Перечень статей отчетности определяется Министерством финансов РБ и обязателен для применения	Перечень статей отчетности определяется исходя из объективной необходимости для той или иной компании
Принцип осмотрительности (консерватизм)	Принцип осмотрительности соблюдается не всегда. Так, компании зачастую предпочитают не создавать резервы под обесценение активов или производить переоценку на предмет обесценения	Предпринимаются все необходимые меры для снятия не определенности (во избежание завышения активов или доходов и занижения обязательств и расходов), стоимость активов может быть уменьшена при возникновении ряда обстоятельств

Источник: собственная разработка

Международные стандарты финансовой отчетности являются универсальным языком общения представителей мирового бизнеса. Применение МСФО белорусскими компаниями в значительной степени будет способствовать завоеванию нашей страной определенных позиций на международном рынке капитала. Ведь отчетность, соответствующая принципам МСФО, обеспечивает полноту и достоверность информации о деятельности предприятия, позволяя тем самым оценить и проанализировать его привлекательность с точки зрения инвесторов и кредиторов.

За последние 10-12 лет в условиях конкурентной борьбы значительно изменились требования и сместились акценты при рассмотрении роли финансового учета на предприятии. Там, где бюджетное финансирование и государственное кредитование уже не являлись источниками финансовых ресурсов (как в усло-

виях плановой экономики), приоритет получили новые задачи, решаемые, в том числе с помощью применения МСФО, а именно:

- привлечение инвестиций и грантов крупнейших компаний и возможность получения финансирования зарубежных банков и неправительственных организаций (в виде грантов);
- размещение акций на международных фондовых биржах;
- обеспечение руководства компании достоверной информацией для принятия управленческих решений, а также оценки последствий их принятия;
- бухгалтерская отчетность, составленная в соответствии с МСФО, предоставляет всем заинтересованным лицам информацию о:
  - 1) рисках и доходности предполагаемых или осуществляемых инвестиций, о способности компании выплачивать дивиденды;
  - 2) стабильности компании и прибыли работодателей, способности компании выплачивать заработную плату и гарантировать сохранение рабочих мест;
  - 3) стабильности компании своевременно погашать предоставленные займы и кредиты и выплачивать соответствующие проценты;
  - 4) способности компании своевременно оплачивать приобретенную продукцию (работы, услуги);
  - 5) способности компании продолжать свою деятельность в обозримом будущем;
  - 6) роли и вкладе компании в повышении благосостояния общества и т.д.

Применение белорусскими компаниями МСФО является одним из способов правдивого отражения финансового положения предприятия с целью привлечения иностранных инвестиций, получения кредитов, участия в международных тендерах на получение заказов, заключения долгосрочных соглашений и т.д.

Все надежды на экономический рост в Беларуси связывают в первую очередь с иностранными капиталовложениями. Но для любого серьезного инвестора критерием доверия является финансовая отчетность о работе компании, причем составленная на понятном ему языке и в соответствии с международными принципами учета. Без прозрачной финансовой отчетности невозможно привлечение прямых иностранных инвестиций, выход на рынок. Таким образом, тяготение к Международным стандартам финансовой отчетности является следствием участия белорусского бизнеса в международной конкурентной борьбе и процессах глобализации, в том числе на финансовых рынках.

В результате применения Международных стандартов финансовой отчетности в балансе наших организаций:

- значительно изменяется стоимость основных средств;
- многие активы и обязательства оцениваются по справочной справедливой стоимости, а не в сумме затрат на приобретение;
- появляются новые финансовые инструменты, в частности деривативы;
- в активах отражаются инвестиции и обязательства компаний, контроль над которыми обеспечен непосредственным участием в капитале;
- отчет о прибылях и убытках пополняется такими новыми статьями, как корректировка справедливой стоимости финансовых инструментов, признание или восстановление сумм снижения стоимости активов и др.;
- пояснения к отчетности становятся значительно более информационно насыщенными и ориентированными на потребности пользователей.

Однако, если разбираться более глубоко, то становится очевидным: применение Международных стандартов финансовой отчетности есть отражение перехода национальной экономики на качественно новую ступень развития. Важнейшими ценностями в ней постепенно становится благоприятный инвестиционный климат, открытость деятельности компании, подотчетность менеджмента акционерам, высокие стандарты корпоративного поведения. Наряду с иными мерами Международные стандарты финансовой отчетности призваны обеспечить воплощение в жизнь этих ценностей.

Как известно, поначалу адаптация к МСФО вызывает немало трудностей. С одной стороны, необходимость международной отчетности для привлечения серьезных инвестиций не вызывает сомнений. С другой, – МСФО нередко воспринимаются как самоцель, то есть изолированно от остальных направлений финансовой работы. Однако новации в сфере отчетности (как бы они ни были важны) не должны заслонять главной цели компании – повышения стоимости бизнеса.

Понятно, что благоприятная картинка в отчетности очень важна для привлечения инвесторов. Однако состав потенциальных пользователей информации достаточно разнороден. Среди них – акционеры и участники фондового рынка, кредиторы и регулирующие органы, инвестиционные банки и финансовые консультанты. Одни из них могут довольствоваться данными белорусского бухгалтерского учета, другим необходима отчетность по международным стандартам. Причем эти установки могут меняться в зависимости от способа привлечения инвестиций.

Однако сам по себе факт составления отчетности по МСФО недостаточен для обеспечения инвестиционной привлекательности. Инвесторов интересует потенциал компании, динамика роста, возможная отдача на вложенный капитал. Исходя из этого, обычно выделяются наиболее значимые параметры, характеризующие результаты деятельности либо потенциал компании с точки зрения инвесторов. Для управления стоимостью компании необходимо использовать показатели денежного потока, прибыли и рентабельности, стоимости капитала, деловой активности и финансовой устойчивости. Поскольку инвесторы будут анализировать именно эти показатели, нужно обратить особое внимание на их изменения при составлении отчетности по МСФО по сравнению с бухгалтерской отчетностью в соответствии с белорусским законодательством и зачастую управленческой отчетностью (если только управленческая отчетность не составляется с соблюдением требований МСФО).

Даже самым дотошным инвесторам приходится рисковать, вкладывая свои средства в чужой бизнес. При этом приходится сталкиваться с многочисленными рисками: рыночными, правовыми, финансовыми, налоговыми и экологическими. Впрочем, грамотные специалисты не боятся рисков, а управляют ими. Главное – получить достаточный объем информации об интересующем их бизнесе.

Существуют основные требования, которые предъявляют иностранные инвесторы к раскрытию информации:

- предоставление финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО;
- наличие консолидированной финансовой отчетности;
- важен аудитор отчетности, а также разработанная эффективная отраслевая методика аудита;
- предоставления показателей отчетности, посчитанных в соответствии с отраслевыми стандартами, которые в действительности отражают реальное состояние финансового положения компании;
- сведения о системе управления;
- данные о членах совета директоров;
- сведения об организации (системы внутреннего контроля и риск менеджмента).

Таким образом, грамотно используя Международные стандарты финансовой отчетности, компания сможет динамично развиваться. Но одного желания повысить стоимость компании и привлечь инвестиции недостаточно. Нужно, чтобы эти цели адекватно воспринимали не только руководители, но и исполнители на разных уровнях управленческой иерархии. Формирование целостной системы финансового учета – это лишь часть работы, которую предстоит проделать публичным компаниям. Ведь инвесторы интересуются не только отчетными результатами, но и уровнем корпоративного и финансового управления.

#### **Список использованных источников**

1. Международные стандарты финансовой отчетности (IAS) 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
2. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 12 июля 2013г., № 57-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
3. Об установлении форм бухгалтерской отчетности, утверждении инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности и признании утратившими силу Постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 14 февраля 2008 г. № 19 и отдельного структурного элемента Постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 11 декабря 2008 г. № 187 : постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 31 окт. 2011 г., № 111 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник для студентов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / под ред. В. Д. Новодворского – М. : Издательство «Амега – Л», 2011 – 608 с.
5. Маренков, Н. Л. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник / Н. Л. Маринков, Т. Н. Веселова. – М. : Национальный институт бизнеса; Ростов-н/Д : Феникс, 2012. – 264с.
6. Николаева, О. Е. Международные стандарты финансовой отчетности : учебник / О. Е. Николаева, Т. В. Шишкова. – М., 2012. – 356 с.
7. Палий, В. Ф. Международные стандарты финансовой отчетности : учебник В. Ф. Палий. – М. : Инфра – М, 2013. – 512с.
8. Савицкая, Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты./ Г.В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 272с.

## РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

**А.И. Базылева**

канд. экон. наук, доцент

**Г.О. Камоцкий**

магистрант

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В современном мире очень большую роль в общественной жизни играет информация. Она является основой при принятии решений для осуществления каких-либо действий. Исследования информации являются очень актуальной темой уже на протяжении долгого времени. До изобретения компьютеров информация исследовалась лишь как основа для деятельности в экономике и других сферах. В нашу информационную эпоху информация является также товаром и средством производства. Многие исследователи уделяют внимание обоим значениям информации в развитии экономики. Относительно первого значения, примером может быть исследование рынков с асимметричной информацией (т.е. разный уровень информированности субъектов экономической деятельности по состоянию рынка) нобелевских лауреатов Джозефа Стиглица, Майкла Спэнса, Джорджа Акерлофа. Исследованию другого значения занимались В.Глушков, А.Ю.Чубукова, В.В.Иванова, А.Балашова и многие другие [4]. При этом эти значения не рассматривают отдельно, поскольку в этом и проявляется специфика данного явления.

Сейчас значение информации в экономике приобретает чрезвычайно большое значение, поскольку формируется новый социально-экономический уклад, основой которого является развитие информационной экономики. Рынок информационных технологий имеет самые быстрые темпы развития по сравнению со всеми другими отраслями экономики. Поэтому изучение данной темы является очень важным для национальной науки, а разработка новых путей совершенствования и расширения масштабов внедрения информационных методов в деятельность предприятий увеличит их эффективность, уменьшит отставание в развитии нашей страны с более развитыми.

Информация – это абстрактное понятие, имеющее различные значения в зависимости от контекста. «Информация» является общенаучным понятием, но до сих пор в научной сфере оно остается крайне дискуссионным. Общепринятого определения не существует, и оно используется главным образом на интуитивном уровне. Само слово «информация» от латинского слова «informatio», которое имеет несколько значений: разъяснение, изложение фактов, событий; истолкование; представление, понятие; ознакомление, просвещение [2].

Экономическая информация – информация об общественных процессах производства, распределения, обмена и использования материальных благ, полезные данные сферы экономики, отражающие через систему натуральных, трудовых и стоимостных показателей плановую и фактическую производственно-хозяйственную деятельность, и причинная взаимосвязь между управляющим и управляемым объектами. Экономическая информация используется на всех уровнях управления народным хозяйством страны, в частности во всех отраслях агропромышленного комплекса [7].

С помощью информационных продуктов потребитель имеет возможность удовлетворять свои потребности в новых сведениях и знаниях, а также разнообразные эстетические потребности. Информационные товары и услуги предоставляют определенную информацию и средства, которые позволяют воспроизводить необходимые знания.

Информационный рынок выходит в нынешних условиях на первый план, так как является одним из источников поставки важнейших ресурсов для современного развития экономики – информационных, а также информационных продуктов, услуг и коммуникаций для работы с ними. Инновационность, которая присуща современному этапу развития экономики, обеспечивается практически человеческим капиталом, а для его формирования необходимы знания и информация, то есть информационное обеспечение.

Понятие информационного рынка определяется как система экономических, организационных и правовых отношений по продаже и покупке информационных ресурсов, технологий, продукции и услуг [6]. Он рассматривается как часть рынка, на котором реализуется специфический товар – информационные товары и услуги. Учитывая понимание и определение сущности информационного рынка можно сделать вывод, что для него характерны все черты товарного рынка. На информационные продукты и услуги влияют механизмы и законы товарного рынка. В то же время он имеет и свои особенности. Они определяются в значительной мере особенностями объектов информационного рынка. Часть их не могут иметь материальной

основы на этапе их материальной формы в процессе реализации. Это касается электронной формы информационных ресурсов, программных продуктов, баз данных, которые передаются потребителю через коммуникационные сети на их материальные носители или в случае предоставления продавцом доступа к продуктам и информационных ресурсов в электронном виде (on-line) [1].

В отличие от товаров, которые являются результатом материального производства, некоторая информационная продукция имеет особенности по реализации как объект интеллектуальной собственности. Право на пользование, например, такого продукта, как компьютерная программа или база данных может предоставляться неограниченному количеству потребителей в течение длительного времени, фактически реализуются копии одного продукта. [7]

Обычный товар на рынке реализуется сразу, а предприятие должно снова осуществлять расходы на его производство и реализацию, т.е. материальное производство предполагает расходы на изготовление каждой единицы продукции, поэтому совокупные расходы субъекта за любой период  $t$  составляют [10]:

$$V_t = \Sigma B_i^t + \Sigma P_i^t \quad (1)$$

где  $B_i$  – расходы  $i$ -го вида на производство;

$P_i$  – расходы  $i$ -го вида на реализацию.

Для части объектов информационного рынка в электронной форме (программное обеспечение, базы данных) затраты имеют свои особенности вследствие того, что фактически осуществляется изготовление одной единицы такой продукции, а в дальнейшем происходит ее тиражирование, то есть изготовление копий и их реализация. В  $m$ -й период времени ( $m=1$ ), когда производится первая (оригинальная) единица продукции, совокупные затраты по производству и реализации составят:

$$V_t = \Sigma B_{i1}^t + \Sigma K_i^t + \Sigma P_i^t \quad (2)$$

где  $B_{i1}$  – расходы  $i$ -го вида на производство первой единицы продукции;

$K_i$  – затраты  $i$ -го вида на тиражирование.

В последующие годы расходы, связанные с изготовлением и реализацией копий, поэтому расходы субъекта информационного рынка в последующие периоды будут составлять:

$$V_{t+n} = \Sigma K_i^{t+n} + \Sigma P_i^{t+n} \quad (3)$$

Специфика информационного рынка в отношении субъектов купли-продажи в электронном виде также заключается в «свободном» месте производителей в отношении потребителей благодаря использованию телекоммуникационных сетей для осуществления процесса их доставки без дополнительных затрат, в отличие от транспортировки товаров на других рынках.

Другой особенностью отношений на информационном рынке заключается в усилении значения не ценового фактора относительно информационных ресурсов, а степени ее качественных характеристик: новизны, удобства использования, формы и порядка предоставления, определяющих эффективность информации.

Если на материальные блага спрос увеличивается при увеличении цены, то в отношении информационных ресурсов, потребитель даже при значении цены будет платить лишь за ту часть информации, которая ему действительно нужна. Другие информационные ресурсы и продукты для обеспечения информационных потребностей, которые не имеют соответствующих свойств, могут заинтересовать потребителя только при условии бесплатного предоставления.

Эластичность спроса на  $i$ -й информационный ресурс от его качественных характеристик можно представить как [3]:

$$E_i(k) = \Delta P_i / \Delta k_i \times k_i / P_i \quad (4)$$

где  $P$  – спрос;

$k$  – уровень полезности.

Следовательно, информация может выступать в роли товара, для удовлетворения потребностей человека. Спрос на информацию существует всегда как на предмет «первой необходимости», но ценность информации для потребителя определяется величиной эффекта от ее применения для принятия решения или для использования в основной деятельности, что обуславливает величину платы за нее на рынке.

Для развития человеческого общества необходимы материальные, инструментальные, энергетические и другие ресурсы, в том числе и информационные. Наше время характеризуется небывалым ростом объема информационных потоков. Это относится практически к любой сфере деятельности человека. Наибольший рост объема информации наблюдается в промышленности, торговле, финансово-банковской и образовательной сферах.

Сейчас информация в широком смысле является важнейшим стратегическим ресурсом, особенно в экономической области. Информационную инфраструктуру экономики образуют организации, эксплуатирующие центры обработки и анализа информации, каналы информационного обмена, коммуникации и ли-



нии связи, и даже средства информационного взаимодействия. Особое место в ряду применяемых технологий занимают самые современные новые информационные технологии. Существующие информационные технологии формально можно разделить на два крупных взаимосвязанных класса: программно-математические инструментальные средства информатизации, предназначенные для проектирования современных информационных технологий, и прикладные информационные технологии, чтобы обеспечить принятие и поддержку решений. Большинство технологий, составляющих класса инструментальных информационных технологий, появились практически одновременно с созданием ЭВМ как специального и общего программного обеспечения, операционными системами различного класса и назначения, пакетами прикладных программ. Эти технологии и их модификации и сейчас активно используются разработчиками экономических информационных систем и профессионально и основательно описаны в научной литературе. Остановимся лишь на инструментальных информационных технологиях, получивших распространение в последнее время. К их числу можно отнести гипертекстовые технологии, машинную графику, телекоммуникационные методы доступа, CASE-технологии, системы искусственного интеллекта, мультимедиа, возникновение которых связано, преимущественно, с новыми техническими возможностями средств вычислительной техники. Во время создания прикладных информационных систем можно будет опираться только более совершенные технологии, которые позволят выходить на современный уровень компьютеризации экономики, влиться в мировое экономическое пространство. Гипертекстовый подход позволяет работать с большими объемами на семантической (понятийной) информации в виде текста, в котором есть выделенные разным цветом фрагменты, позволяющие изучать текст в нужном пользователю направлении – гипертекста [9].

**Графика.** Ведя речь о машинной графике, надо сказать, что за условиями рынка (Республики Беларусь, и в других развитых странах) уделяют значительное внимание научной визуализации данных с целью наглядного представления научных кадров и коммерческих результатов. Иногда эффективного иллюстративного материала оказывается достаточно, чтобы наглядно представить экономическое обоснование и финансовое состояние объекта исследования.

**Телекоммуникации.** В последнее время в инструментальных технологиях рыночной экономики активно внедряются компьютерные системы общественного доступа: коммерческие базы данных тематического характера, системы электронных бирж и рекламных объявлений, системы удаленной обработки информации, средства представления информационных, финансовых и других видов услуг. Основными формами реализации таких многопользовательских коммерческих систем являются локальные вычислительные сети и телекоммуникационные системы. Возможности локальных вычислительных сетей жестко ограничены в территориальном плане. В подавляющем большинстве случаев обычные городские телефонные каналы, поставляют пользователям полный набор информационных услуг от удаленных телекоммуникационных баз данных.

**CASE-технологии.** Опыт проектирования экономических информационных систем показывает, что это логически сложная, трудоемкая и длительная по времени работа. Это потребовало разработки программно-технологических средств специального класса – CASE (Computer Aided Software Engineering)-систем. CASE-системы позволяют охватить процесс разработки сложных логически-аналитических моделей экономического комплекса в целом. Они на методологиях структурного или объектно-ориентированного проектирования и программирования, используют спецификации как диаграмм или текстов для описания системных требований, связей между моделями системы, динамики поведения системы и архитектуры программных средств [5].

**Системы искусственного интеллекта.** Научно-практический прорыв в информатике привело к возникновению индустрии интеллектуальных систем. В данной сфере важнейшим и мало развитым направлением является разработка технологий, основанных исключительно на знаниях. Используя информационно-поисковые, расчетно-логические и экспертные системы, пользователь может выполнять порученные ему задания, исходя пределы языка своей предметной области. Интеллектуальные информационно-поисковые системы позволяют осуществлять поиск необходимой информации в базах данных, решать управленческие и экономические задачи. Экспертные системы с помощью накопленного знания предметной области позволяют распознавать и диагностировать сложные процессы, принимать решения, формулировать планы действий, выдвигать и проверять гипотезы. Прогресс систем искусственного интеллекта имеет особенно важное значение в развитие инструментальных средств проектирования информационных технологий и могут привести к новой компьютерной революции – революции знаний. Мультимедиа – это интерактивная система, обеспечивающая работу с текстами и неподвижными изображениями, но и которые шли видео, анимационной компьютерной графикой, речью и высококачественным звуком. Появление систем мультимедиа приводит к кардинальным изменениям в таких сферах, как бизнес, образовании и других сферах профессиональной деятельности, позволяет отслеживать индивидуальные запросы мирового финансового рынка, создавать видеокаталоги и изделий, коммерческие базы, справочники, проводить деловые видеоконференции [6].

Для поддержки новых хозяйственных механизмов необходимо разработать адекватные рыночных отношений информационные технологии. В частности, в современных условиях изменениям подвергаются банковская и инвестиционная деятельность, совершенствуется налогообложение, появляются новые виды управленческой работы и субъекты рынка, нуждается в эффективных прикладных информационных технологий.

**Банковские системы.** Развитие опытно-экспериментальной и совершенствования банковских структур порождает потребность в новых услугах финансовых учреждений. Децентрализация банковской системы ведет к принципиально новой организации, что требует разработки концепции комплексной информатизации отдельных учреждений повышения эффективности их собственного функционирования, и даже для взаимодействия между собой, с ЦБ Республики Беларусь и зарубежными партнерами. Банковские информационные технологии должны обеспечивать достаточную оперативность с организацией расчетов.

**Биржевые технологии.** Опыт показал, что проектирование биржевых компьютерных комплексов – это логически сложная, трудоемкая и длительная по времени работа, требующая высокой квалификации всех кто в его исполнении специалистов. Проектирование таких комплексов традиционно заключается в интуиции, экспертных оценок, дорогостоящих экспериментальных проверках функционирования комплекса, и практическом опыте. С другой стороны, с ростом числа пользователей биржевой технологии усиливается роль высокой продуктивности ее функционирования, которая существенно зависит от идеологии проектирования. Внедрение современных биржевых информационных технологий в практику должно способствовать повышению экономической эффективности работы биржи с помощью расширения сферы ее деятельности в регионах страны, ускорение оборачиваемости оборотных средств, вовлечения в биржевой процесс массовых поставщиков, посредников и покупателей, обеспечения возможности активного заключения, как крупномасштабных, но и средне – и маломасштабных сделок в массовом количестве, автоматизации трудоемких и продолжительных рутинных процессов, сбора и анализа заявок от брокерских фирм на покупку-продажу компьютерным способом, проведения автоматизированных торгов (расчет курса, заключение сделок, оформление торговых контрактов и проведение клиринговых расчетов) по правилам, обеспечивающим защиту интересов инвестора, равные права всех участников торгов и т.п.

**Технологии менеджмента.** Среди многообразия сведений, которые поступают к менеджеру, для принятия решения нужны лишь строго определенные, а другие являются информационным шумом. С другой стороны, большинство информации возникает не там, где в ней есть потребность, для успешного решения задач большое значение приобретает умение преодолеть эту дистанцию. Решение проблемы коммуникации влияет на скорость поступления информации и ее своевременность, что способствует более эффективной работе предприятия.

**Технологии маркетинга.** Комплексное изучение информационных потоков маркетинга требует анализа больших массивов сведений коммерческого и статистического характера. Маркетинговая информационная технология – это совокупность процедур и методов, предназначенных для организации перспективных и текущих маркетинговых исследований.

**Налоговые информационные системы.** Преобразование налоговой системы предопределяет необходимость в модификации, а иногда и в кардинальной перестройке соответствующих информационных технологий. Среди главных направлений концепции информатизация налоговой системы целесообразно выделить: создание единой комплексной информационно-аналитической системы; разработку современной коммуникационной сети, которые обеспечивают информационному обмену и внутри системы и с внешними объектами; подготовку кадров в новом информационном среде.

**Технологии управления инвестиционными проектами.** Создание современной информационной технологии управления инвестиционными проектами выходит из унифицированного информационного, технического и программно-математического обеспечения всех участников инвестиционного проекта для того, чтобы организовать обмен информацией между заказчиками, инвесторами, подрядными, проектными и эксплуатационными предприятиями в автоматизированном режиме. Проблема требует проектирования универсальной информационной базы, что позволяет функционально подойти к совокупности решаемых задач, и единого подхода к структуризации информации, идентификации показателей, классификации кодирования технико-экономической данных, и т.д.

В условиях современного научно-технического прогресса многие ученые все больше внимания уделяют исследованию информационной экономики. Понятие «информационная экономика» было введено в научный оборот еще в начале XX века и стало фактически общепризнанным по отношению к реальности, сложившейся в западном мире. Точное название современной экономики еще не определена – она зависит от точки зрения конкретного исследователя и способа исследования, который он применяет. Например, А.Чухно называет ее «постиндустриальной», применяя принципы историзма и секторный принцип организации экономики [9]. На основе того, что основными средствами развития этой экономики является информационно-интеллектуальные ресурсы, Н.Апатова считает, что корректно будет называть данную экономику информационной [10].

Вопросы исследования информационной экономики являются достаточно сложными в силу ряда причин. Во-первых, недостаточно четко составленный статистический аппарат: необходимые для качественных выводов статистические данные либо отсутствуют, либо носят случайный характер. Во-вторых, разные исследователи рассматривают различные аспекты данного явления, порой делая противоположные выводы, нет системного и обобщающего исследования, фундаментальной теории. В-третьих, бурное развитие информационных технологий, компьютерной техники и сетей не позволяют организовать глобальный эксперимент и подтвердить правильность сделанных выводов [11].

Выделяют две основные категории информационной экономики: информация как ресурс и продукт и информатизацию как обязательное условие становления и развития новой системы хозяйствования.

С экономической точки зрения, информация выступает, в первую очередь, как атрибут объекта или явления, который при обработке человеком или компьютером могут принимать форму числа или теста. Информация характеризуется своим содержанием, она не отделяется от человеческого сознания, что является ее производителем и конечным потребителем. Будучи усвоенным человеком, информация становится знанием. С увеличением объемов информации и ростом образовательного уровня населения увеличивается объем знаний (в том числе материализованных в виде инноваций). Информатизация представляет собой процесс создания и использования информационных технологий, компьютеров и компьютерных сетей – новых средств производства. Информатизация выступает необходимым условием научно-технического прогресса, социального, политического и экономического процесса в обществе. Она характеризуется целым рядом статистических показателей, в том числе – количеством используемых в народном хозяйстве компьютеров и их стоимостью; использованием программных продуктов для работы с глобальной компьютерной сетью Интернет и локальными компьютерными сетями предприятий; количеством и качеством используемых баз данных и другие. Эти показатели позволяют судить об уровне развития информационной экономики в стране или регионе, а также о динамике ее развития [8].

Если рассматривать информационную экономику как экономическую систему общества, то можно выделить следующие характеристики ее особенностей [3]:

1) Своим становлением информационная экономика обязана появлению новых производственных сил, что кардинально поменяли материально-техническую базу производства (внесли в нее автоматизацию, информационный ресурс и компьютерную технику с глобальной сетью Интернет). Это способствовало также появлению общих производственных сил, создаваемых и используемых только коллективно. На первое место среди категорий производственных сил выходят знания, которые имеют идеальное и материальное воплощение: в образовании, в технологиях, производственной квалификации специалистов, а также в новой технике, организационных системах, продуктах и услугах. Поскольку главным ресурсом становится интеллектуальный капитал, то средства производства будто переходят в головы новаторов, тех, кто создает новые ценности. Если в индустриальной экономике приоритет был у машин, и при этом возникла проблема отчуждения человека от результатов его труда, то в информационной экономике высокоинтеллектуальная умственный труд вернула человека на передовые позиции по отношению к средствам труда и сняла таким образом проблему отчуждения. Это произошло потому, что знания, вложенные производителем в продукт труда, остались при нем и могут быть использованы многократно.

2) Информационная экономика характеризуется введением информационных технологий в производство, торговлю и услуги, а также развитие компьютерной сети Интернет, что является базой для создания сетевых предприятий и сетевого интеллекта. Информационные и сетевые технологии определяют технологический способ производства, который формируется технико-экономическими отношениями вместе с производственными силами.

3) В информационной экономике меняется также характер труда, в связи с этим возникают новые формы организационно-экономических отношений. С появлением компьютеров возник новый вид деятельности – информационный, а с ростом объемов в производстве знаний и потребностей в новых знаниях, в новых знаниях, в качестве экономической стали рассматривать и интеллектуальную деятельность. Изменению характера труда способствует также децентрализация и дезурбанизация производства. В информационной экономике появились новые формы труда, их общей характерной чертой стала дистанционная работа (телеработа). Телеработа снижает производственные затраты, улучшает состояние окружающей среды, способствует становлению сетевой экономики (как одной из форм информационной экономики), увеличению занятости и частичной занятости, а также укреплению позиций индивидуальных предпринимателей, очень маленьких фирм и микропредприятий.

4) В системе производственных отношений информационной экономика массовая интеллектуальная работа требовала приоритета личности работника, поскольку такой работник свободно владеет информацией и знаниями, не зависит от собственности на средства производства и ему свойственна высокая мобильность. В силу этого в условиях информационной экономики сама работа перестает быть экономическим принуждением, а общественная организация производства подвергается значительным изменениям.

5) В информационной экономике происходят структурные изменения на макро – и микроуровнях системы хозяйствования, а также глобализация бизнеса. На микроуровне такая перемена означает появление

предприятия нового типа, которое функционирует в компьютерной сети Интернет, использует отдельно функционирующих и территориально обособленных рабочих, а также почти не имеет материальных активов. Кроме того, для информационной экономики характерно появление виртуальных корпораций. Чтобы победить в конкурентной борьбе, предприятиям необходимо вступать во много постоянно меняющихся союзов. В условиях использования системы Интернет убираются посредники, торговцы напрямую взаимодействуют с производителями, уменьшаются склады, при этом стоимостные цепочки производственных операций превращаются в стоимостные сети. На макроуровне появляется новая отрасль – информационная индустрия, возникающая в результате слияния отраслей вычислительной техники (производство компьютеров, разработка программ, осуществления услуг по их обслуживанию), связи (Интернет, телефон, кабельное телевидение, спутниковая связь, радио) и информационного наполнения (библиотечное, архивное и издательское дело, информационные услуги, индустрия развлечений).

Следовательно, информация в экономике имеет чрезвычайно большое влияние во всех сферах ее функционирования. Современная информатизация качественно улучшает достижения целей деятельности организаций и предприятий и является условием развития страны. Информационная экономика – это новый тип экономической системы, в которой происходит активный переход. В ней приоритетными являются знания как производственный ресурс и продукция для потребления. Ее развитие происходит очень стремительно вместе с развитием научно-технического прогресса. Проникновение информатизации во все сферы общественной жизни является причиной того, что изучение информационной экономики требует комплексного изучения.

### Список использованных источников

1. Емельянова, Н. З. Основы построения автоматизированных информационных систем : учеб. пособие / Н. З. Емельянова, Т. Л. Партыка, И. И. Попов. – М. : Форум: ИНФРА-М, 2005. – 416 с.
2. Воробьев, Г. Г. Наука как информационная система // НТИ. – Сер.1. – 2002. – № 2. – С. 1–15.
3. Берёзкина, Н. Ю. Создание и использование электронных информационных ресурсов в библиотеках Беларуси: монография / Н. Ю. Берёзкина, А. Л. Авгуль, Б. Б. Невский. – Минск : ИООО Красико-принт, 2002. – 144 с.
4. Васильев, В. В. Информационные технологии в библиотечном деле: учебно-методическое пособие / В. В. Васильев, Н. В. Сороколетова, Л. В. Хливненко. – М. : Либерия-Бибинформ, 2007. – 368 с.
5. Никитин, А. В. Управление предприятием (фирмой) с использованием информационных систем : учеб. пособие / А. В. Никитин, И. А. Рачковская, И. В. Савченко. – М. : Инфра-М, 2007. – 264 с.
6. Информационные системы в экономике : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Г. А. Титоренко. – 2-е изд. – М. : – ЮНИТИ, 2006. – 432 с.
7. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учеб. пособие / под ред. В. В. Трофимова. – М. : Высшее образование, 2007. – 382 с.
8. Лихтенштейн, В. К. Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро и макроэкономике: уч. Пособие / В. Е. Лихтенштейн, Г. В. Росс. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 331 с.
9. Информационные системы и технологии в экономике и управлении : учеб пособие / под ред. В. В. Трофимова. – М.: Высшее образование, 2007. – 185 с.
10. Коротков, А. В. Интегрированные информационные системы в бизнесе / А. В. Коротков. – М., 2006. – 220 с.
11. Карр, Н. Дж. Блеск и нищета информационных технологий: Почему ИТ не являются конкурентным преимуществом. – М. : Изд. Дом «Секрет фирмы», 2005. – 284 с.

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

**Е. Хлюска**

докт. экон. наук, профессор

**А. Хлюски**

докт. экон. наук, профессор

*Ченстоховский политехнический университет,*

*г. Ченстохова, Польша*

### Введение

Субъекты медицинской деятельности в Польше ведут деятельность в виде *самостоятельных общественных учреждений здравоохранения* (далее – СОУЗ) и в других организационно-правовых формах, в этом числе как предприниматели. В своей деятельности они используют информационные технологии. Применение информационных технологий касается таких направлений деятельности СОУЗ как:

- а) медицинская диагностика,
- б) статистический учет осуществления медицинских услуг,

- в) учёт расходов лечения пациентов однородных групп,
- г) бухгалтерский учет.

В настоящей статье рассматривается применение информационных технологий в деятельности СОУЗ как источника информации для принятия решения. Цель статьи – определение роли информационных технологий в повышении эффективности принятия решений. Методами исследования послужили анализ законодательных актов, специальной литературы и тематические исследования.

### 1. Информационные требования управления СОУЗ

Потребности каждого предприятия, в т.ч. СОУЗ, в информационных технологиях определяют процессы принятия решения. Информация, исходящая из медицинского учреждения, может быть использована внешними и внутренними получателями. Внешние пользователи заинтересованы в получении информации о финансовом положении СОУЗ, тенденциях его изменения для определения финансового и операционного риска.

О финансовом состоянии СОУЗ можно судить по таким показателям как:

- а) финансовый результат, в т.ч. прежде всего результат от продажи медицинских услуг как повторяемых операций,
- б) показатели финансового анализа текущей ликвидности, рентабельности и задолженности.

СОУЗ не ставят целью получение прибыли, но субъекты, несущие убытки, могут быть ликвидированы, если создающие их лица не примут решения о дополнительном финансировании медицинского учреждения.

О финансовом и имущественном положении СОУЗ можно судить по такой информации как:

- а) обязательства, обеспеченные имуществом субъекта с указанием его типа,
- б) условные обязательства,
- в) списание стоимости активов и объяснение его причин,
- г) характер и цель хозяйственных договоров, заключенных СОУЗ, не отраженных бухгалтерском балансе, их стоимостная оценка, необходимая для определения их влияния на имущественное, финансовое положение и результаты деятельности [3],
- д) существенные сделки со связанными сторонами, заключенные субъектом на условиях, отличных от рыночных, с указанием их сумм,
- ж) сведения о существенных событиях прошлых лет, признанные в финансовой отчетности отчетного финансового года;
- и) информация о существенных событиях, которые наступили после отчетной даты, не раскрытые в финансовой отчетности,
- к) изменения в учетной политике, сделанные в течение года, в том числе в методах оценки и способах подготовки финансовой отчетности, если они имеют существенное влияние на финансовое положение и показатель прибыли или убытка юридического лица, их причины и влияние на изменение величины собственного капитала,
- л) оговорки в случае неуверенности относительно возможности продолжения деятельности, их обоснование, корректировки финансовой отчетности, связанные с этим; описание мер, принятых или планируемых, направленных на устранение неопределенности.

Эту информацию предоставляет финансовая отчетность медицинского учреждения.

Руководство СОУЗ использует информацию, прежде всего бухгалтерского учета, для управления субъектом в текущем и длительном периоде. Согласно законодательству Польши о балансовом праве за ведение бухгалтерского учета несет ответственность руководитель субъекта хозяйствования, а в отдельных случаях лицо, которому поручено его ведение согласно договора.

Руководитель СОУЗ отвечает за управление медицинским учреждением, а также представляет его. Своим приказом он устанавливает организационные правила, определяющие, в частности, способ и условия предоставления пособия по болезни.

Наибольшую информацию о медицинском учреждении содержит система бухгалтерского учета. В компетенцию руководителя субъекта хозяйствования в сфере принципов функционирования системы бухучета входит, в частности:

- а) определение и актуализация применяемых принципов бухгалтерского учета,
- б) выделение и характеристика в учетной политике всех основных областей оценки,
- в) ответственность за инвентаризацию имущества организации и оформление ее результатов,
- г) выбор принципов оценки видов имущества и обязательств, доходов и расходов из возможных согласно Закону о бухгалтерском учете,
- д) обеспечение выполнения требований Закона о бухгалтерском учете и других законов при составлении финансового отчета и отчета о результатах хозяйственной деятельности,

- е) обеспечение подготовки годовой бухгалтерской отчетности не позднее чем через три месяца с отчетной даты и представления его на рассмотрение компетентных органов,
- ж) подписание финансового отчета,
- и) заключение договора на проведение аудита финансовой отчетности с лицом, уполномоченным оказывать такую услугу.

Важное значение для правильного определения стоимости составных частей активов и пассивов имеют также дополнительные параметры:

- степень обесценения стоимости материально-производственных запасов и другого имущества,
- курс зарубежной валюты,
- достоверность оценки [6].

Руководитель субъекта, устанавливая принципы политики бухгалтерского учета, оказывает существенное влияние на оценку активов и пассивов, доходов и расходов в финансовом отчете. Тем самым он формирует имидж предприятия и влияет на экономические решения внешних пользователей отчетности. Таким образом, в процессе управления субъектом хозяйствования руководитель влияет на оценку активов и пассивов, доходов и расходов в финансовом отчете. В свою очередь, эта оценка становится основой для принятия текущих и стратегических решений.

Если руководитель СОУЗ принимает решение о снижении стоимости дебиторской задолженности в балансе, это влияет на снижение стоимости оборотных активов. Следствием является изменение коэффициентов, на основании которых принимаются решения об источниках финансирования. Создание резервов на предстоящую оплату отпусков работникам, выплату ежегодного вознаграждения за выслугу лет приводит к уменьшению финансовых результатов и увеличивает стоимость обязательств. На основе таких модифицированных показателей отчетности создающие органы могут принимать решения о финансовой реструктуризации субъекта хозяйствования, объединении предприятий, ликвидации.

Как замечает Э. Выслоцка, "с точки зрения управления риском качество информации, содержащейся в системе бухгалтерского учета предприятия, в большой степени зависит от принятых методов балансовой оценки, базирующихся на широком диапазоне решений по усмотрению руководителя" [7].

Р. Бядач подчеркивает, что основой эффективной системы управления служит доступ к достоверной, актуальной и вместе с тем ясной информации, которая обуславливает решения менеджеров исходя из рациональных предпосылок для элиминирования ошибок в их принятии [1].

## 2. Информационные технологии СОУЗ

Применение информационных технологий в современной деятельности субъектов хозяйствования является необходимым условием его функционирования на любом рынке. Соответствующее использование *информационных и коммуникационных технологий* (далее – ИКТ) содействует росту стоимости хозяйственной организации. Однако в настоящее время внедрение и использование даже самых современных информационных и коммуникационных технологий не гарантирует долгосрочного конкурентного преимущества и, соответственно, увеличения стоимости компании. Это связано с непрерывным снижением расходов и экспоненциальным ростом возможностей ИКТ и тем самым все более широким доступом к этим технологиям. Поэтому возрастает значение непрерывного мониторинга и улучшения использования ИКТ субъектом хозяйствования для повышения эффективности производства и нивелирования экономических рисков, связанных с конкретной отраслью и спецификой ИКТ. Эффектом этих действий должен быть рост стоимости предприятия.

Внедрение новых решений ИКТ или модернизация функционирующих информационных систем связаны с ростом имущества организации. Коммуникационная инфраструктура и значительная часть компьютерного оборудования входят в состав основных средств СОУЗ и согласно с принципами бухгалтерского учета представляют собой увеличение стоимости основного капитала субъекта хозяйствования. Покупка программного обеспечения и соответствующих лицензий вызывает прирост активов за счет нематериальных ценностей. Рост стоимости предприятия обуславливается увеличением нематериальных имущественных запасов предприятия.

На основании изучения имеющихся источников литературы Б. Чаудри и партнеры выделили основные функции и задачи информационных систем (пространство поддержки)[2]. К ним отнесены:

- медицинская документация,
- управление результатами,
- управление поставками медикаментов и медицинской техники,
- информационная поддержка решений,
- электронное сообщение и связь,
- обслуживание пациентов,
- управление административными процессами,

- отчеты и медицинская статистика.

В организационной структуре СОУЗ можно обособить две основные части. Одна из них связана с медицинской деятельностью, а вторая – с административной. Медицинская часть, называемая "белой", носит характер обеспечения организации медицинских услуг, принадлежащих к группе так называемых услуг профессиональных. Административная часть, называемая "серой", занимается бизнес-стороной деятельности всей организации. Информационные системы организации соответствуют ее организационной структуре. Часть "серая" СОУЗ использует информационные системы, которые называются *больничными информационными системами* (БИС), перерабатывающими основные данные стационарных и амбулаторных пациентов, производственные сведения, касающиеся оказываемых услуг и основных бухгалтерских и финансовых данных о деятельности всей больницы.

В частности, это относится к следующим областям управления:

- стратегией, развитием и финансами больницы,
- основной деятельностью – обслуживанием медицинских услуг,
- другой вспомогательной деятельностью,
- контактами с поставщиками и субподрядчиками,
- человеческими ресурсами.

Информационные системы, охватывающее всю деятельность предприятия, определяются как ERP-системы (*Enterprise Resource Planning* – планирование ресурсов предприятия). Следует отметить, что больничные информационные системы (БИС) осуществляют часть функции, отличных от типичных систем класса ERP, успешно применяемых в других отраслях.

Современная информационная система класса ERP представляет собой собрание элементов – программного обеспечения, баз данных, компьютерного оборудования, транспортной инфраструктуры со значительной степенью интеграции, обслуживающих большинство бизнес-процессов хозяйственной организации и связанного с ними информационного обеспечения. Это касается не только оптимизации всех существенных внутренних процессов предприятия, но также процессов, происходящих в его наиболее близком окружении [5].

Вторая группа информационных систем связана с "белой" частью СОУЗ. В зависимости от величины и сферы деятельности к ним относятся:

- фармацевтические информационные системы, поддерживающие действие больничной аптеки в сфере кругооборота лекарств и других медицинских материалов,
- информационные системы, обслуживающие "движение" пациентов в пределах "белой" части СОУЗ вместе с Электронным Рекордом Пациента,
- лабораторные информационные системы, поддерживающие поручения на выполнение лабораторных анализов,
- системы архивации и передачи изображений, главная задача которых – сосредоточение графических результатов обследований и их доступность на диагностических станциях,
- системы теле-медицинские, поддерживающие дистанционные и мобильные формы предоставления медицинских услуг, среди которых можно выделить:

теле- диагностику – системы, обеспечивающие дистанционный доступ к диагностической аппаратуре, дистанционное управление обследованием, дистанционный доступ к его результатам, которые носят характер графических, количественных, звуковых и т. п. данных,

теле- консультации – дистанционный, быстрый и дешевый доступ к наилучшим консультантам мировой медицины,

другие дистанционные медицинские услуги – теле-мониторинг, теле-робототехника и т. п. [4].

Совершенствование ИКТ, развитие медицинских стандартов и связанное с этим улучшение функционального взаимодействия позволяют совместить вышеупомянутые информационные системы. Интеграция "белой" и "серой" частей ИКТ, обслуживающих медицинские учреждения, является одним из существенных условий четкого управления, и тем самым косвенного роста стоимости СОУЗ.

Примером развития систем информационных технологии является их применение в выбранной больнице.

#### **Пример 1.**

Специализированная больница им. Яна Павла II в Кракове (Польша) является одной из крупнейших больниц малопольского воеводства с опытным персоналом специалистов высокого класса. Больница имеет 12 отделений круглосуточного ухода, включая 4 клинических, а также 30 специализированных амбулаторных, где ежегодно проходит лечение более 20 тысяч пациентов.

В середине 1990-х годов прошлого века в административной части больницы были реализованы первые программные модули, которые поддерживали повседневное функционирование больницы: системы

персонала, начисления заработной платы и инвентаризации. Благодаря финансированию со стороны Всемирного банка был развернут первый медицинский программный модуль – тип Отделение и тип Аптека.

В настоящее время главная информационная система *Hospital information system (HIS)* является продуктом компании *Asseco – InfoMedica*. В частности, она включает следующие модули интегрированной системы белой и серой частей:

- поддержка контрактов и услуг,
- финансовая и бухгалтерская системы,
- трудовые ресурсы – заработная плата,
- учет затрат, бюджетирование,
- регистрация выданных пособий,
- хранение материалов, управление оборудованием, основные средства,
- движение больных, число приемов, медицинская статистика,
- диагностические лаборатории, лаборатории патологической анатомии,
- госпитальные карантинные инфекции,
- расчеты с плательщиками, клиника (регистрация),
- операционный зал, процедурный кабинет, управление лекарственных препаратов, аптеки, медицинские шкафы и тележки.

Все модули интегрированы, данные между ними отправляются в автоматическом режиме электронными средствами. Пакеты *InfoMedica* действуют согласно концепции клиент-сервер. Большинство данных хранятся в реляционной базе данных *Oracle*.

*InfoMedica* является системой ERP, которая поддерживает управление текущей деятельности больницы. Система собирает и обрабатывает данные в соответствии с концепцией стандартных реляционных баз данных. Это оказывает значительное влияние на тип информации, обрабатываемой для управления больницей.

Планируется дальнейшее развитие комплексной системы управленческой информации больницы. Это относится к технологической модернизации (производительность, безопасность) и адаптации к изменениям правовых, экономических, рыночных условий, а также развития медицины (например, обязательных медицинских записей в электронной форме).

Информационные и коммуникационные технологии создают новую среду для эффективного управления стоимостью организаций, оказывающих медицинские услуги. Соответствующее использование информационных технологий должно способствовать повышению качества и производительности деятельности больницы в перечисленных областях, и тем самым стать существенным фактором роста ее стоимости с точки зрения ее владельцев и других заинтересованных сторон.

### **3. Информационные технологии в управленческом учете СОУЗ**

Экономические решения медицинского учреждения можно определить как акт выбора определенного варианта действия из множества возможных, направленных на осуществление целей субъекта хозяйствования. Они имеют комплексный характер и их можно выбирать по определенным критериям. Экономические решения лечебных субъектов анализируются в разрезе следующих критериев:

- а) временного горизонта,
- б) принимающего решение субъекта,
- в) места принятия решения.

С точки зрения субъекта, принимающего решение, можно выделить:

- а) решения медицинского и административного персонала,
- б) решения руководства СОУЗ.

Решения в медицинском учреждении на уровне оперативного персонала (врачи, медсестры, вспомогательный персонал) касаются текущего функционирования субъекта хозяйствования. Оперативное управление сосредоточивает внимание на исполнительских функциях. Принимаемые ими решения имеют местный характер, однако весьма значительный для генерирования расходов и доходов. Их решения не выходят за рамки узкого участка действия и могут не учитывать целей предприятия как целого.

Решения на руководящих позициях (напр. главных врачей) определяют работу сотрудников, отвечающих за ее правильное исполнение. Их действия направлены на осуществление поставленных задач в пределах оперативных бюджетов. Они сами участвуют в их создании.

Руководство предприятия в своих решениях концентрируется на проблемах стратегических, долгосрочных. Они устремляются к новым формам деятельности, рыночным преимуществам перед конкурирующими субъектами, возможностям диверсификации деятельности.



Процесс принятия решения в СОУЗ – это процесс многоаспектный и сложный. Выделить в нём можно составные элементы, связанные между собой и отражающие обратные связи. Принятию решений предшествуют такие действия как:

- а) идентификация целей СОУЗ,
- б) собрание и анализ информации об альтернативах действия,
- в) установление и выбор критериев решения,
- д) оценка вариантов решения с точки зрения осуществления целей.

Главными источниками экономической информации, используемой в процессе принятия решений, являются:

- а) наблюдение и измерение,
- б) опросы и анкеты,
- в) документация,
- г) управленческий учет.

Инструментами привлечения экономической и финансовой информации выступают:

- а) компьютеризация субъекта с применением современных информационных технологий,
- б) расширение системы регистрации и расчета затрат, выходящей за обязательные правила, вытекающие из юридических актов,
- в) достоверные принципы калькуляции стоимости предприятия (напр. калькуляция с использованием учета затрат по видам деятельности),
- г) счет стандартных затрат.

### **Заключение**

Информационные системы СОУЗ не отличаются по общему описанию от информационных систем крупных организаций других отраслей экономики. Однако имеются и специфические черты для самостоятельных общественных учреждений здравоохранения, которые существенным образом влияют на форму этих систем. Это связано с миссией, достижением цели, со сферой предоставляемых услуг, а также с основной областью интересов этого типа информационных систем. Информационные системы, опосредствующие медицинское обслуживание, должны способствовать:

- улучшению качества непосредственного медицинского обслуживания пациентов и его измерению,
- уменьшению расходов администрации,
- предоставлению достоверной информации для служб, ответственных за управление ресурсами, контроль медицинской сферы и исследовательские работы,
- ускорению принятия решения посредством быстрого обмена информацией между поставщиками и получателями медицинских услуг,
- снижению расходов лечения,
- определению медицинских стандартов через доступ к соответствующей информации, касающейся конкретных процедур и медицинской терапии,
- помощи в выборе для пациента оптимальных медицинских услуг,
- мониторингу и раннему обнаружению рисков для здоровья населения.

### **Список использованных источников**

1. Biadacz, R. *Możliwość implementacji procesu budżetowania w MSP* / R. Biadacz // *Prace nauk. UE we Wrocławiu*, nr. 182. – Wrocław, 2011. – S. 24.
2. Chaudry, B. *Systematic Review: Impact of Health Information Technology on Quality, Efficiency, and Costs of Medical Care* / B. Chaudry // *Annals of Internal Medicine*. – 2006. – Vol. 144. – № 10.
3. Chluska, J. *Ustawa o rachunkowości 2009 z wprowadzeniem* / J. Chluska. – Warszawa : Wyd-wo C. H. Beck, 2009. – S. 26–29.
4. Dwivedi, A. N. *Knowledge Management for Healthcare: Using Information and Communication Technologies for Decision Making* / A. N. Dwivedi, K. Bali, R. N. Naguib // *Case Studies in Knowledge Management*. – London : Idea Group Publishing, 2005. – S. 340.
5. Kisielnicki, J. *MIS Systemy informatyczne zarządzania* / J. Kisielnicki. – Warszawa : Placet, 2008. – S. 314.
6. Stępień, M. *Klasyfikacja i pomiar wybranych kategorii ekonomicznych w aspekcie prawa bilansowego i podatkowego* / M. Stępień // *Pr. nauk. UE we Wrocławiu*, nr. 247. – Wrocław, 2012. – S. 360.
7. Wysłocka, E. *Rola informacji i sprawozdawczości finansowej w ocenie ryzyka inwestycyjnego* / E. Wysłocka // *Problemy współczesnej rachunkowości. Zeszyty nauk. un-tu Szczecińskiego*, № 765. – Szczecin : Wyd-wo nauk. un-tu Szczecińskiego, 2013. – T. 2. – S. 608.

# ВКЛАДЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ

Л.П. Кисель,

канд. ист. наук, доцент

УОФПБ «Международный университет «МИТСО», г. Минск

В современных условиях экономической нестабильности на финансовых рынках возрастают роль и значение депозитов в формировании ресурсной базы коммерческих банков. Депозиты составляют основную часть привлеченных ресурсов банков.

В переводе с латинского *depositum* означает вещь, отданная на хранение. В отечественной справочной литературе понятие «депозит» характеризуется как «денежные средства или ценные бумаги, отданные на хранение в финансово-кредитные, таможенные, судебные или административные учреждения, состоящие из наличных денег и/или чеков, тратт, купонов и других платежных документов, которые путем инкассации можно легко превратить в наличные деньги» [8, с.84]. В депозит могут быть также размещены драгоценные металлы и драгоценные камни. Таким образом, существует много видов депозитов и способов их формирования.

В настоящей статье речь идет о банковских депозитах. Банковский кодекс Республики Беларусь дает такое определение понятия банковского вклада (депозита): «Банковский вклад (депозит) – денежные средства в белорусских рублях или иностранной валюте, размещенные физическими и юридическими лицами в банке или небанковской кредитно-финансовой организации в целях хранения и получения дохода на срок, либо до востребования, либо до наступления (ненаступления) определенного в заключенном договоре обстоятельства» [3, ст.179].

Исходя из формулировки, данной Банковским кодексом, депозиты можно подразделить на депозиты до востребования, срочные депозиты и условные депозиты, которые оформляются договором банковского вклада (депозита). Кроме того, срочные депозиты могут быть оформлены и ценными бумагами в виде депозитных и сберегательных сертификатов в зависимости от типа приобретателей, которыми могут выступать в первом случае юридические лица, во втором – физические лица. Следует отметить и то, что существует целый ряд банковских счетов, средства на которых классифицируются как депозиты. Таким образом, разнообразие видов депозитов, условий и способов привлечения средств в депозиты позволяет коммерческим банкам в условиях возрастающей конкуренции на рынке банковских ресурсов обеспечить режим максимального благоприятствования различным категориям клиентов и одновременно получить для себя стабильный приток ресурсов. От правильной и эффективной организации депозитных операций зависит, в конечном счете, устойчивость функционирования любой кредитной организации.

Коммерческие банки выступают как специфические учреждения, которые, с одной стороны, привлекают временно свободные средства населения, субъектов хозяйствования, а с другой удовлетворяют за счет этих привлеченных средств разнообразные потребности предприятий, организаций и населения. Мировая практика свидетельствует, что свыше 90 % всей потребности в денежных ресурсах для осуществления активных операций банки покрывают за счет привлеченных средств. В Республике Беларусь удельный вес привлеченных средств в общем объеме пассивов банков составляет от 75 % до 90 %, причем наблюдается тенденция его роста, что можно видеть на рис.1. В пассивах белорусских банков привлеченные средства по состоянию на 1.01.2015 г. составляли 84,5 %, увеличившись с начала 2005 г. на 7,8 процентного пункта.

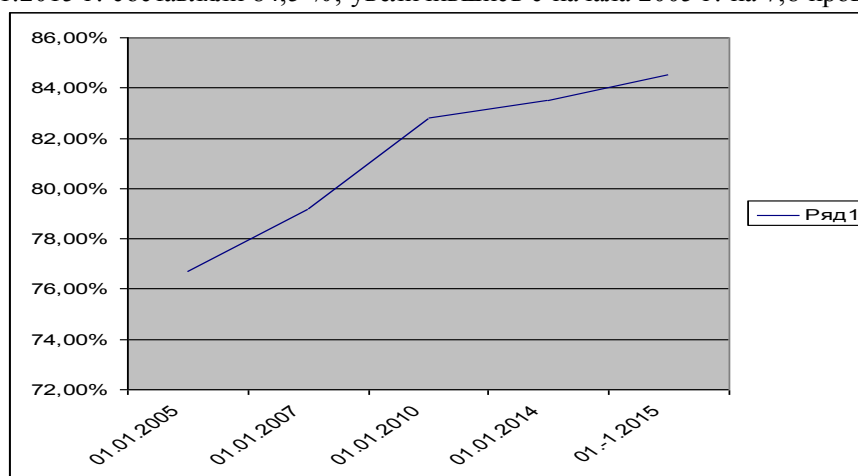
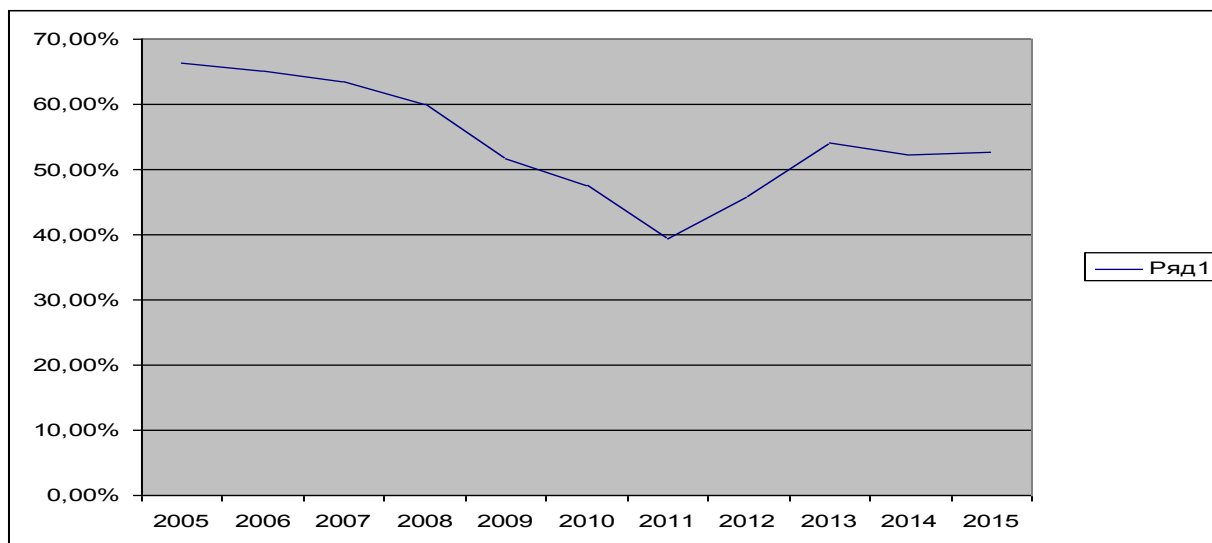


Рис. 1. Удельный вес привлеченных средств в пассивах банков Республики Беларусь

Источник: [1, с.210–211; 2, с.107].

В составе привлеченных ресурсов преобладают средства депозитного характера, на 01.01.2015 г. их доля составила 52,7 %, достигнув 214 272,8 млрд руб. Однако удельный вес депозитов в составе привлеченных средств в рассматриваемый период был подвержен значительным колебаниям в сторону его уменьшения, что можно видеть на рисунке 2.



**Рис. 2.** Удельный вес депозитов в структуре привлеченных средств банков Республики Беларусь на 1 января соответствующего года

Источник: [1, с.210–211; 2, с.107]

Уменьшение доли средств клиентов в составе привлеченных источников банков связано с разразившимся мировым финансово-экономическим кризисом, затронувшим и Республику Беларусь. Пик падения пришелся на 2010--2011 гг. и по состоянию на 01.01.2011 г. удельный вес депозитов в структуре привлеченных средств составил 39,4 %, снизившись по сравнению с соответствующей датой 2005 года на 27 процентных пунктов. При этом произошло уменьшение доли средств субъектов хозяйствования в депозитах банков: если на 01.01.2005 г. они составляли 47,4 %, то на 01.01.2010 г. – 44,6 %, а на 01.01.2015 г. – 37,3 %. Сокращение притока средств предприятий побуждало банки активнее работать по привлечению сбережений населения.

Средства домашних хозяйств превращаются в важнейший источник пассивов банков. Экономическая основа сбережений населения заключается в том, что, распоряжаясь своими доходами, граждане соответственно потребностям могут отсрочить на какой-то промежуток времени расходование денег. Принадлежащая населению масса стоимости, пока она не превратилась из денежной формы в предметы личного потребления, в определенной части в виде вкладов временно передается в распоряжение банков (по оценке исследователей, в организованной форме домашние хозяйства Республики Беларусь хранят менее двух третей своих накоплений[7, с.8]. Возврат этих средств, предоставляемых домашними хозяйствами банкам в качестве вкладов, происходит по мере того, как граждане используют свои денежные средства на покупку товаров и оплату услуг. Одновременно с использованием денежных сбережений одними гражданами образуются новые финансовые активы другими. Поэтому общая сумма денежных средств населения, которыми могут распоряжаться банки в качестве ресурсов для проведения активных операций, не только не уменьшается, но и, как правило, систематически возрастает.

Таким образом, денежные средства домашних хозяйств являются стабильным ресурсом для банков. Даже по текущим вкладам населения наблюдается существенно меньшая активность движения средств, чем по счетам предприятий и организаций. Несмотря на то, что вклады до востребования могут быть изъяты вкладчиком в любое время, взаимопогашающиеся колебания притока и оттока средств на текущих счетах приводит к тому, что на них образуется крупный и стабильный остаток средств. Этот остаток финансовых активов домашних хозяйств используется банками в качестве ресурса для краткосрочного и отчасти долгосрочного кредитования. Помимо участия в формировании кредитных ресурсов операции по вкладам до востребования усиливают приток денежных средств в банки и тем самым повышают их текущую ликвидность. К тому же средства, оседающие на счетах до востребования, представляют собой сравнительно дешевый вид ресурсов (процентная ставка составляет 0,5—1,0 % годовых). Что касается срочных вкладов, то их размещение в банке создает более благоприятные условия для инвестирования банковских ресурсов в экономику страны и потребительского кредитования. В то же время это более дорогие ресурсы по сравнению с вкладами до востребования (в нынешних условиях плата по ним достигает 50—55 % годовых). Сле-

довательно, от характера депозитов населения, их объема и структуры зависят виды активных операций банков и размеры их доходов. Привлекая средства физических лиц во вклады, банки выполняют регулируюшую функцию по замедлению скорости оборота денег, изменению структуры денежной массы, уменьшению ее инфляционного потенциала и снижению давления на валютный рынок, что особенно важно в условиях экономического кризиса.

Для граждан вклады являются наиболее надежной формой сбережений, например, по сравнению с вложениями в корпоративные ценные бумаги; в Республике Беларусь их возврат гарантируется государством. Хранение сбережений в банке защищает граждан от посягательств преступных элементов, случайных потерь денег и других форс-мажорных обстоятельств. Размещение денежных средств в банке представляет собой не только надежную, но выгодную и удобную форму сбережений, поскольку по ним обычно выплачивается более высокий процент, поддерживаются положительные процентные ставки, в условиях высокого уровня инфляции они могут индексироваться, доходы по вкладам физических лиц освобождаются от налогов. Денежные вклады в банке дают возможность гражданам осуществлять накопления для будущих расходов, повышают их платежеспособный спрос, тем самым ускоряют реализацию товаров и стимулируют развитие производства. Наличие различных видов вкладов позволяет более полно удовлетворять потребности каждого конкретного вкладчика в банковских услугах. К тому же, банковские вклады являются наиболее ликвидной формой организованных сбережений домашних хозяйств.

Все вышесказанное говорит о важности работы банков по привлечению средств населения. В таблице 1 отражена динамика депозитов банков Беларуси за период с 2005 по 2014 годы.

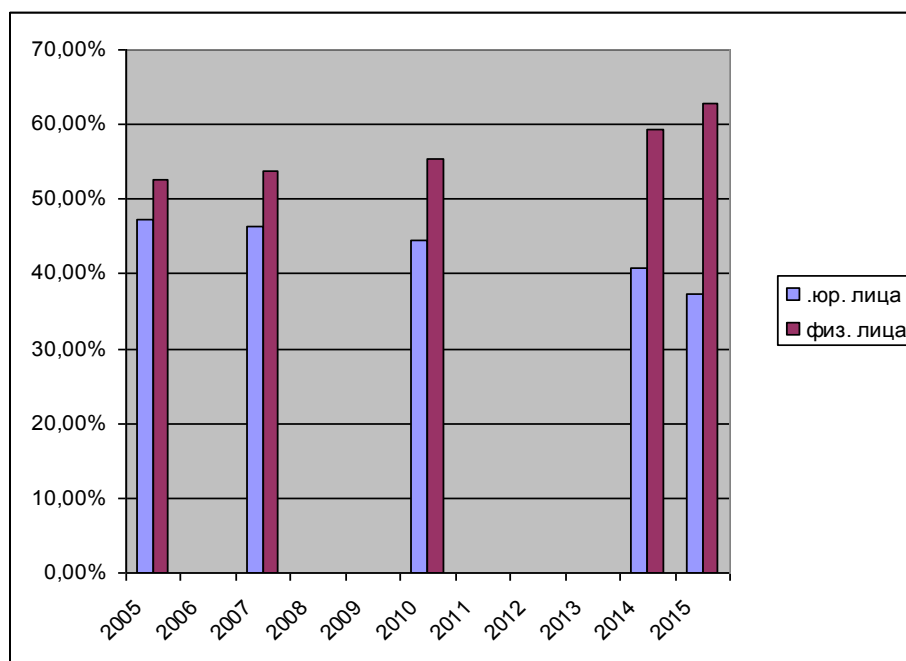
Таблица 1

**Депозиты секторов экономики в банковской системе Республики Беларусь, млрд руб.**

Показатели	01.01.2005	01.01.2007	01.01.2010	01.01.2014	01.01.2015
Депозиты секторов экономики	7 386,6	14 556,6	32 759,7	172 676,6	214 272,8
В том числе:					
Государственных коммерческих предприятий	1 049,4	2 037,5	2 987,4	19 253,2	18 820,7
частного сектора	2 334,8	4 474,4	10 745,0	44 983,6	53 604,8
небанковских финансовых организаций	115,5	226,2	874,1	6 101,3	7 514,3
Физических лиц	3 887,0	7 818,6	18 153,2	102 338,5	134 333,0

Источник: [ 1, с.90–91; 2, с.107 ]

Показатели таблицы свидетельствуют о быстрых темпах роста депозитов физических лиц. Соотношение удельного веса денежных средств юридических и физических лиц в депозитах банков отражено на рисунке 3.



**Рис. 3.** Удельный вес денежных средств юридических и физических лиц в депозитах банков Республики Беларусь по состоянию на 1 января соответствующего года

Источник: [Таблица 1].

По данным таблицы 1 и рисунка 3 видно, что за исследуемый период депозиты юридических лиц увеличились в 22,8 раза, физических лиц – в 34,6 раза. Если доля средств граждан в депозитах банков по состоянию на 01.01.2005 г. составляла 52,6 %, то на 01.01.2015 г. – 62,7 % и соответственно уменьшилась доля средств юридических лиц с 47,4 % до 37,3 %. Наиболее быстрыми темпами увеличивались средства населения в 2013–2014 годах. Вклады домашних хозяйств стали основным источником прироста ресурсов банковской системы Республики Беларусь.

В этой связи важно рассмотреть структуру депозитов физических лиц в разрезе валют и по видам депозитов.

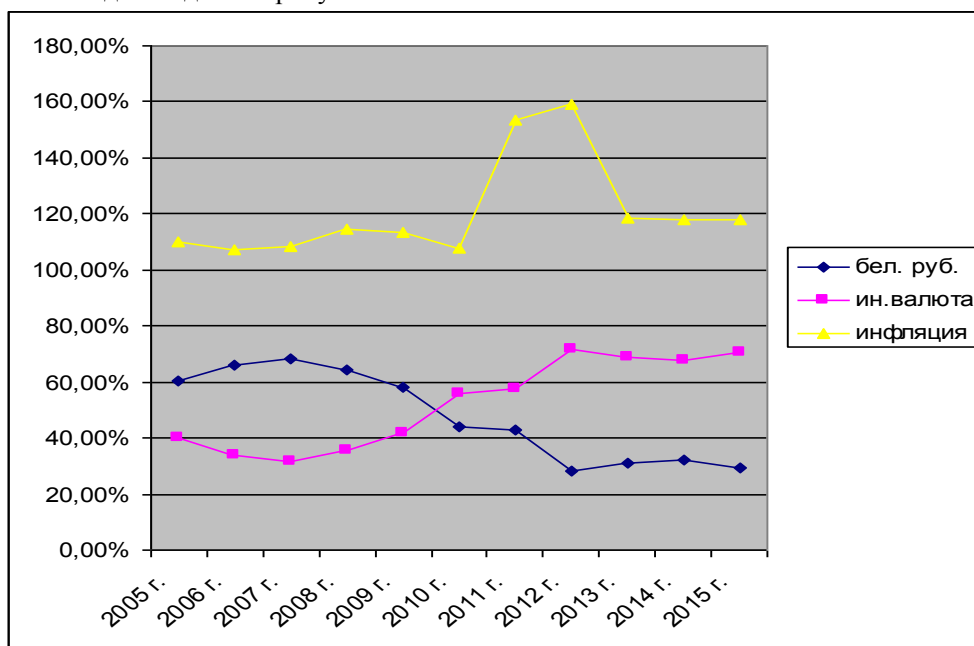
Таблица 2

**Структура депозитов физических лиц в разрезе валют и по видам депозитов, млрд руб.**

Показатели	01.01.2005	01.01.2007	01.01.2010	01.01.2014	01.01.2015
Депозиты физических лиц	3 887,0	7 818,6	18 153,2	102 338,5	134 333,0
В том числе:					
1) в национальной валюте	2 339,2	5 337,2	8 012,5	33 017,9	39 612,2
из них:					
депозиты переводные	526,5	1 313,4	2 104,8	10 156,7	12 377,6
другие депозиты	1 812,8	4 023,9	5 907,7	22 861,2	27 234,6
2) депозиты в иностранной валюте	1 547,8	2 481,1	10 140,7	69 320,6	94 720,8
из них:					
депозиты переводные	110,7	150,1	352,2	4 121,1	5 595,0
другие депозиты	1 437,0	2 331,3	9 788,5	65 199,5	89 125,8
3) депозиты в долларах США, млн долл. США	713,2	1 159,5	3 542,0	7 289,2	7 993,3
из них:					
депозиты переводные	51,0	70,1	123,0	433,3	472,1
другие депозиты	662,2	1 089,4	3 419,0	6 855,9	7 521,2
Официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару	2 152	2 150	3 000	9 520	11 900

Источник: [1, с. 166–167; 2, с. 171–172]

Данные таблицы свидетельствуют, что граждане хранят в банках свои сбережения как в национальной, так и в иностранной валютах. Однако в зависимости от складывающейся ситуации в экономике, уровня инфляции структура депозитов домашних хозяйств в разрезе валют проявляет весьма заметные колебания, что можно наглядно видеть на рисунке 4.



**Рис. 4.** Динамика банковских депозитов физических лиц по видам валют по состоянию на 1 января соответствующего года

Источник: [1, с. 12–13, 90–91; 2, с. 26, 107]

Из таблицы 2 и рисунка 4 видно, что в 2005–2009 гг. во вкладах населения преобладали средства в национальной валюте. Наибольший удельный вес их пришелся на 2006 г. и на 1.01.2007 г. составил 68,3 %, что соответствует 5337,2 млрд руб. С 2007 г. наблюдается снижение доли сбережений в белорусских рублях и на 01.01.2012 г. она составила 28,3 %. (Заметим, что индекс потребительских цен в 2012 г. составил 159,2 %, превысив соответствующий показатель 2005 года на 48,9 процентного пункта). В 2012–2013 гг. удельный вес рублевых депозитов несколько увеличился и по состоянию на 01.01.2014 г. составил 32,3 %. Однако в 2014 г. граждане вновь стали отдавать предпочтение вкладам в иностранной валюте, доля которых за год возросла на 2,8 процентного пункта и на 01.01.2015 г. составила 70,5 %. При этом основной валютой, в которой вкладчики предпочитают хранить свои сбережения, является доллар США. Снижение доли организованных накоплений в национальной валюте обусловлено неблагоприятными тенденциями во внешнеэкономической сфере, сложностями макроэкономической ситуации в стране и последовавшей за этим резкой девальвацией белорусского рубля. Так, по данным Национального банка Республики Беларусь официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару США за январь 2014 г. составил 9 567,55 BYR/USD, а за январь 2015 г. – 14 377,3 BYR/USD, то есть национальная денежная единица снизилась в цене более чем в 1,5 раза [5]. Отрицательно на приток в банковскую сферу средств населения в белорусских рублях сказалось снижение ставки рефинансирования с 45 % на 14.02.2011 г. до 20 % на 13.08.2014 г. [2, с.168], что повлекло снижение процентных ставок по вкладам.

В то же время приток в банковскую сферу средств населения в иностранной валюте приобретал особую значимость в условиях снижения динамики прямых иностранных инвестиций (в январе–июле 2014 г. банками республики на чистой основе было привлечено из-за рубежа 0,3 млрд долл. США, что в 3,5 раза меньше чем за семь месяцев 2013 г), отрицательного сальдо текущего счета платежного баланса (хотя в январе–августе 2014 г. положительное сальдо во внешней торговле товарами и услугами составило 650 млн долл. США, сальдо текущего счета платежного баланса в январе–июле 2014 г. сложилось отрицательным в размере минус 3,1 млрд долл. США), сокращения объема международных резервных активов (на 01.01.2015 г. в национальном определении они составляли 5 716,0 млн долл. США против 7 236,9 млн долл. США на 01.01.2014 г., в январе 2015 г. еще снизились на 193,6 млн долл. США), необходимости погашения государством существенных объемов внешних заимствований [4, с.4–5; 2, с.52].

Анализируя структуру организованных сбережений физических лиц в зависимости от сроков размещения денежных средств в банках, следует отметить, что в 2005–2014 гг. происходил дальнейший рост переводных и других депозитов, что нашло отражение на рисунке 5.

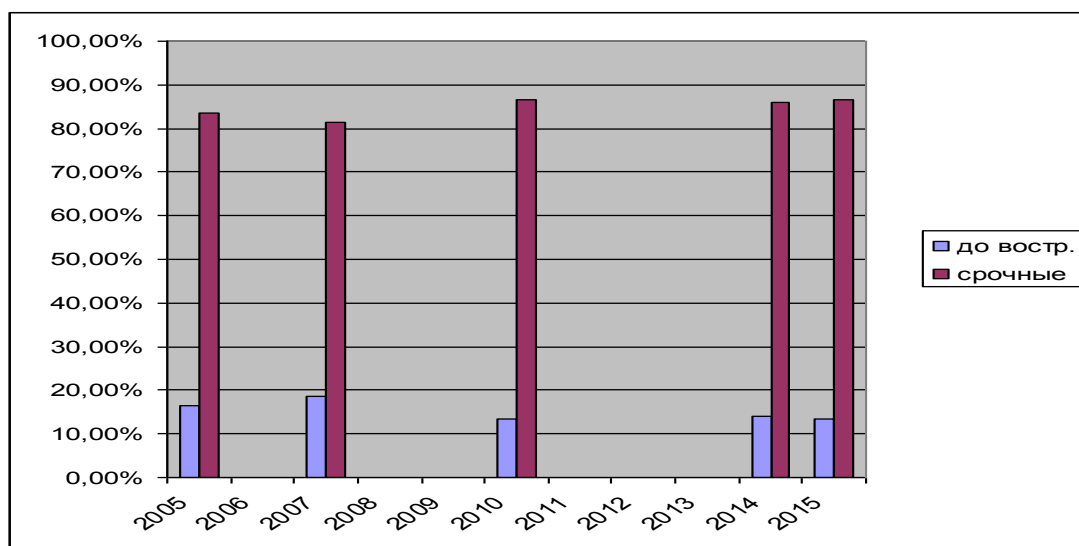


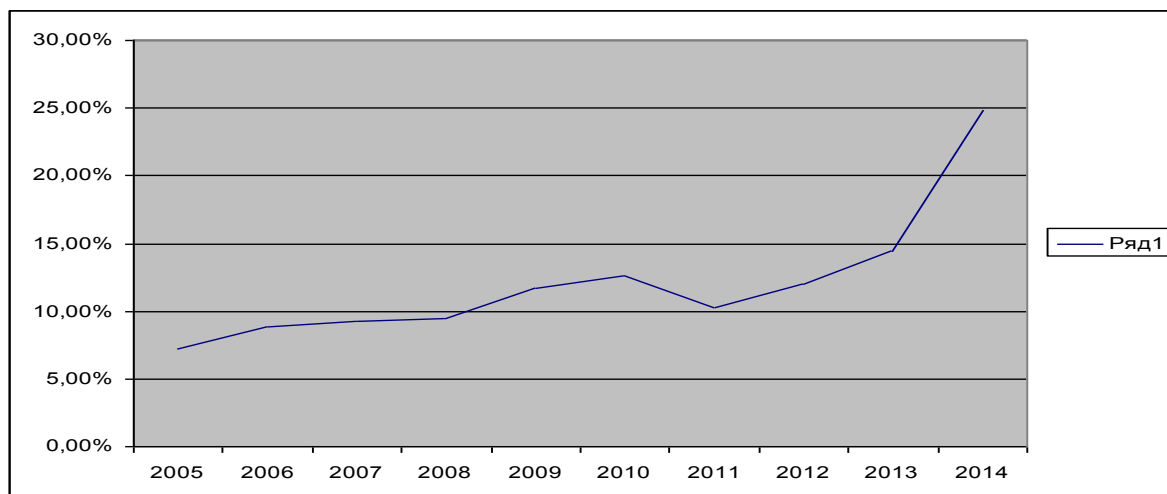
Рис. 5. Динамика депозитов физических лиц по срокам размещения средств по состоянию на 1 января соответствующего года

Источник: [1, с.12–13, 90–91; 2, с.107]

Как видно, более быстрыми темпами росли срочные вклады. За рассматриваемый период они увеличились в 35,8 раза, в то время как средства на счетах до востребования выросли в 28,2 раза. Например, в течение 2014 г. срочные вклады в национальной валюте составили 79,9 %, в том числе со сроком от 1 до 3 месяцев – 59,6 %; в иностранной валюте – 62,4 %, в том числе 49,3 % со сроком от 3 до 12 месяцев. [2, с.195,199]. Рост срочных вкладов отражает положительную тенденцию на депозитном рынке, поскольку долгосрочные вложения могут трансформироваться банками в инвестиции и стимулировать экономический рост, а также являются важным инструментом регулирования денежного оборота. В то же время приведенные данные свидетельствуют, что домашние хозяйства с большой осторожностью доверяют свои сбереже-

ния банкам. Поэтому Национальному банку следует проводить взвешенную процентную политику, направленную на поддержание положительных процентных ставок, обеспечивая привлекательность сбережений в белорусских рублях по сравнению с вкладами в иностранной валюте.

Качественным показателем, характеризующим значимость депозитов физических лиц как инвестиционного источника, является уровень сбережений относительно валового внутреннего продукта. Отношение организованных средств физических лиц к ВВП представлено на рисунке 6.

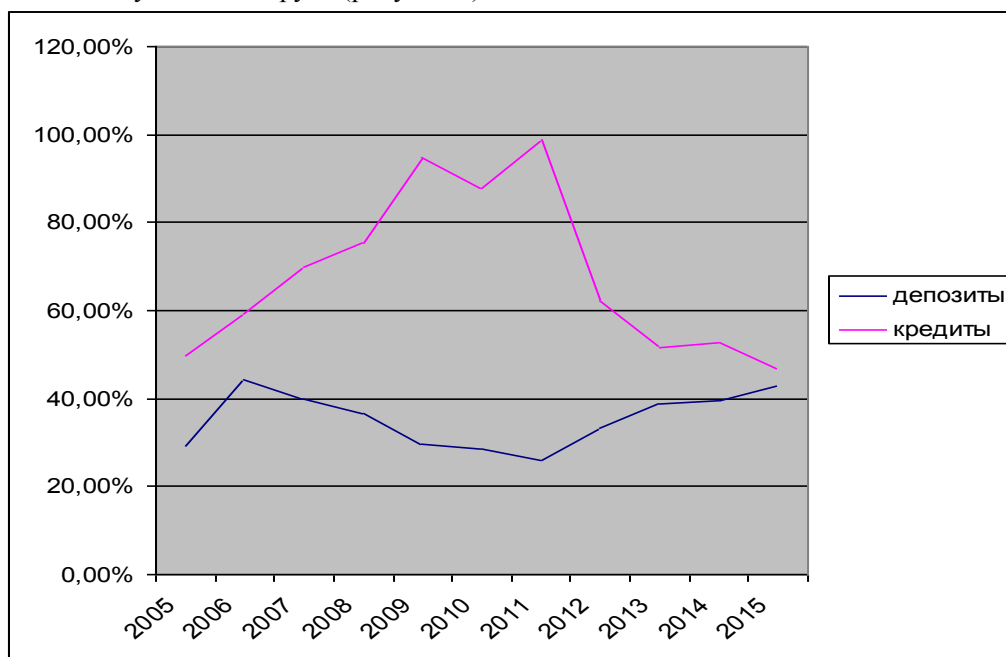


**Рис. 6.** Отношение депозитов физических лиц к ВВП Республики Беларусь

Источник: [1, с.13, 90–91; 2, с.25, 107 ].

В исследуемый период наблюдается тенденция увеличения доли банковских вкладов населения в ВВП страны: если в 2005 г. они составляли 7,2 %, то в 2010 г. -- 12,4 %. В 2011 г. произошло некоторое снижение удельного веса финансовых активов домашних хозяйств в ВВП (до 10,3 %), Однако с 2012 г. начался новый рост и в 2014 г. доля банковских вкладов населения в ВВП, по предварительной оценке, составила 24,9 %. Увеличение удельного веса сбережений населения в ВВП возможно рассматривать как один из важнейших источников, который может быть использован для кредитования.

В этой связи целесообразно проследить соотношение привлеченных сбережений граждан и кредитных вложений банков Республики Беларусь (рисунок 7).

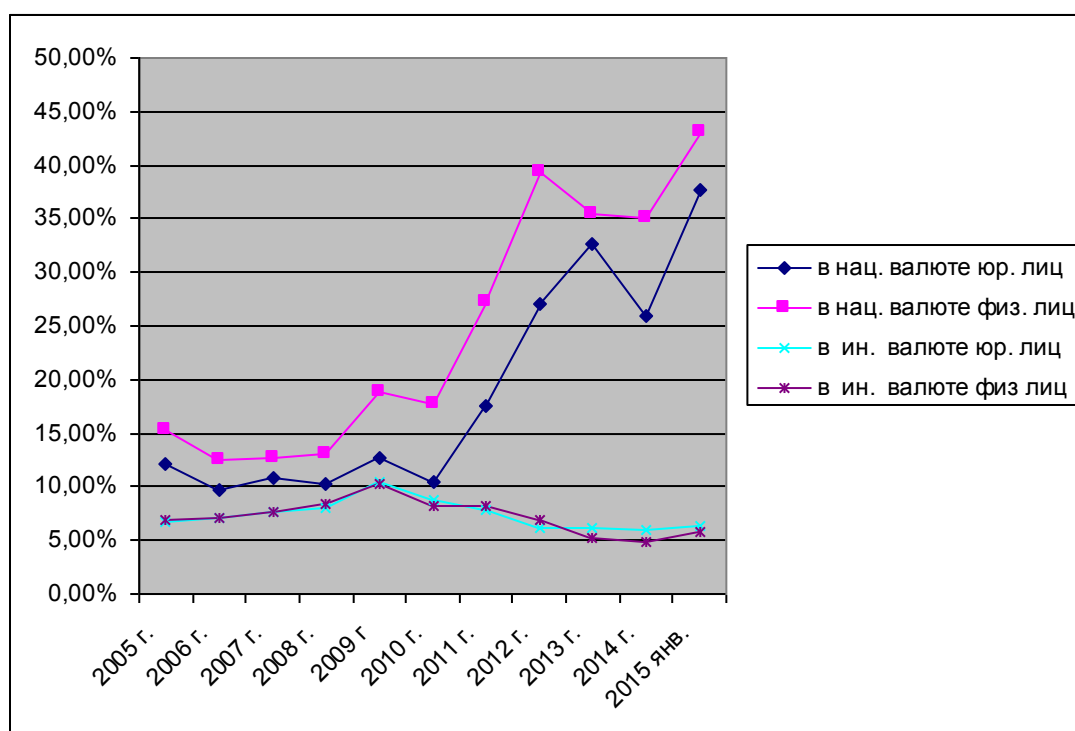


**Рис. 7.** Удельный вес депозитов физических лиц в кредитной задолженности клиентов банков и кредитов физических лиц во вкладах населения по состоянию на 1 января соответствующего года

Источник: [1, с. 90–91, 98–99; 2, с.107–109, 129 ].

Данные рисунка свидетельствуют, что депозиты населения в кредитной задолженности клиентов банков республики в период 2005—2014 гг. составляли в пределах 40 % (на 01.01.2005 г. – 39,2 %, на 01.01.2015 г. – 42,8 %). При этом более половины организованных сбережений домашних хозяйств использовалось для кредитования граждан. Доля кредитов населения во вкладах физических лиц с 2005 г. по 2010 г. увеличилась с 49,6 % до 98,8 %, т.е. возросла почти в 2 раза. Однако в 2011—2014 гг. их удельный вес снизился и на 01.01.2015 г. кредитная задолженность составила 46,9 % от объема депозитов домашних хозяйств. Это прежде всего связано с ограничениями по выдаче кредитов населению в иностранной валюте, введенными постановлением Национального банка от 14.07.2009 г. Кроме того следует иметь в виду и тот факт, что в рассматриваемый период, как и в предыдущие годы, осуществлялось льготное кредитование населения за счет централизованных ресурсов. В результате, как отмечают исследователи, соотношение кредитов, выданных физическим лицам, к депозитам реально имеет значительно меньшее значение [6, с.16], что расширяет возможности коммерческих банков по инвестированию привлеченных средств физических лиц в производство. Таким образом, банковские вклады домашних хозяйств становятся значимым источником кредитования экономики.

Важное значение в формировании ресурсной базы за счет депозитов (вкладов) имела их цена, выраженная в уровне процентных ставок. Динамика процентных ставок по срочным депозитам (вкладам) юридических и физических лиц отражена на рисунке 8.



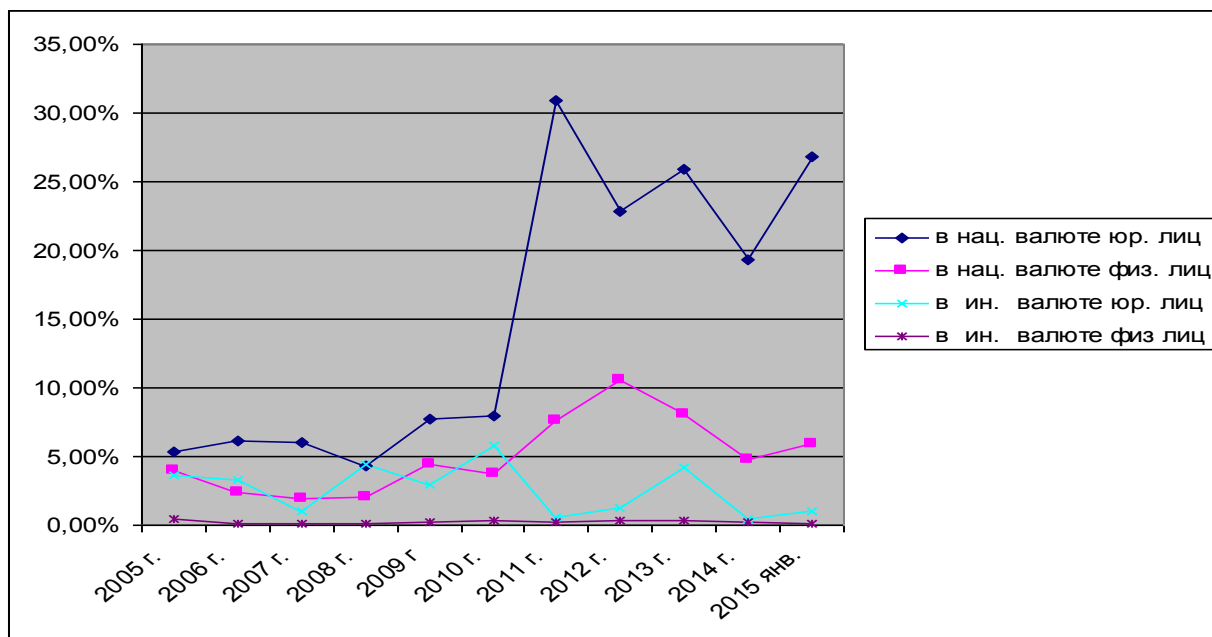
**Рис. 8.** Динамика средних процентных ставок по срочным банковским вкладам (депозитам) юридических и физических лиц

Источник: [2, с.187–188].

Снижение ставки рефинансирования в связи с замедлением темпов инфляции, стабилизация валютного курса позволили в 2005–2008 гг. снизить уровень процентных ставок по депозитам в национальной валюте (с 14,3 % до 11,5 %). В то же время наблюдается некоторый рост процентных ставок по вкладам в иностранной валюте (с 6,9 % до 8,2 %). С 2011 г. происходит быстрый рост процентных ставок по вкладам в национальной валюте. При этом процентные ставки по срочным депозитам физических лиц были более высокими по сравнению с депозитами юридических лиц. (в январе–декабре 2014 г. они составили соответственно 35,0 % и 26,0 %, а в январе 2015 г. – 43,1 % и 37,6 %). Что касается вкладов в иностранной валюте, то, как видно из рисунка 7, прослеживается тенденция сближения процентных ставок по депозитам юридических и физических лиц в направлении их снижения. Если в 2009 г. средняя процентная ставка по депозитам юридических лиц составила 10,5 %, физических лиц – 10,3 %, то 2010 г. соответственно 8,7 % и 8,2 %, в 2011 г. – 7,8 % и 8,2 %, в 2012 г. – 6,1 % и 6,9 %, 2013 г. – 6,1 % и 5,3 %, 2014 г. – 6,0 % и 4,8 %, в январе 2015 год – 6,3 % и 5,7 %. Таким образом, данные рисунка позволяют оценить в настоящее время срочные вклады физических лиц в национальной валюте как более дорогие для банков, чем депозиты – юридических лиц.



Проанализируем стоимость ресурсов банков, формируемых за счет средств, находящихся на расчетных (текущих) счетах, карт-счетах и других счетах до востребования, и для наглядности отразим на рисунке 9. Данные рисунка свидетельствуют, что переводные депозиты юридических лиц как в национальной, так и иностранной валютах обходятся банкам значительно дороже, чем привлеченные сбережения домашних хозяйств. Так, если в 2005 г. средняя процентная ставка по новым депозитам юридических лиц в национальной валюте составляла 5,3 %, то в 2011 г. – 30,9 % (самый высокий уровень в анализируемом периоде), в январе 2015 г. – 26,1 %, в то время как по вкладам физических лиц она была в размере соответственно 4,0 %, 7,6 % и 5,9 %. По переводным депозитам в иностранной валюте средняя процентная ставка для юридических лиц составляла в 2005 г. 3,6 %, в 2010 г. – 5,8 % (самая высокая), в январе 2015 г. – 1,0 %, для физических лиц она колебалась в пределах 0,5–0,1 %.



**Рис. 9.** Динамика средних процентных ставок по переводным банковским вкладам (депозитам) юридических и физических лиц

Источник: [1, с. 178–189].

Сравнивая расходы банков на привлечение средств юридических и физических, следует учитывать и норматив отчисления в фонд обязательных резервов, представляющий собой часть привлеченных ресурсов коммерческих банков, которые депонируются в Национальном банке. Увеличение нормы обязательных резервов приводит не только к сокращению кредитного потенциала банков (следовательно, к уменьшению их доходов), но и удорожанию их ресурсов (поскольку на средства, депонируемые в Национальном банке, проценты не начисляются, а банки по вкладам юридических и физических лиц выплачивает вознаграждение в виде процентов. В целях стимулирования деятельности банков по мобилизации сбережений домашних хозяйств Национальным банком установлена с 1 марта 2009 г. нулевая ставка резервирования по привлеченным средствам физических лиц; по привлеченным средствам юридических лиц она сложилась на уровне 9,0 % – с 1 февраля 2014 г. в национальной валюте (снизившись на один процентный пункт по сравнению с маем 2012–августом 2013 гг.) и с 1 марта 2015 г. в иностранной валюте (снизившись по сравнению с августом 2013–январем 2014 гг. на пять процентных пунктов). Это позволило банкам динамично наращивать ресурсы путем привлечения средств физических лиц.

Однако в силу того, что развитие макроэкономической ситуации в течение 2014 года носило сложный и неоднородный характер и в целях недопущения дальнейшего развития отрицательных тенденций в экономике, снижения девальвационных ожиданий населения и предприятий Правительством и Национальным банком Республики Беларусь были осуществлены макроэкономические корректировки. Это позволило нормализовать ситуацию на внутренних финансовых рынках и отменить в январе 2015 года ряд введенных ранее жестких мер, носивших временный характер. В частности, были отменены налог на биржевые операции по приобретению иностранной валюты и комиссионный сбор при покупке валюты физическими лицами, а также рекомендации банкам по верхнему пределу ставок по срочным рублевым депозитам населения в размере не более 50 %; сняты ограничения по кредитованию в иностранной валюте юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, имеющих выручку в иностранной валюте, достаточную для исполнения обязательств по кредитному договору; разрешена продажа населению в полном объеме иностранной валюты, купленной банками за счет собственных средств на Белорусской валютно-фондовой бирже, а так-

же у физических лиц; сняты ограничения на осуществление покупки-продажи иностранной валюты на внебиржевом валютном рынке; повышена ставка рефинансирования до 25 %; снижена норма отчислений в фонд обязательных резервов в белорусских рублях и иностранной валюте.

Принятые меры позволили в определенной степени нивелировать негативные последствия кризисных явлений 2014 года, стабилизировать валютный рынок, укрепить доверие граждан к банкам и обеспечить приток денежных средств домашних хозяйств в банковскую сферу.

#### Список использованных источников

1. Бюллетень банковской статистики. Ежегодник (2000— 2013). – Минск, 2014.
2. Бюллетень банковской статистики. – 2014. – № 12.
3. О внесении дополнений и изменений в Банковский кодекс Республики Беларусь : Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. № 416-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.07.2012, 2/1068.
4. Итоги выполнения Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь за январь–сентябрь 2014 г. и задачи банковской системы по их дальнейшей реализации // Банковский вестник. – 2014. – № 10 (615).
5. Официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам за 2015 г. //Режим доступа: [www.nbrb.by/statistics/Rutes/AvgRate/](http://www.nbrb.by/statistics/Rutes/AvgRate/). – Дата доступа: 12.02.2015.
6. Румас, С. Средства населения в ресурсной базе банков / С. Румас, А. Плешкун // Банковский вестник. – 2006. – № 7(336).
7. Румас, С. Сбережения населения: оценка, тенденции, факторы роста / С. Румас, А. Плешкун // Банковский вестник. – 2010. – № 25 (498).
8. Словарь современных экономических и правовых терминов / В. Н. Шимов [и др.] ; под ред. В. Н. Шимова и В.С. Каменкова. – Минск : Тэхналогія, 1994. – С. 84.

## КАК ПОВЫСИТЬ КОЭФФИЦИЕНТ МОНЕТИЗАЦИИ В СТРАНЕ

А.А. Минченко

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
Гомельский филиал «Международный университет «МИТСО»*

Коэффициент монетизации представляет собой отношение денежной массы ( $M_2$ ) к ВВП страны, выраженный в процентах. Этот показатель позволяет определить, как много денег может вмещать в себя национальная экономика без значительных инфляционных последствий.

По сведениям НБ Республики Беларусь рублевая денежная масса за декабрь 2014 г. снизилась на 3,8 трлн. рублей и на 1 января 2015 г. составила 90,8 трлн. рублей. [1, с. 41] Учитывая, что объем ВВП в Республике Беларусь составил 778,5 трлн. рублей в 2014 г. [1, с. 10], коэффициент монетизации в Республике Беларусь приблизительно составил 11,6 %. В Советском Союзе была не самая передовая технологическая база, а коэффициент монетизации составлял около 70 процентов – не меньше, чем в среднем в ныне развитых странах; в Соединенных Штатах денежной массе в 11,8 трлн долл. [3] соответствует ВВП объемом 17,6 трлн. дол. Стало быть, коэффициент монетизации составляет приблизительно 67 %. Это означает, что вокруг каждой условной единицы денежных остатков в белорусской экономике вращается в несколько раз больше товаров и услуг, нежели, например, в США. Вывод: если бы нам удалось достигнуть уровня монетизации Советского Союза и развитых стран, белорусским макроэкономическим штабам можно было ввести в хозяйственный оборот денежной массы в эквиваленте не менее \$30 млрд без инфляционных последствий.

**Задача:** надо сделать так, чтобы эти дополнительные деньги связывались капитальным оборотом и не ринулись на потребительский рынок, вызывая гиперинфляцию.

**Предлагаемый метод:** тормозим денежную массу и специфицируем капитальный оборот в стране. Иными словами, необходимо создать условия, чтобы потенциальные инвесторы и просто физические лица готовились купить акции, сберегая деньги в банках.

Нельзя сначала создать эффективный оборот капиталов в стране, выраженный в акциях и корпоративных облигациях, а потом наполнить его дополнительной денежной массой более высокого уровня монетизации. Нельзя и наоборот: сначала наполнить экономику деньгами, чтобы создать эффективный капитальный оборот. Всё это должно происходить во взаимодействии, циклически: дополнительная денежная масса обуславливает повышение рыночной капитализации, повышение капитализации позволяет увеличить денежную массу. И так по нарастающей, создавая условия для модернизации экономики.

**Предлагаемое средство:** валоризация капитальной стоимости наших неплохих, но недооцененных предприятий.

Справочно: валоризацией называют устойчивую тенденцию повышения стоимости капитальных фондов, которой, по нашему мнению, можно управлять.

Итак, мы таргетируем определенную стоимость наших голубых фишек. «Таргетируем» – значит видим их определенную ценность в будущем и последовательно идем к этому уровню.

**Пример.** Допустим, на основании сравнительных оценок мы определяем стоимость фондов Беларуси в \$40 млрд через три года (с меньшей численностью персонала, с большей производительностью при тех же мировых ценах на калий). В настоящее время существуют большие затруднения в том, чтобы продать 25 % акций предприятия за \$5 – 7 млрд., многие из которых теперь размещены в банках в качестве залоговой базы. Таким образом, определяется задача увеличить капитализацию этого предприятия не меньше, чем на 35 % за три года. Чтобы выполнить эту задачу, не требуется проводить валоризацию всех акций, достаточно провести ее в отношении одного сегмента этого рынка.

Допустим, правительство и ОАО Беларуськалий договариваются о сотрудничестве в деле повышения коэффициента монетизации экономики. В контексте данной стратегии предприятие может выпустить дополнительно акций на сумму в \$1 млрд долларов, а правительство гарантировать выкуп этих акций в любое время по заявленной ставке.

Валоризация состоит в том, что государство в лице специально созданного для этого института, например, Банка капитала, берется выкупать продаваемые на открытом рынке акции по курсу (в твердой валюте) через три года на 35 – 40 % выше, чем ныне, причем берется выкупать в любое время этой пятилетки, отсчитывая определенные проценты, так что каждый год акции будут стоить на 9-11 процентов дороже, чем в предшествующий год.

Ожидаемый эффект: не только продаваемые акции на один миллиард, но при выполнении определенных несложных условий курсы всех акций Беларуськалия повысятся на 50 %, в том числе и те, которые в качестве залоговой базы размещены в коммерческих банках, так что все они могут быть использованы для привлечения дополнительных денежных средств, на которые, кстати, можно будет и модернизировать это предприятие, чтобы оно, в самом деле, стило 40 миллиардов.

Рейтинговые агентства при оценке предприятия берут в расчет и возможности привлечения дополнительных денежных средств, и политические, и другие ликвидные риски, так что априори можно было знать, что стоимость Беларуськалия окажется в их оптике заниженной. Но если появятся эти дополнительные источники привлечения капитала, а также акции станут более ликвидными, то и рейтинговые агентства оценят предприятие более высоко.

Такую стратегию можно применять практически по всем голубым фишкам в Республике Беларусь, вовлекая в хозяйственный оборот капитальные фонды, причем – что очень важно – находящиеся в будущем, модернизированные капитальные фонды, увеличивая коэффициент монетизации в стране на величину, сопоставимую с величиной привлечения в страну десятков миллиардов долларов.

Какое основание коренится в этом позитивном эффекте?

Наше экономическое будущее загромождено массой всяческих неопределенностей, что превращает такие временные периоды, как, например, три года, в целую вечность. Соответственно, и издержки дисконтирования этого будущего чудовищно высоки. Посредством механизмов валоризации и обратного выкупа мы сможем визуализировать экономическое пространство и прояснить будущее. Мы дадим возможность субъектам хозяйствования убедиться, что акции действительно растут – каждый год и каждый месяц, и что эти акции вполне ликвидны. Так, в 19-м веке, чтобы преодолеть недоверие населения к бумажным деньгам, на каждой банкноте писали «разменивается на n граммов золота». В результате удалось пустить в оборот огромное количество денежных средств – гораздо большее, чем возможно было бы при доминировании металлических денег.

Здесь возможна часто встречающаяся психологическая ловушка. Когда будет предложена программа валоризации на фондовом рынке в ежегодные 9-11 процентов по акциям Беларуськалия в твердой валюте (или даже выше), это может неправильно быть воспринято. Многим покажется, что государство здесь одалживает \$1 миллиард под 9-11 процентов, то есть, по процентной ставке выше, чем по государственным облигациям, размещаемым внутри страны. Но тут надо различать потоковые показатели и показатели запаса. Эффектом будет не только ожидаемая отдача от использования одного миллиарда долларов, но гораздо больше от роста ценностей активов данного предприятия, посредством которых можно будет связывать инфляционные деньги и гасить вспьшки потребительского ажиотажа.

Здесь фиксируется и эффект цепной реакции. Если получится с одним, только одним, но значимым предприятием, и станет очевидным, что механизм валоризации работает, доверие к этому проекту, позволит более эффективно применять данную стратегию по отношению к другим предприятиям с гораздо большим позитивным результатом. Так мы наделим полновесным смыслом и фондовый рынок Беларуси, и тогда создадутся условия для резкого увеличения денежной массы в стране без каких-либо инфляционных последствий. (Для того чтобы запустить цепную реакцию повышения стоимости недооцененных белорус-

ских активов, желательно начать с предприятия поменьше, но это должно быть предприятие с предсказуемой перспективой, потенциально ликвидное.)

В сочетании с проводимой валоризацией хороший эффект даст продажа хороших акций пулами. Надо будет создать условия, чтобы суммы, необходимые для покупки пулов, скапливались в банках, что замедлит оборот денег и увеличит коэффициент монетизации. Пример: практика стройсбережений в ОАО «Беларусьбанк».

Так можно резко увеличить и предложение иностранной валюты в стране. Для формирования стабильного курса национальной валюты никто из развитых стран не использует золотовалютные резервы. Зачем, если есть акции и другие ценные бумаги? Стабилизирующий эффект будет еще сильнее, чем от валютных резервов. Одних акций Беларуськалия, продаваемых в режиме умной валоризации, хватило бы, чтобы, например, на корню похоронить спекулятивную лихорадку 2011 года.

Многие из белорусских экспертов не верят в силу внутренних инвесторов в национальной экономике. Их скепсис основателен, однако стратегия умной валоризации позволит расширенно воспроизводить и внутренних инвесторов. И всё же внутренние инвесторы должны играть в этой программе значимую роль. Если акции отечественных предприятий будут цениться в контексте национального самосознания, то тем более и иностранцами.

### Список использованных источников

1. Официальный банк НБ Республики Беларусь – Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере республики Беларусь. Аналитическое обозрение. – 2014 г. – Режим доступа: [http://www.nbrb.by/publications/ЕсTendencies/rep\\_2014\\_12\\_ot.pdf](http://www.nbrb.by/publications/ЕсTendencies/rep_2014_12_ot.pdf). – Дата доступа: 19.03.2015.
2. Официальный сайт ОАО «Беларуськалий». – О предприятии. – Режим доступа: <http://www.kali.by/company/>. – Дата доступа: 19.03.2015.
3. Режим доступа: <http://www.usdebtclock.org/>. – Дата доступа: 19.03.2015.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ИНТЕГРАЦИОННОГО СООБЩЕСТВА

А.М. Крицкая

магистр экономических наук

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

Евразийский экономический союз является международной организацией регионально экономической интеграции, обладающей международной правосубъектностью и учрежденная Договором о Евразийском экономическом союзе. Родоначальником данного союза является ЕврАзЭС – организация, существовавшая в 2001—2014 годах. С 2015 года в полную силу вступила деятельность ЕАЭС. Помимо основных участников экономической интеграции, которые были членами ЕваАзЭС, таких как Беларусь, Россия и Казахстан, с января 2015 года уже в новое интеграционное сообщество присоединяются Армения и с мая 2015 г. Киргизия.

Сущность создания ЕАЭС – это обеспечение свободы движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики. Общий макроэкономический эффект от интеграции постсоветских стран определяют в снижении цены на товары благодаря уменьшению издержек перевозки необходимого сырья/экспорта своего готового товара, стимулированию «здоровой» конкуренции на общем рынке ЕАЭС за счет равного уровня экономического развития, увеличению конкуренции на общем рынке стран-членов Таможенного Союза благодаря вхождению на рынок новых игроков из общего пространства, повышению окупаемости новых технологий и товаров благодаря увеличенному объёму рынка и тд.

В рамках единой страны СССР обладал чертами современного интеграционного объединения: был единый рынок, единая макроэкономическая, внешнеэкономическая, налоговая, социально-экономическая политика, единая валюта. Однако реальной международной экономической интеграции в Советском Союзе не существовало, поскольку у союзных республик отсутствовал реальный государственный суверенитет, регулирование внешнеэкономической деятельности было основано на государственной монополии на внешнюю торговлю и другие виды ВЭД. Интеграция стран постсоветского пространства носит ярко выраженный асимметричный характер из-за доминирования самого «крупного» партнера по интеграции – России, являющейся лидером по совокупному потенциалу, объемам взаимной торговли, масштабам инвестиционной деятельности, что нетипично для большинства региональных союзов. Их экономическое взаимодействие также носит реинтеграционный характер на новых рыночных условиях, что создает предпосылки

и условия для комплексного решения проблем, возникающих в процессе интеграционного взаимодействия стран-участниц, в более короткие сроки, что обусловлено политической волей лидеров стран к углублению экономического взаимодействия и существующими общими культурными и историческими традициями. В современных условиях развитие евразийской региональной интеграции связано с такими понятиями как регионализм и регионализация, связь между которыми для данного региона не является однозначной. Регионализм основан на межгосударственных отношениях и приводит к созданию международных союзов, объединений и наднациональных институтов; регионализация основана на неформальном взаимодействии между компаниями, общественными группами и людьми в отдельных странах и возникновении торговых и инвестиционных связей, которые зачастую существуют без государственной поддержки [1].

СНГ стал первым интеграционным проектом, реализуемым республиками постсоветского пространства, создание которого способствовало менее кризисному, болезненному и конфликтному процессу его распада на независимые государства, однако такой проект так и не смог стать эффективно действующим интеграционным блоком: в экономической сфере дальше режима свободной торговли с изъятиями и ограничениями продвинуться не удалось. ЕврАзЭС с меньшим числом участников отличается от «крупного» СНГ более глубоким уровнем интеграции – созданием ТС и запуском ЕЭП. СНГ в свою очередь выступило в качестве институционально-организационного и, в определенной степени, нормативно-правового каркаса бывших советских стран. В рамках ЕврАзЭС был создан первый реально функционирующий, осуществляющий регулятивные функции в области внешней торговли наднациональный орган – Евразийская экономическая комиссия, отличительной особенностью которой является то, что она вырабатывает нормы регулирования путём межгосударственных согласований. Исключения составляют вопросы принятия защитных мер и таможенного регулирования, полномочия по ним полностью переданы на наднациональный уровень. Вместе с тем страны сохраняют национальную самостоятельность в области выдвижения нормотворческих инициатив и исполнения принимаемых ЕЭК норм. Данные обстоятельства позволяют говорить о современном уникальном формате институтов регулирования экономики в интеграционных структурах. В частности, в основе такого регулирования заложено сочетание межгосударственного подхода к постановке и достижению цели формирования организации (провозглашение ТС одновременно как цели и основы формирования ЕврАзЭС, что обусловило двухступенчатое формирование ЕЭП, включающее этап завершения создания ТС и этап непосредственного развития ЕЭП с присоединением стран-участниц к другим многосторонним торговым системам), с наднациональной формой принятия решений и межправительственными процедурами их подготовки (особенность функционирования ЕЭК, которая является межгосударственным органом по форме принимаемых решений и наднациональным – по процедуре их разработки и исполнения).

К текущему моменту времени ЕврАзЭС выполнило важнейшие задачи, направленные на достижение цели его формирования, выступив в качестве фундамента для создания ТС, в рамках которого были успешно заложены основы для формирования ЕАЭС, и с 01.01.2015 прекращает свою деятельность, что означает переход на новый уровень взаимодействия стран – участниц евразийской интеграции, предполагающий функционирование более продвинутого интеграционного объединения с новой институциональной структурой и с задействованием в работе ЕАЭС уже накопленного практического опыта функционирования органов упраздняемого Сообщества.

Под единым экономическим пространством в соответствии с Договором о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве от 26.02.1996 и Соглашением о формировании Единого экономического пространства от 19.09.2003 понимается состоящее из территорий стран-партнеров пространство, на котором функционируют однотипные механизмы регулирования экономики, основанные на рыночных принципах и применении гармонизированных правовых норм, существует единая инфраструктура и проводится согласованная налоговая, денежно-кредитная, валютно-финансовая, торговая и таможенная политика, обеспечивающие свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы. Этим документом также предусмотрено поэтапное формирование ЕЭП: первый этап заключается в завершении формирования ТС и единой таможенной территории, второй – создании ЕЭП, включающего формирование общего внутреннего рынка товаров, услуг, капитала и труда, проведении общей экономической политики и создании единой инфраструктуры, завершении гармонизации законодательства стран-участниц, обеспечивающего функционирование ЕЭП.

К текущему моменту России, Беларуси и Казахстану удалось обеспечить реализацию первого этапа формирования ЕЭП. Развитие последующих направлений, таких как обеспечение свободного движения капитала, услуг и трудовых ресурсов, пока не обеспечено, поскольку кодификацию договоров, составляющих правовой каркас ЕЭП. В рамках ЕЭП осуществляются новые специфичные способы реализации интеграции: создание и проведение неправительственных форумов для обеспечения «параллельной» интеграции как на высшем уровне, так и на «микроуровне» – выстраивание системы взаимодействия представителей предпринимательских кругов с наднациональным органом регулирования и национальными органами в процессе подготовки документов, обеспечивающих реализацию основных положений соглашений, формирующих ЕЭП, а также институционализация площадки бизнес-диалога в качестве консультативного органа,

обеспечивающего учет интересов и решение практических проблем представителей предпринимательской сферы ЕЭП. Кроме того, специфичным является последовательный и параллельный процесс создания регионального экономического объединения. Заключается он в том, что каждый переход к очередному этапу интеграции совмещается с разработкой и принятием нормативно-правового обеспечения последующей формы и институционализацией предыдущего этапа интеграции. Для обеспечения динамичного развития интеграции и постепенной адаптации национальных законодательств в рамках ТС и ЕЭП используются переходные (промежуточные) институты регулирования этого процесса (Комиссия Таможенного союза, преобразованная впоследствии в ЕЭК)[2]

Для успешной деятельности в составе ЕАЭС очень важно иметь твердую политику деятельности всего государства и каждого предприятия по отдельности. Особенно пристальное внимание необходимо обратить на деятельность промышленного сектора и организацию транспортно – логистических схем.

В настоящее время обостряется борьба за технологическое лидерство, выигрыш в которой может быть обеспечен повышением эффективности функционирования национальной инновационной системы. Технологическое развитие только на базе привлекаемых зарубежных технологий неизбежно снижает общий уровень конкурентоспособности. Поэтому стратегическим направлением является развитие научно-технического потенциала.

Производство машин и оборудования является наиболее значимым сектором, обеспечивающим технологическое развитие экономики республики. В данном секторе объем промышленного производства составляет 110,7 млрд руб., удельный вес вида экономической деятельности 9,7 %, в организациях сектора в 2013 году задействовано 14 % всех занятых в экономике.

В 2013 году в промышленности были воплощены разработки по следующим областям: машины, оборудование и механизмы, электротехническое оборудование, их части, реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства, их части, пластмассы и изделия из них и прочие.

Так как производство машин и оборудования является наиболее значимым сектором, первоначально, рассмотрим основные проблемы в данной области. Таковыми являются: высокая доля изношенности основных производственных фондов – 59,1 процента; низкие коэффициенты обновления и выбытия основных средств; высокой материалоемкость продукции – 60,3 процента, а также импортоемкость. Основная часть используемых технологий относится к IV технологическому укладу. Что касается числа инновационно-активных предприятий промышленности Республики в 2011 году было зарегистрировано 443 единицы (22,7 %), в 2012 – 437 (22,8 %), в 2013 – 411 (21,7 %). Это существенно ниже, чем в странах с высоким (Ирландия – 56,7 %, Канада, Германия – 69,8 %, Австрия – 49,9 %) и средним (Словения – 42,3 %, Франция – 40,2 %, Испания – 33,4 %, Литва, Болгария – 23 %) уровнями экономической активности [3]. Негативные тенденции сокращения инновационно-активных предприятий в научной и инновационной сферах сохраняются. В Беларуси в 2013 году внутренние затраты на научные исследования и разработки составили 4 372 305 млн руб. (0,69 % к ВВП). В то время как в западных странах этот показатель (в 2011 году) значительно выше и составляет: Израиль – 4,39 %, Финляндия – 3,78 %, Швеция – 3,37 % к ВВП [3].

Следовательно, в сложившихся условиях, к факторам, препятствующим инновациям можно отнести: недостаток собственных платежных средств; высокая стоимость нововведений; высокий экономический риск; неэффективная отраслевая и технологическая структура промышленного комплекса: на долю высокотехнологичных производств в Республике Беларусь приходится порядка 4,4 процента выпускаемой промышленной продукции, в развитых странах – 15 процентов.[4]

Необходимо реализовать главные принципы, составляющие основу высокотехнологичного уклада: разработка и внедрение информационно–интеллектуальных систем, переход на современные информационные технологии в различных сферах промышленной деятельности; модернизация традиционных отраслей экономики в целях увеличения производительности труда; импортозамещение, снижение технологической и товарной зависимости от зарубежных стран; разработка технологий, позволяющих наладить выпуск конкурентоспособной на мировых рынках продукции с высокой добавленной стоимостью. Освоение модульных и гибких технологических систем по производству конкурентоспособной наукоемкой продукции мирового уровня.

В современных условиях для того чтобы эффективно конкурировать и быть конкурентоспособными на внутренних и внешних рынках отечественные предприятия должны осуществлять и маркетингово-логистическую деятельность, одним из важнейших элементов которой является управление цепочками поставок (SupplyChainManagement – SCM). SCM призвано решать задачи, связанные с оптимизацией процессов снабжения, производства, распределения, складирования и транспортирования. Оно охватывает весь круг вопросов, связанных с перемещением материальных, финансовых и информационных потоков, как в пределах головного предприятия (центральной компании), так и между его поставщиками, посредническими фирмами и распределительной сетью. С учётом международных рекомендаций (ИСО 9000: 2008) предлагается модифицированный (усовершенствованный) подход к концепции SCM, сущность которого заключается в том, что центральная компания, а также поставщики, посредники и потребители рассматриваются как открытые системы, а управление представляет собой цикл Деминга (PDCA – планирование, выполне-

ние (деятельность), контроль и усовершенствование – изменение). В основе концепции SCM лежит её общая модель. Предлагается усовершенствованная модель SCM, как комбинация трех взаимодействующих элементов: 1 – структуры цепочек поставок; 2 – бизнес-процессов, происходящих в цепочках поставок; 3 – компонентов управления цепочками поставок.

Структура цепочек поставок – это сеть членов цепочек поставок и связей между ними. Включение всех участников может привести к тому, что цепочки станут излишне сложными – они вырастут за счет участников, которые подключаются к сети на более глубоких уровнях. Бизнес-процессы (второй ключевой элемент SCM) — это виды деятельности, предоставляющие потребителям конкретную ценность. Необходимо отметить, что под управлением понимается планирование, выполнение (деятельность), контроль и усовершенствование (изменение). Управление взаимоотношениями с потребителями должно осуществляться в рамках программы партнерства с ключевыми потребителями.

SCM требует непрерывных потоков информации, которые, в свою очередь, помогают создавать наиболее точно соответствующие потребностям потоки продукции. Поэтому необходимы усовершенствованные связи с поставщиками, поскольку, для того чтобы SCM было эффективным, требуется постоянно учитывать неопределенность потребительского спроса, производственных процессов и показателей функционирования поставщика. При управлении производственным потоком необходимо учитывать, что традиционный производственный процесс на предприятиях, продукция которых до поступления заказа хранится на складе, организовывался на основе прошлых прогнозов, руководствуясь которыми предприятие производит продукцию в необходимом количестве и поставляет ее в канал дистрибуции. Подход SCM позволяет перемешать продукцию по предприятию в режиме «вытягивания», двигателем которого выступают запросы потребителей. [5]

Управление снабжением предусматривает обеспечение согласования производственных потоков с процессом создания новых продуктов, в рамках совместных стратегических планов совместно с поставщиками. Для этого поставщиков относят к тем или иным стратегическим категориям – в зависимости от важности их вклада в деятельность предприятия. Потребители и поставщики в процессе управления разработкой продукции должны интегрировать свою деятельность. Чтобы сократить время выхода на рынок с новой продукцией, необходимо включить в процесс ее разработки потребителей и поставщиков. В последнее время жизненные циклы продукции становятся все более короткими, поэтому разрабатывать необходимые рынку виды продукции и успешно их внедрять в производство нужно за все более короткое время, так как только в этом случае предприятия сможет оставаться конкурентоспособным. При управлении возвратными потоками необходимо учитывать, что большинстве случаев возврат делится на четыре категории: оборудование, запасные части, расходные материалы и конкурирующие продукты встречной торговли. При этом, предусматривается восстановление до приемлемого состояния, которое представляет собой меру времени исполнения заказа, необходимого для доведения продукта до последующего использования по прямому назначению.

Основные компоненты управления цепочками поставок – это третий элемент модели SCM. Компоненты управления – это управленческие переменные, при помощи которых бизнес-процессы интегрируются и управляются в пределах всех цепочек поставок (методы планирования и контроля, инфраструктура потоков и видов деятельности, связанных с работой, структура распределения полномочий и лидерства, распределение рисков и вознаграждений). Если компоненты управления и поведения не согласованы с первой группой, т.е. не обеспечивают поведения, способствующего достижению целей предприятия, цепочки поставок, скорее всего, будут менее конкурентными. Таким образом, основа для успешного SCM создается на основе восприятия каждого из указанных компонентов и того, как они взаимодействуют друг с другом. Управление как внутри предприятия, так и между предприятиями, скорее всего, будет успешным только тогда, когда его воспринимают как мультикомпонентный процесс изменений, одновременно и в явном виде учитывающий все компоненты SCM. Усовершенствованная модель SCM позволяет добиться максимальной конкурентоспособности и эффективности компании, а также всей сетевой структуры цепочек поставок, включая конечного потребителя. В связи с этим интеграция и реинжиниринг процессов цепочек поставок должны быть направлены на повышение общей эффективности и производительности участников цепочек поставок.

Определение и последующее развитие перспективных направлений углубления интеграции стран ЕЭП в части согласования экономической политики в сфере гармонизации технического регулирования как фактора выпуска конкурентоспособной экспортной продукции, соответствующей международным требованиям, и совершенствования системы таможенного администрирования является одной из важнейших задач в рамках деятельности ЕАЭС для Республики Беларусь. В рамках анализа налоговых систем стран ЕЭП можно отметить тот факт, что в полной мере системы налогообложения трех стран не могут быть унифицированы, что обусловлено наличием трех- и двухуровневых систем налогообложения интегрирующихся стран. Кроме того, в настоящий момент согласование налоговой политики стран носит межгосударственный характер, а в части наднационального регулирования такими полномочиями не обладает. Отмечено, что значительная степень унификации может быть достигнута лишь в области сближения элементов налоговой

системы, порядка исчисления и уплаты налогов, налоговых льгот и освобождения от уплаты налогов, системы контроля над налогоплательщиками со стороны налоговых органов. Необходимо отметить, что в области налогообложения ключевым вопросом, требующим решения и влияющим на увеличение экспортного потенциала страны, является совершенствование процедуры возврата налога на 23 добавленную стоимость (НДС), поскольку возврат НДС при экспортных операциях является одним из существенных препятствий, с которым сталкиваются экспортеры стран ЕЭП, в частности России и Казахстана. Такого рода проблема существует и вследствие высоких ставок данного налога в указанных странах (в сравнении с Беларусью), поскольку он входит в рыночную цену продукции, то его уплата в значительной мере поднимает цену продукции, что снижает ее конкурентоспособность на внешних рынках. Унификация ставок данного налога позволит обеспечить условие осуществления предпринимательской деятельности хозяйствующими субъектами стран-партнеров по интеграции на территории ЕЭП на равных условиях. Решение вопроса совершенствования процедуры возврата НДС и унификации его ставок расширит круг потенциальных участников экспортной деятельности стран ЕЭП и обеспечит рост числа предприятий-экспортеров стран-участниц. Действующая в настоящее время система взимания НДС в рамках ТС имеет определенные недостатки, связанные с различными значениями налоговых ставок НДС, сжатыми сроками предоставления подтверждающих документов и большим документооборотом, что значительно затрудняет осуществление операций участниками ВЭД и, как следствие, снижает эффективность создания единой таможенной территории стран ТС.

В этой связи предполагается возможным установить лимиты ставки НДС стран-участниц с учетом их социально-экономического развития; закрепить идентичный перечень составляющих объектов обложения НДС, а также объектов, не облагающихся данным налогом; установить идентичный способ определения налоговой базы при импорте товаров на таможенную территорию; определить унифицированные условия применения налоговых вычетов сумм НДС, а также использовать унифицированные методы исчисления таких сумм; в налоговых законодательствах закрепить унифицированные перечни документов, необходимых для подтверждения экспорта товаров, работ и услуг. В области технического регулирования представляется целесообразным вместе с сокращением числа национальных стандартов и гармонизацией внутренних национальных стандартов с техническими регламентами закрепить в технических регламентах ТС как условия, позволяющие контролировать качество изготовленного товара по определенным характеристикам, так и технологию его производства с учетом современных научных достижений, что позволит обеспечить контроль всех стадий производственного процесса, обеспечит внедрение и использование инноваций, модернизацию технологической составляющей промышленности.

В результате проведенного исследования, выявлено, что технологическая оснащенность Беларуси является одной из важнейших задач промышленного развития, так как национальные интересы страны тесно связаны с развитием технологической базы. В Республике действует Указ Президента, в котором определена структура приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2011 – 2015 год, а также Концепция Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 г.

Нахождение в составе интеграционного сообщества имеет определенные плюсы для основного Белорусского рынка так как Минск не обладает собственными энергоресурсами и получает от России преференции, а в новом союзе Беларусь получить крупнейший рынок со 170 миллионами покупателей, однако в тоже время Белорусский рынок вскоре наполнят товары из других стран, и это будут не только российские и казахские производители. Развитие и углубление интеграции стран ЕЭП возможно на основе эффективного функционирования ТС с последующим расширением сферы наднационального регулирования, прежде всего, в части налогообложения, технического регулирования и таможенного администрирования в целях обеспечения свободного движения товаров стран ТС и завершения стадии его формирования, являющегося основой для развития ЕЭП. Есть смысл переключить деятельность сообщества на создание наукоемких технологий, чтобы в итоге речь шла о стоимости конечного продукта тем самым не вызывая трудностей в его перемещении. Применение усовершенствованной модели SCM позволит определить приоритетные направления в области конкурентоспособности выпускаемой продукции.

#### **Список использованных источников**

1. Кускова, И. Б. Мировая интеграция. Перспективы развития СНГ / И. Б. Кускова // Компетентность: ежемесячный научно-практический журнал. – № 6/87. – 2011. – С. 24–31.
2. Лихачев, А. В. Евразийская экономическая Комиссия: формирование наднационального регулирующего органа Таможенного союза и Единого экономического пространства / А. В. Лихачев. – Брюссель. 2012. – Режим доступа: [http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/foreigneconomicactivity/doc20120730\\_0007](http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/foreigneconomicactivity/doc20120730_0007). – Дата доступа: 01.03.2015.
3. Промышленность Республики Беларусь, 2014: статистический сборник / И. А. Костевич [и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет РБ, 2014. – 272 с.
4. Каталог высокотехнологичных товаров Республики Беларусь. Выпуск 6 / под ред. А. Г. Шумилина. – ГУ «БелИ-СА». – Минск, 2013. – 242 с



5. Немогай, Н. В. Стандартизация и сертификация товаров и услуг : учеб. пособие / Н. В. Немогай. – Гомель : ЦИИР, 2010. – 262 с.

## НОВАЦИИ В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

**Е.А. Реуцкая,**

магистр юридических наук

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск*

Обращение ценных бумаг является важнейшим элементом современных рыночных отношений. В настоящее время мировой финансовый кризис стал подталкивать белорусский корпоративный сектор к фондовому рынку и активному инвестированию в ценные бумаги. Эти тенденции способствовали пересмотру законодателем многих правовых позиций регулирования рынка ценных бумаг, в связи с чем, был принят новый Закон Республики Беларусь от 5 января 2015 г. «О рынке ценных бумаг», который вступит в силу с 11 июля 2015 г. (далее – Закон о рынке ценных бумаг).

Закон о рынке ценных бумаг по новому установил порядок раскрытия и предоставления информации на рынке ценных бумаг. Согласно ст. 54 Закона о рынке ценных бумаг информация на рынке ценных бумаг разделяется на конфиденциальную и общедоступную. Такое деление информации отсутствует в ныне действующем Законе Республики Беларусь от 12 марта 1992 г. «О ценных бумагах и фондовых биржах», в нормах которого лишь упоминается о конфиденциальной информации на рынке ценных бумаг.

В соответствие со ст. 54 Закона о рынке ценных бумаг, инсайдерской информацией на рынке ценных бумаг признается любая не являющаяся общедоступной информация об эмитенте и эмитированных им эмиссионных ценных бумагах, за исключением Министерства финансов Республики Беларусь, Национального банка Республики Беларусь, местных исполнительных и распорядительных органов и эмитированных ими эмиссионных ценных бумаг, а также информация о сделках, совершенных с использованием услуг организатора торговли ценными бумагами и др., которая ставит лиц, обладающих в силу своего служебного положения, трудовых обязанностей или гражданско-правового договора, заключенного с эмитентом и (или) профессиональным участником рынка ценных бумаг, такой информацией, в преимущественное положение по сравнению с другими субъектами рынка ценных бумаг.

В свою очередь, закрытой информацией на рынке ценных бумаг признается информация о результатах финансово-хозяйственной деятельности эмитента до ее раскрытия путем размещения на едином информационном ресурсе рынка ценных бумаг, а также до опубликования в средствах массовой информации либо доведения иным образом до сведения неопределенного круга лиц в случаях, установленных Законом о рынке ценных бумаг и иными законодательными актами Республики Беларусь.

Информация, распространение и (или) предоставление которой не ограничено Законом о рынке ценных бумаг и иными законодательными актами Республики Беларусь будет признаваться общедоступной информацией на рынке ценных бумаг.

Следует отметить возможность предоставления конфиденциальной информации лишь конкретным лицам, перечень которых указан в ст.ст. 60 и 61 Закона о рынке ценных бумаг. Лица, располагающие конфиденциальной информацией, не имеют права использовать эту информацию в личных целях, а также передавать ее третьим лицам, за исключением случаев, установленных законодательными актами Республики Беларусь. В случае нарушения требований, указанных в Законе о рынке ценных бумаг, эти лица несут ответственность в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь.

Попытка создания системы конфиденциальной и общедоступной информации на рынке ценных бумаг является главным инструментом защиты прав и законных интересов участников рынка ценных бумаг. Качественное и полное раскрытие информации свидетельствует о надлежащей защищенности прав инвесторов и других участников рынка ценных бумаг.

Такое правовое регулирование рынка ценных бумаг полностью согласуется с положениями Конституции Республики Беларусь о регулировании экономической деятельности в интересах человека и общества, о допустимости ограничения прав и свобод, поскольку ограничения в виде запретов устанавливаются в Законе о рынке ценных бумаг в интересах защиты прав других лиц, например инвесторов, в том числе направлено на расширение и укрепление финансового рынка, а также улучшение не только инвестиционного климата, но и инвестиционной привлекательности Республики Беларусь.

### Список использованных источников

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года: с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. – 10-е изд., стер. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 62 с.

2. О ценных бумагах и фондовых биржах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 марта 1992 г., № 1512-ХП : в ред. от 16.07.2010 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
3. О рынке ценных бумаг [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 января 2015 г., № 213-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

## ЭЛЕМЕНТЫ СТРАХОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

**С.М. Полежаева,**

*Государственное высшее учебное заведение*

*«Киевский национальный экономический университет*

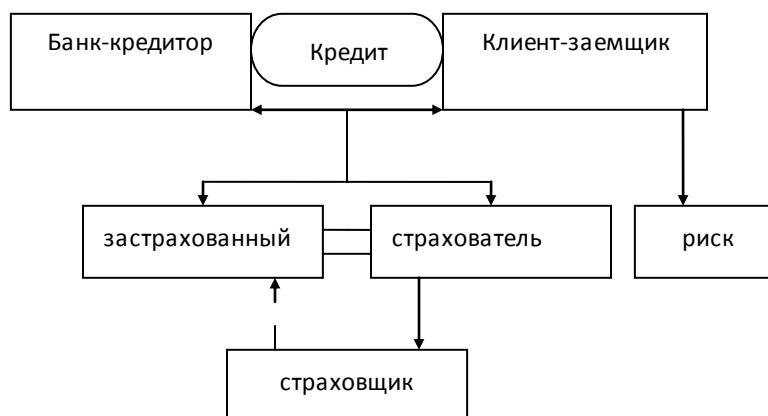
*имени Вадима Гетьмана», г.Киев*

Страхование кредитных рисков включает страхование кредитов и страхование ответственности за непогашение кредитов. [3]

По классификационным признакам страхование кредитов делится на три вида:

1. Делькредерное страхование.
2. Страхование кредита доверия.
3. Страхование залогового имущества (гарантийное страхование).

При делькредерном страховании (рис 1.) страхователем может выступать как кредитор, так и заемщик. Если кредитор одновременно является и страхователем, он может рассчитывать на страховое возмещение убытков в случае невыполнения должником своих финансовых обязательств. По второй форме делькредерного страхования заемщик выступает в роли страхователя и тем самым защищает имущественные интересы своего кредитора.



- - постоянные связи
- - временные связи

**Рис. 1.** Отношения контрагентов при страховании риска невозврата кредита (делькредерного страхования)

Делькредерное страхование кредитных рисков предполагает наличие достаточно широкого ассортимента страховых услуг, а именно: страхование товарных кредитов, страхование ответственности заемщика за непогашение кредитов, страхование экспортных кредитов, страхование кредитов под инвестиции.

Кроме делькредерного страхования, страховые услуги предоставляются по страхованию доверия. Сущность данного вида страхования заключается в том, что работодатель защищает себя от возможных убытков в случае финансовых злоупотреблений работников.

Субъектами страхования доверия выступают работодатели и работники, которые, согласно своих служебных обязанностей, несут материальную и финансовую ответственность перед работодателем.

Объектом страхования доверия являются компьютерные системы банка, электронные данные, носители, компьютерные вирусы, электронная связь, электронные переводы, ценные бумаги на электронных носителях, а также перевод средств по телефонным инструкциям.

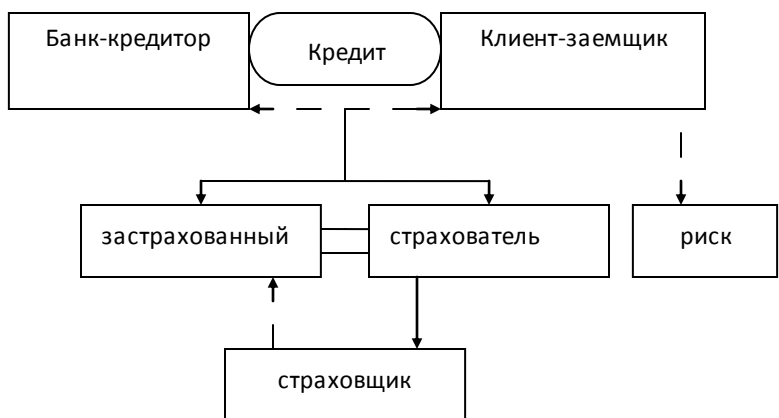
Страховая сумма определяется по соглашению сторон, но в пределах возможных финансовых убытков, которые могут возникнуть в результате непрофессиональной деятельности ответственных лиц.

Наличие договора страхования доверия позволяет работодателю: избегать излишней тревоги о материальных ценностях, которые передаются доверенным лицам, персоналом в пользование; предотвращать возникновение расходов по прямым убыткам; избегать в любом случае необходимости получать доказательства целостности материальных ценностей.

Среди многих видов страхования кредитов важное место занимает страхование залогового имущества (гарантийное страхование) (рис 2.). Данный вид страхования является удобным как для кредитора, так и для заемщика. Договор страхования залогового имущества позволяет заемщику получить необходимый кредит, а кредитору – залоговое имущество заемщика в случае несвоевременного погашения суммы задолженности по кредиту.

Целью проведения данного вида страхования является защита имущественных интересов финансово-кредитного учреждения, которая осуществляет кредитование физических и юридических лиц, страхователей, связанных с владением, пользованием и распоряжением залоговым имуществом.

Страховая сумма устанавливается по соглашению сторон в пределах действительной стоимости имущества или в размере полной восстановительной стоимости.



- - постоянные связи  
 ----- – временные связи

**Рис.2.** Отношения контрагентов при залоговом (гарантийном) страховании (каузионное страхование)

При страховании залогового имущества страховое покрытие распространяется на следующие виды рисков:

- пожара (повреждение или полное уничтожение объектов страхования вследствие воздействия огня, а также продуктов горения и средств пожаротушения), поражения молнией и взрыва газа;
- стихийных бедствий (наводнение, землетрясение, шторм, буря, вихрь, ураган, смерч, град, оползень и т.п.) и падение управляемых летательных аппаратов или их обломков;
- частичной или общей аварии отопительной, водопроводной, канализационной систем, систем пожаротушения и других технологических аварий, в последствии которых нанесен полный или частичный ущерб объекту страхования;
- противоправных или преднамеренных действий третьих лиц (поджог, кража со взломом, ограбления и т.д.) [1].

Таким образом, страхование кредитов необходимо банкам для того, чтобы уберечь себя от рисков, связанных с кредитованием физических и юридических лиц, а также чтобы гарантировать успешность ведения своей деятельности.

Дальнейшее развитие банковских финансово-кредитных учреждений нуждается в усовершенствовании механизма страховой защиты как заемщика, так и кредитора. В этом контексте кредитные учреждения заинтересованы в предоставлении им гарантий имущественной ответственности страховщика за несвоевременное либо не в полном объеме погашение задолженности страхователя. В свою очередь, страхователь, заключая договор кредитного страхования, должен иметь уверенность в способности страховщика рассчитаться с кредитором в случае неплатежеспособности страховщика.

Рассмотрим более подробно страхование ответственности за непогашение кредитов.

Во взаимоотношениях между кредитором и заемщиком предметом общего интереса является кредит, который порождает противоположные законодательно-экономические ситуации: для кредитора это право требовать получения долга, а для заемщика это обязательство вернуть кредит в соответствии с кредитным соглашением. [2] Невыполнение этих договоренностей грозит кредитору финансовыми убытками, которые и могут выступать объектом страхования с целью защиты имущественных интересов кредитора. Таким об-

разом, риск кредитной операции материально проявляется в невозврате, неуплате долга, и юридически – в невыполнении обязательства. Это означает, что суть страхования ответственности заемщика за непогашение кредита несколько отличается от других видов страхования. Учитывая доминирующее значение правового аспекта, который отчетливо проявляется в страховании ответственности за непогашение, он признан особой формой страховой защиты страхования от убытков на случай невыполнения требований, то есть ответственности. Важнейшим моментом в страховании является размер ответственности, установление страхового случая и определение страхового возмещения. Эти условия являются обязательными атрибутами страхового договора.

Таким образом, условия страхования ответственности заемщика за непогашение кредитов состоит в том, что на страхование принимается риск непогашения заемщиками полученных в банке кредитов и процентов по ним. Договор предусматривает возмещение от 50 до 90 % суммы непогашенного в установленный срок заемщиком кредита и процентов по нему. Срок страхования в основном соответствует сроку, на который выдан кредит, а иногда даже превышает конечный срок погашения кредита и процентов по нему. При страховании риска непогашения всех выданных банком кредитов договор заключается на один год. Страхование осуществляется за счет средств страхователя путем списания страховой премии с его счета в банке.

### **Список использованных источников**

1. Алиев, Б. Х. Страхование: учебник / Б. Х. Алиев, Ю. М. Махдиева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 415 с.
2. Бородюк, О. Как усовершенствовать управление банковскими рисками / О. Бородюк // Независимый аудитор. № 9 (32) [сентябрь 2014].
3. Бубляс, Л. Страхование кредитных рисков в Украине / Л. Бубляс, Н. Матвеева / ЧВУЗ «Хмельницкий экономический университет» // Тезисы Интернет-конференции 12–13 декабря 2013 г.
4. Вовчак, О. Д. Страхование : учеб. пособие / О. Д. Вовчак. – Львов, 2006. – 480 с.
5. О страховании : Закон Украины , 4 окт. 2001 г., № 2745-III.
6. Новые векторы развития страхового рынка Украины: монография / рук. авт. кол. д-р экон. наук, проф. О. В. Козьменко. – Сумы : Университетская книга, 2012. – 316 с.
7. Стеля, В. В. Кредитное страхование: современная стратегия банковского кредитного риск-менеджмента/ В. В. Стеля // Банковские услуги. – 2006. – № 2. – С. 10–16.
8. Страхование : учебник / под ред. В. Д. Базилевича. – М. : Знание, 2008. – 1019 с.
9. Страхование: экономика, организация, управление : учебник: т. 2 / под ред. Г. В. Черновой. – М. : Экономика, 2010. – 671 с.

## МИРОВОЙ ОПЫТ КОНТРОЛЯ ЗА ВХОЖДЕНИЕМ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА В БАНКОВСКИЙ СЕКТОР

**Е.Н. Сутормина,**

ассистент кафедры менеджмента банковской деятельности  
*ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана», г. Киев*

Международная интеграция и глобализация нивелируют границы движения финансового капитала. В этих условиях неотвратимым процессом становится вхождение иностранных банков в национальные банковские системы. Экспансия капитала несет как позитивные, так и негативные последствия, характер проявления которых определяется макроэкономическими условиями в стране.

В украинских реалиях проблема вхождения и присутствия иностранного капитала всегда была актуальной. Большинство иностранных банков при вхождении на украинский рынок преследовали свои протекционистские цели. Период активной заинтересованности иностранных инвесторов сменился периодом оттока капитала в кризисных условиях. Так, в течение 2012-2014 годов доля иностранного капитала в уставном капитале банков уменьшилась на 7 п.п. и по состоянию на 01.01.2015г. составляла 32,5 %. При этом до финансового кризиса 2008-2009 годов доля иностранного капитала колебалась в пределах 36 %-40 %.

Единой, целостной концепции по регулированию вхождения иностранного капитала в банковский сектор Украины до сих пор не сформировано. Учитывая сложную экономическую и политическую ситуацию, для сохранения независимости украинской банковской системы от негативного влияния иностранного капитала целесообразно использовать опыт стран, которым удалось значительно либерализовать финансовый рынок, не ущемляя интересы национальных банковских учреждений.

В мировой практике выделяют несколько принципов вхождения иностранного капитала в национальные банковские системы [1, с. 16–18]. Принцип национального режима подразумевает отсутствие какой-либо дискриминации по сравнению с национальными институтами. При лицензировании банковской деятельности учитывается ее национальная принадлежность, а в процессе деятельности банковского учреждения применяются подобные для учреждений-резидентов нормы банковского регулирования и надзора. Основанием для практической реализации данного режима выступают межгосударственные соглашения (ОЭСР, ВТО, ЕС).

Принцип взаимности предусматривает, что страна разрешает создание иностранного банка на собственной территории, деятельность которого контролируется нерезидентом, по правилам, разрешенных для создания банков страны, принимающей на территории страны происхождения нерезидента. Принцип взаимности предусмотрен в законодательстве Канады, Испании, Японии, Швейцарии. Федеральное законодательство США де-юре распространяет национальный режим как на допуск, так и на регулирование, де-факто действуют законы отдельных штатов по принятию решений о лицензировании банков, контролируемых нерезидентом.

Принцип консолидированного надзора предусматривает совместное участие в наблюдательных мероприятиях как страны, где создается иностранный банк, так и страны происхождения. Представительства иностранных банков не подпадают под этот принцип, поскольку не осуществляют банковских операций.

Уровень присутствия нерезидентов в банковской системе определяется режимом их доступа на национальный рынок, такие режимы имеют широкую градацию от режима, который соответствует местным банковским учреждениям и контролирует не только экономические потребности в иностранном капитале, но и учитывает факторы политического характера. Опыт показывает, что различные ограничения в отношении иностранных инвестиций широко используются в странах с развивающимися рынками, а также и в развитых странах [2, с. 215].

Так, в Бразилии доступ иностранных банков в национальную финансовую систему может быть закрыт центральным банком в случае снижения стабильности платежного баланса. Существует обязательный контроль при создании филиала иностранного банка, увеличение размера и доли в уставных капиталах бразильских финансовых институтов и приватизации государственных банков. Продажа нерезидентам государственных финансовых учреждений разрешена в случае: а) если средства для покупки имеют только зарубежное происхождение; если есть специальное разрешение Министерства планирования и бюджета, который учитывает национальные интересы государства.

В Турции необходимо получение обязательного разрешения на создание филиала или дочернего банка нерезидентами. Для первого созданного филиала установлено требование минимального размера дополнительного капитала в 10 млн долларов США. Количество открытых филиалов иностранных банков не может

превышать пяти (два – в Стамбуле и по одному – в другом любом городе). В Турции действует принцип взаимности.

Большинство развитых стран мира используют ограничения относительно функционирования иностранного капитала адекватные тем, которые применяются регулятором страны происхождения капитала до национального капитала. Развивающиеся страны имеют значительно более широкий арсенал ограничений доступа иностранного капитала в банковскую систему страны. Прежде всего, это ограничения относительно доли присутствия иностранного капитала в капитале и общих активах банковской системы [3, с. 158-159].

В соответствии с принципом 25 «Отношения между надзорными органами страны происхождения и страны пребывания» документа «Основных принципов эффективного банковского надзора», разработанных Базельским комитетом по банковскому надзору, предусмотрено, что в случае осуществления банками существенных по объемам иностранных операций орган надзора заключает неофициальные или официальные договоренности по обмену соответствующей информацией о финансовом состоянии и результатах деятельности таких учреждений в стране происхождения или стране местонахождения, при условии ее конфиденциальности (Меморандум о взаимопонимании).

Наряду с Меморандумом могут заключаться многосторонние соглашения, являющиеся более специализированным документом, который определяет технические аспекты сотрудничества между надзорными органами страны происхождения материнского банка и стран пребывания его дочерних учреждений и филиалов по вопросам, связанным с оценкой реального финансового состояния, профиля рисков банковской группы и ее участников и, соответственно, необходимого размера капитала как на уровне каждого из участников группы, так и на уровне банковской группы в целом.

Необходимость заключения таких многосторонних соглашений предусмотрена Директивой ЕС 2006/48/ЕС содействие сотрудничеству между надзорными органами, ответственными за надзор за отдельными банковскими учреждениями, входящими в состав банковской группы, с целью осуществления адекватного надзора за их деятельностью на индивидуальной основе и за деятельностью банковской группы на консолидированной основе.

Таким образом, экспансия иностранного капитала на внутренний рынок предполагает расслоение национального влияния за рубежом. Для крупного иностранного банка регион может иметь стратегический приоритет в силу географических или политико-культурных факторов. Примером этого является проникновение банковского капитала Германии в Восточную Европу или скандинавских банков в бывшие республики Прибалтики.

Одной из ключевых задач оздоровления банковских систем стран Центральной и Восточной Европы является повышение уровня капитализации банков путем привлечения капитала мощных иностранных финансово-банковских групп. Инвесторами в экономику развивающихся стран, являются компании из развитых стран, на рынках которых конкуренция слишком жесткая. Таким образом, финансово-промышленные группы направляют свои взгляды на привлекательные отрасли стран Центральной и Восточной Европы, в частности на банковский сектор.

#### **Список использованных источников**

1. Реверчук, С. К. Концентрация банковского капитала в Украине: управление и опыт : монография / О. Д. Вовчак, Ю. А. Бойко / за наук. ред. д. э. н., проф. С.К. Реверчук. – Львов : «Растр-7», 2012. – 192 с.
2. Осадчий, Е. С. Иностраный капитал в банковской системе Украины : дисс.... канд.экон.наук: 08.00.08 / Евгений Сергеевич Осадчий: ГВУЗ «КНЭУ имени Вадима Гетьмана». – Киев, 2010. – 223 с.
3. Корнилюк, Р. В. Стратегические проблемы регулирования сферы иностранного банковского дела [Текст] / Р. В. Корнилюк // Проблемы и перспективы развития банковской системы Украины: сб. науч. трудов / Государственное высшее учебное заведение «Украинская академия банковского дела Национального банка Украины». – Сумы, 2010. – Т. 30. – С. 157–164.

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Ю.А. Мышковец,

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Сегодня для крупных отечественных компаний становится актуальным вопрос необходимости постановки систем внутреннего контроля и риск-менеджмента, а также создания служб внутреннего контроля.

В мировой практике необходимость внедрения систем внутреннего контроля была обусловлена корпоративными скандалами, связанными с искажением финансовой отчетности в таких компаниях, как Enron и Parmalat.

Действующий с 2004 в США года закон Сарбейнса-Оксли (Sarbanes-Oxley), регламентирует требования к системе внутреннего контроля. В частности, статья 404 закона Сарбейнса-Оксли «Управление и оценка финансового контроля» содержит требование по проведению аудиторской проверки отчета топ-менеджмента компании об уровне службы внутреннего контроля. В соответствии с этим требованием руководители компаний обязаны документально оценивать систему внутреннего контроля, раскрывая в приложениях к финансовой отчетности все ее существенные недостатки и предлагая мероприятия по их устранению. Оценка службы внутреннего контроля, утвержденная генеральным и финансовым директорами, подлежит прохождению проверки у внешних аудиторов, которые формируют отдельное заключение, публикуемое вместе с годовой финансовой отчетностью компании. При этом руководители компаний несут персональную ответственность, вплоть до уголовной за эффективность системы внутреннего контроля и достоверность финансовой отчетности.

В Российской Федерации с 1 января 2013 года в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 06.12.11 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» организация внутреннего контроля стала обязательной для всех компаний, подпадающих под обязательный аудит [1].

Система внутреннего контроля (СВК) представляет собой весь диапазон процедур, методов и механизмов контроля, создаваемых руководством компании для обеспечения надлежащего осуществления финансово-хозяйственных операций.

Основная цель внутреннего контроля – предоставить независимые гарантии заинтересованным лицам (акционерам, инвесторам, менеджменту компании) в том, что внутренний контроль компании адекватен и эффективен. Задача внутреннего контроля – способствовать достижению поставленных компанией целей, используя систематизированный подход к оценке и повышению эффективности ее работы в целом. Также в качестве основных целей функционирования системы внутреннего контроля в компании можно выделить:

- обеспечение соблюдения требований национального законодательства и требований внутренних процедур, установленных в компании;
- своевременное выявление и анализ рисков деятельности компании;
- обеспечение достоверности, корректности, целостности и актуальности финансовой и управленческой информации и отчетности компании;
- обеспечение выполнения финансово-хозяйственных планов компании;
- обеспечение высокого уровня доверия инвесторов к компании и ее органам управления;
- защита капиталовложений акционеров и инвесторов, обеспечение сохранности активов компании и эффективного использования ресурсов компании;
- создание эффективной системы противодействию мошенничеству топ-менеджмента и персонала компании;
- содействие построению оптимальной организационной структуры компании.

Для отечественных компаний, заинтересованных в постановке системы внутреннего контроля, можно рекомендовать широко используемую в мировой практике интегрированную модель внутреннего контроля, предлагаемую COSO [2]. Данная аббревиатура переводится как Комитет организаций-спонсоров Комиссии Тредвея (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Это добровольная частная организация, созданная в Соединенных Штатах и предназначенная для выработки соответствующих рекомендаций для корпоративного руководства по важнейшим аспектам организационного управления, деловой этики, финансовой отчетности, внутреннего контроля, управления рисками и противодействия мошенничеству.

Указанная модель внутреннего контроля может быть реализована практически в любой компании вне зависимости от размера и отрасли, что подтверждает опрос такого авторитетного профессионального западного издания как CFO («Chief Financial Officer») проведенный в 2007 году, согласно которому 82 % респондентов утверждали, что они использовали модель внутреннего контроля предложенную COSO [3].

Интегрированная модель внутреннего контроля COSO (Internal Control-Integrated Framework) определяет пять элементов внутреннего контроля, в соответствии с которыми классифицируются процессы внутреннего контроля (табл. 1):

Таблица 1

Элемент	Процессы внутреннего контроля
Среда контроля	<p>Оценка внутренней среды компании, которая предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценку корпоративной культуры компании.</li> <li>• оценку организационной структуры включая: <ul style="list-style-type: none"> <li>– идентификацию взаимосвязанных и непротиворечивых целей и задач на различных уровнях управления компанией;</li> <li>– распределение и делегирование ключевых полномочий и ответственности в компании, обеспечение эффективного взаимодействия структурных подразделений и сотрудников компании;</li> <li>• оценку распределения полномочий и обязанностей включая: <ul style="list-style-type: none"> <li>– разделение ключевых обязанностей между сотрудниками компании;</li> <li>– доведение до всех сотрудников компании их обязанностей в сфере внутреннего контроля; <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценку действующей кадровой политики;</li> <li>• оценку комплекса мер по предотвращению мошенничества</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
Оценка риска	<p>Выявление и анализ потенциальных рисков, которые могут препятствовать достижению целей деятельности компании  Риски подлежат идентификации и анализу</p>
Контрольные процедуры	<p>Оценка наличия и эффективности политик и процедур, обеспечивающих выполнение указаний менеджмента, обеспечивающих охват контрольными процедурами всех уровней компании  Контрольные процедуры подразделяются на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• детективные – процедуры, направленные на выявление недостатков в бизнес-процессах и негативных событий после факта их совершения (сверка данных, анализ отчетов и т.д.).</li> <li>• директивные – процедуры, целью которых является указание на порядок действий для персонала (регламенты, приказы и т.д.).</li> <li>• превентивные – процедуры, направленные на исключение либо резкое снижение вероятности негативных событий (ограничение доступа, авторизация доступа и т.д.).</li> </ul>
Коммуникации	<p>Оценка надежности и актуальности информации и коммуникаций, которая включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценку организации системы сбора, обработки и передачи информации, в том числе формирования отчетов и сообщений, содержащих операционную, финансовую информацию о деятельности компании, а также установление эффективных каналов и средств коммуникации, обеспечивающих вертикальные и горизонтальные коммуникативные связи внутри компании;</li> <li>• установление эффективной связи компании с третьими лицами;</li> <li>• оценку доступа и сохранности информации, полученной из внутренних и внешних источников;</li> <li>• сбор, регистрацию, доведение до заинтересованных лиц необходимой управленческой информации;</li> <li>• доведение до сведения сотрудников действующих политик компании, планов, инструкций и т.д.</li> </ul>
Мониторинг	<p>Оценка эффективности функционирования системы внутреннего контроля предполагающая:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценку и определение критериев эффективности работы структурных подразделений, должностных лиц и сотрудников компании;</li> <li>• риск-ориентированный аудит бизнес-процессов;</li> <li>• ревизионные проверки сохранности активов;</li> <li>• регулярные оценки качества системы внутреннего контроля подразделениями компании (control self-assessment)</li> </ul>

Особо необходимо подчеркнуть, что объектами процедур внутреннего контроля согласно требованиям COSO являются непосредственно бизнес-процессы компании, то есть в компании предполагается применение единых стандартов бизнес-процессов на всех уровнях управления.



В связи с этим представляют интерес ключевые принципы внутреннего контроля (Internal control group principles), используемые в компании Pernod Ricard – одном из мировых лидеров по производству и продаже премиальных марок алкоголя. В частности, портфель брендов компании включает виски Chivas, Black, Red Label, водку Absolut, джин Beefeater, ром Havana Club, текила Olmeca, коньяк Agarar и др.)

Типовыми бизнес-процессами (Business cycles) данной компании, подвергающимися процедурам внутреннего контроля в соответствии с требованиями COSO, выступают:

- организация;
- коммуникации;
- закупки;
- производство и запасы;
- капитальные затраты и основные средства;
- продажи;
- маркетинг;
- казначейство;
- финансовая отчетность;
- работа службы персонала;
- налоги и сборы;
- законодательство/ работа юридической службы компании;
- страхование;
- работа службы внутреннего контроля.

Рассмотрим более углубленно основные принципы внутреннего контроля бизнес-процессов, используемые в компании Pernod Ricard.

#### 1. Бизнес-процесс «Организация».

1.1. Необходим контроль надлежащего качества выполнения персоналом трудовых обязанностей, соблюдения принципов корпоративной культуры, бережного отношения к имуществу компании. Любые случаи ненадлежащего поведения нарушителей фиксируются, документируются соответствующим образом службой персонала, рассматриваются менеджментом с обязательным принятием соответствующих мер (COSO элемент – Среда контроля).

1.2. Риски компании подлежат определению, документированию и стоимостной оценке. Необходима разработка планов по минимизации их последствий. Процесс оценки рисков должен быть формализован – предполагается создание специального риск-комитета с участием ключевых профильных сотрудников (директор, финансовый директор, главный бухгалтер), который на еженедельной основе отслеживает, оценивает риски, а также разрабатывает планы по противодействию им (COSO элемент – Оценка риска).

1.3. Определение перечня документов на бумажных носителях, а также документов в электронном виде подлежащих хранению, резервному копированию. Архивирование компьютерных баз данных осуществляется специалистами IT-департамента (COSO элемент – Контрольные процедуры).

1.4. Все случаи пренебрежения контрольными процедурами, а также ненадлежащего выполнения мероприятий, направленных на исправление выявленных нарушений фиксируются менеджментом. Список имевших место фактов игнорирования контрольных процедур, дополненный описанием санкций, предъявленных к нарушителям, ведется службой внутреннего контроля (COSO элемент – Контрольные процедуры).

#### 2. Бизнес-процесс «Коммуникации».

Коммуникация компании с любыми средствами массовой информации осуществляется централизованно. Единственными лицами, выступающим с заявлениями/комментариями для средств массовой информации, являются директор и PR-менеджер (COSO элемент – Коммуникации).

#### 3. Бизнес-процесс «Закупки».

3.1. Бизнес-процесс закупки формализован, то есть, обязательные к исполнению при проведении различных видов закупок процедуры, четко описаны, при этом определены роли и обязанности всех участников процесса. Бизнес-процесс координируется отделом закупок. В компании проводится обязательный квартальный аудит соответствия ведения закупочной деятельности утвержденным процедурам (COSO элемент – Среда контроля).

3.2. При осуществлении процесса закупки соблюдается принцип разделения обязанностей сотрудников различных отделов компании. За контакты и переговоры с поставщиками ответственен отдел закупок. Прием товара, контроль его качества осуществляют работники отдела логистики, бухгалтерии и складов. Бухгалтерский учет задолженности перед поставщиками ведет бухгалтерия. Платежи поставщикам проводятся финансовым отделом (COSO элемент – Контрольные процедуры).

3.3. Закупочная деятельность является объектом постоянного мониторинга по следующим направлениям (COSO элемент – Мониторинг):

- проведение обязательной ежегодной оценки уровня качества поставляемых товаров и оказываемых компании услуг;
- анализ изменения цен (сравнение текущих цен с ценами прошлого года; с ценами, использованными при составлении бюджета закупок);
- мониторинг оборачиваемости товаров и их остатков (по данному показателю должна существовать специальная еженедельная отчетность отдела закупок, которая анализируется руководством и службой внутреннего контроля);

3.4. Выбор поставщика товаров, услуг осуществляется на тендерной основе. По возможности в конкурсе участвуют как минимум три поставщика товаров, услуг (COSO элемент – Контрольные процедуры).

#### 4. Бизнес-процесс «Запасы».

4.1. Расход запасов на выпуск определенного вида продукции осуществляется на основе установленных норм и лимитов отпуска запасов в производство. Служба внутреннего контроля регулярно проверяет применение на производстве указанных норм и случаи их пересмотра в связи с совершенствованием технологического процесса производства.

4.2. Количественный уровень товарных запасов планируется на основе регулярно проводимого прогнозирования продаж (в разрезе товарных групп). Планы продаж, закупки и наличия товарных запасов взаимосвязаны (COSO элемент – Контрольные процедуры).

4.3. Использование компьютерных систем обеспечивает полноту и качество учета количественного движения запасов. В целях выявления расхождений между фактическим наличием и данными бухгалтерского учета проводятся регулярные инвентаризации запасов. Все факты выявленных расхождений расследуются с выявлением причин повлекших недостачу и отражаются в бухгалтерском учете после утверждения актов инвентаризации директором (COSO элемент – Контрольные процедуры).

#### 5. Бизнес-процесс «Капитальные вложения и основные средства».

5.1. Осуществление капитальных затрат (строительство, проведение капитальных ремонтов, приобретение и модернизация основных средств) проводится в соответствии с инвестиционными планами компании. Обоснованность проведения инвестиционных затрат контролируется директором (COSO элемент – Среда контроля).

5.2. Основные средства и капитальные вложения должным образом отражаются в бухгалтерском учете компании. Сохранность основных средств контролируется ежегодно проводимыми инвентаризациями (COSO элемент – Контрольные процедуры).

5.3. Выбытие основных средств формализовано и утверждается директором. При выбытии основных средств соблюдается принцип максимизации доходов от выбытия (COSO элемент – Контрольные процедуры).

#### 6. Бизнес-процесс «Продажи».

6.1. В компании контролируется доходность продаж по видам продукции (обязательно), по клиентам (рекомендуется), по каналам дистрибуции (рекомендуется) (COSO элемент – Мониторинг).

6.2. Отдел продаж отвечает за разработку общих условий продаж (включая прайс-листы), утверждаемых директором (COSO элемент – Среда контроля).

6.3. Главный бухгалтер и сотрудники юридической службы компании отслеживают все изменения действующего законодательства в сфере продаж и уведомляют сотрудников отдела продаж о произошедших изменениях (COSO элемент – Коммуникации).

6.4. Управление дебиторской задолженностью включает в себя следующие блоки (COSO элемент – Контрольные процедуры):

- определение условий начала сотрудничества с новым клиентом (процедура начала работы отдела продаж с новым клиентом должна быть формализована);
- установление кредитного лимита дебитора (необходим специальный документ, в котором будут строго закреплены правила определения этого показателя в зависимости от уровня продаж конкретному клиенту, сезонности, финансового состояния клиента; кредитный лимит утверждается коммерческим директором);
- условия платежа должны быть обоснованными и учитывать сведения о практике работы компаний-конкурентов и платежной истории конкретного клиента;
- величина и обоснованность предоставления клиентам скидок определяется специальным документом «Положение о скидках».

6.5. При осуществлении процесса продаж соблюдается принцип разделения обязанностей. Новых клиентов утверждает директор. За контакты и переговоры с покупателями, а также за поддержание актуальной информации о них ответственен отдел продаж. Условия платежа согласуются с финансовым директором (COSO элемент – Контрольные процедуры).

## 7. Бизнес-процесс «Маркетинг».

Расходы на маркетинговые мероприятия предусматриваются исходя из определенной топ-менеджментом бизнес-стратегии компании на кратко- и среднесрочную перспективу и должны способствовать достижению поставленных целей. План маркетинговых мероприятий готовится специалистами по маркетингу в тесной кооперации с отделом продаж. Менеджментом ежегодно проводится оценка выполнения маркетингового плана и эффективности маркетинговых мероприятий (COSO элемент – Оценка риска).

## 8. Бизнес-процесс «Казначейство».

8.1. Управление денежными потоками осуществляется с соблюдением требований финансового законодательства. Санкционирование расхода денежных средств производится уполномоченными руководителями с использованием принципа двойной подписи (COSO элемент – Контрольные процедуры).

8.2. Доступ к финансовым документам компании, наличным денежным средствам имеет ограниченное количество сотрудников (COSO элемент – Контрольные процедуры).

8.3. Банковские операции, операции с наличными денежными средствами должным образом оформляются документально и отражаются в бухгалтерском учете. На регулярной основе проводится инвентаризация наличных денежных средств.

8.4. Операции по привлечению заемных денежных средств (кредитов) осуществляются после их обязательного согласования с топ-менеджментом компании.

8.5. Финансовый директор обеспечивает необходимый уровень ликвидности компании, гарантирующий ее способность погашать краткосрочные и среднесрочные обязательства перед контрагентами. Финансовой службой ежемесячно готовится бюджет движения денежных средств компании (COSO элемент – Оценка риска).

8.6. Финансовая служба ответственна за предварительную оценку платежеспособности контрагентов компании (COSO элемент – Оценка риска).

## 9. Бизнес-процесс «Финансовая отчетность».

9.1. Ведение бухгалтерского учета в компании осуществляется в соответствии с требованиями национального законодательства в сфере бухгалтерского учета. Главный бухгалтер и юридическая служба обязаны отслеживать все значительные изменения бухгалтерских принципов. Информация об имевших место изменениях ежемесячно доводится до сведения топ-менеджмента, затем о них информируются все остальные уровни менеджмента компании (COSO элемент – Контрольные процедуры).

9.2. Главный бухгалтер ответственен за подготовку на регулярной основе консолидированного пакета бухгалтерской отчетности в составе баланса, отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств, отчета об изменении капитала компании и пояснительной записки (COSO элемент – Контрольные процедуры).

9.3. Рабочие встречи директора, финансового директора компании, главного бухгалтера с внешними аудиторами компании имеют постоянный запланированный характер (COSO элемент – Контрольные процедуры).

9.4. Бюджетный цикл компании (подготовка годового бюджета, стратегического плана развития компании) формализован, закреплён в бюджетном регламенте (COSO элемент – Контрольные процедуры).

9.5. Сопоставление закреплённых в бюджетах параметров с фактическими данными деятельности компании (план/факт анализ или анализ отклонений) проводится ежемесячно специальными сотрудниками финансовой службы (COSO элемент – Контрольные процедуры).

9.6. Доступ к сведениям (документам) о финансово-экономическом состоянии компании, стратегических планах развития компании, важных параметрах ее текущей деятельности строго ограничен. Финансовый директор, главный бухгалтер, руководители подразделений и служба внутреннего контроля обеспечивают невозможность несанкционированного копирования указанной информации.

## 10. Бизнес-процесс «Работа службы персонала».

10.1. Профессиональные навыки персонала являются достаточными для эффективного выполнения своих должностных обязанностей. Профессиональная пригодность проверяется на стадии рекрутинга: при этом учитывается образовательный уровень кандидата, изучается предыдущий профессиональный опыт (COSO элемент – Среда контроля).

10.2. В компании должен существовать план по обучению и развитию персонала. Руководители подразделений компании ответственны за подготовку планов профессионального развития своих сотрудников. Указанные планы согласуются со службой персонала компании и основываются на планах развития компании (COSO элемент – Среда контроля).

10.3. Для всех сотрудников компании необходимо наличие письменных должностных инструкций, которые детально отражают перечень выполняемых задач. Актуальность должностных инструкций должна отслеживаться. При необходимости в них вносятся изменения (COSO элемент – Среда контроля).

10.4. Менеджмент имеет необходимую информацию для регулярного мониторинга степени удовлетворения персонала предоставляемым компанией компенсационным пакетом. Для этого необходимо проведение ежегодного специального исследования в форме бесед руководителей департаментов со своими сотрудниками. Особый акцент в ходе этих бесед делается на мотивации, возможностях служебного роста сотрудников. Помимо этого могут использоваться данные независимых исследований рынка заработных плат, предоставляемые на платной основе специализированными кадровыми агентствами (COSO элемент – Среда контроля).

10.5. Доступ к рабочей информации службы персонала (о личных данных сотрудников) и к данным о величине компенсационных пакетов строго ограничен (COSO элемент – Контрольные процедуры).

11. Бизнес-процесс «Налоги и сборы».

11.1. Результаты внешнего аудита о соблюдении компанией требований налогового законодательства в обязательном порядке предоставляются топ-менеджменту (COSO элемент – Среда контроля).

11.2. Финансовый директор контролирует процесс подготовки бухгалтерской службой налоговой отчетности компании (COSO элемент – Контрольные процедуры).

11.3. Финансовый директор и главный бухгалтер на регулярной основе в форме специального отчета информируют директора о потенциальных налоговых рисках компании и предоставляемых законодательством возможностях снижения налоговой нагрузки (COSO элемент – Оценка риска).

12. Бизнес-процесс «Законодательство/ работа юридической службы компании».

12.1. Все существенные для компании контракты должны проходить экспертизу в ее юридическом отделе. Для типовых форм договоров предусматриваются соответствующие шаблоны (COSO элемент – Контрольные процедуры).

12.2. Юридический отдел обеспечивает соответствие регистрационных и лицензионных документов компании текущим требованиям законодательства (COSO элемент – Коммуникации).

13. Бизнес-процесс «Страхование».

В необходимых случаях для уменьшения рисков менеджмент компании может прибегать к услугам страховых компаний.

14. Бизнес-процесс «Работа службы внутреннего контроля».

14.1. Служба внутреннего контроля является независимой от подразделений компании, чью деятельность она контролирует (COSO элемент- Мониторинг).

14.2. Служба внутреннего контроля по итогам каждого года работы компании проводит анализ имевших место негативных явлений. Результаты этого анализа используются для выработки плана контрольной работы службы на следующий год (COSO элемент- Мониторинг).

14.3. Служба внутреннего контроля оценивает (COSO элемент – Мониторинг):

- информационные системы, используемые компанией;
- применяемую политику бухгалтерского учета;
- систему финансового планирования (бюджетирования);
- процесс подготовки финансовой отчетности.

14.4. Руководитель службы внутреннего контроля имеет прямой доступ к топ-менеджменту (помимо встреч на плановых собраниях менеджмента компании), служба внутреннего контроля на регулярной основе предоставляет отчеты о прорабатываемой работе топ-менеджменту компании (COSO элемент – Мониторинг).

14.5. Замечания и рекомендации службы внутреннего контроля после их утверждения руководством компании обязательны к исполнению руководителями отделов компании (COSO элемент – Мониторинг).

#### **Список использованных источников**

1. Крышкин, О. Настольная книга по внутреннему аудиту: Риски и бизнес-процессы / О. Крышкин. – М. : Альпина Паблшер, 2015. – 478 с.
2. Internal Control – Integrated Framework, Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), New York, AICPA, 2012.
3. Миронов, И. Три кита, на которых держится финансовая стабильность компании / И. Миронов // Финансовый директор. – 2007. – № 3. – С. 26.
4. Дробышевский, Н. П. Ревизия и аудит : учеб.-метод. пособие / Н. П. Дробышевский. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2013. – 415 с.
5. Соколов, Б. Н. Системы внутреннего контроля (организация, методика, практика) / Б. Н. Соколов, В. В. Рукин. – М. : Экономика, 2007. – 442 с.

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕГО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС)

Е.В. Трубицына,

Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск

Энергетика является основой индустриального развития, связующим началом экономики, экологии и общества. Согласно новой парадигме мирового энергетического развития, на смену ресурсной глобализации и борьбе за углеводородные энергоресурсы приходит ресурсная регионализация и ресурсная самодостаточность ведущих стран-импортеров энергии (за счет развития всех имеющихся энергетических источников). Современный уровень развития энергетических технологий позволяет радикально снизить импорт энергии даже странам, которые ранее относились к категории энергодефицитных. По пути к энергетической самодостаточности сегодня идут страны ЕС и Китай, что в перспективе очень серьезно изменит географию международных потоков энергии и будет способствовать росту конкуренции между странами-экспортерами энергии в борьбе за потребителя, а также существенно снизит доходы этих стран от экспорта сырьевых ресурсов.

Энергетика будет становиться все более многоукладной и адаптивной к быстро меняющимся требованиям потребителя. Не следует ожидать, что мир перейдет от эры углеводородов к эре «зеленой энергетики». Более вероятен сценарий многоукладного развития, когда все виды экономически, технологически и экологически доступной энергии (традиционные и нетрадиционные углеводороды, ВИЭ, биотопливо и пр.) будут использоваться для производства электроэнергии как конечного энергетического источника для всех категорий потребителей [1].

Евразийское энергетическое сотрудничество является одним из важнейших направлений энергетической политики государств ЕАЭС, т. к. интеграция национальных энергетических рынков позволяет решить проблемы как обеспечения энергетической безопасности и устойчивости энергоснабжения, так и защиты окружающей среды и улучшения инвестиционной привлекательности отраслей ТЭК. Для создания региональных партнерских отношений энергетических объединений и союзов, в рамках которых осуществляется сотрудничество той или иной степени интенсивности, необходимо выполнение целого набора взаимосвязанных политических, экономических, социальных и технологических условий.

Основными принципами евразийской энергетической интеграции являются эволюционность, инфраструктурность, открытость процесса интеграции, поэтапная либерализация, повышение информационной прозрачности.

Эффективность сотрудничества в сфере энергетики в рамках ЕАЭС обозначена и предопределена пятью основными направлениями:

- **единое информационное пространство и планирование**: обеспечение гармонизации национальных статистических систем, создание межгосударственных банков данных и информационных ресурсов в энергетике, разработка методологии и проведение мониторинга ситуации в энергетике, гармонизация национальных стратегических документов и систем планирования, координация планов по приватизации объектов энергетики на недискриминационной основе;
- **единое институциональное пространство**: единые правила регулирования энергетических рынков, разработка единых принципов и стандартов налогообложения, снижение административных барьеров при передаче полномочий наднациональным органам, разработка принципов защиты инвестиций, единые технические регламенты и стандарты, ликвидация барьеров для движения энергетических товаров и услуг;
- **оптимизация и развитие инфраструктуры**: создание единой системы ОДУ в энергосистемах ЕЭП и согласование единых правил и порядка доступа к ним на недискриминационной основе, формирование общего оптового рынка электроэнергии и мощности в пределах ЕЭП и обеспечение параллельной работы энергосистем, скоординированное развитие энерготранспортной инфраструктуры;
- **совместные инновационные проекты**: создание межгосударственных институтов развития для реализации совместных инновационных проектов, формирование общего банка данных по новым энергетическим технологиям, создание системы взаимного обмена технологической информацией, проведение совместных научных исследований, создание единого Банка «зеленых» технологий, разработка и реализация единой политики по развитию ВИЭ, организационная и финансовая поддержка НИОКР и пилотных проектов в сфере возобновляемой энергетики;
- **внешняя энергетическая политика**: система взаимных консультаций, создание координационного совета по инвестициям, политика «открытых дверей» в сфере энергоинтеграции.

Результативность энергетической интеграции определяется в первую очередь созданием единого энергетического пространства, выраженного в свободном перемещении энергоресурсов (а также сопровождающих их услуг и других факторов производства), действию согласованных принципов ценообразования и единой стратегии их реализации, согласованной политики в отношении экспорта (импорта) товаров ТЭК.

Огромный энергетический (около 20 % общемировых запасов минеральных ресурсов сосредоточено в ЕЭП, в том числе 7,1 % мировых запасов нефти, 22,3 % газа и 22,1 % угля) и транзитный потенциал, которым обладают страны-участницы ЕЭП, может стать реальным инструментом эффективного экономического развития не только государств-партнеров, но и евразийского региона в целом (табл. 1) [2].

Таблица 1

Энергетическая статистика стран ТС/ЕЭП, 2013 год

	ТС и ЕЭП		РБ		РК		РФ	
	2013г	в % к 2012г	2013г	в % к 2012г	2013г	в % к 2012г	2013г.	в % к 2012г
Добыча нефти и газового конденсата, млн тонн.	606,3	101,1	1,6	99,1	81,7	103,2	523	101,1
Добыча газа природного и попутного, млрд м <sup>3</sup>	710,1	102,1	0,2	105,0	41,9	104,0	668	102,2
Добыча угля, млн тонн	466,9	97,7	-	-	119,9	99,4	347	97,1
Производство автомобильного бензина, млн тонн	45,2	100,8	3,7	98,8	2,7	95,3	38,8	101,3
Производство дизельного топлива, млн тонн	84,3	101,0	7,7	76,8	5,1	109,2	71,5	103,1
Производство топочного мазута, млн тонн	87,0	102,0	6,4	91,2	3,7	95,0	76,9	103,3
Производство электроэнергии, млрд кВт. ч	1174,1	98,6	31,2	102,2	91,9	101,4	1051	98,4

Источник: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_stat/econstat/Documents/S-E\\_JAN\\_DEC\\_2013\\_12.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Documents/S-E_JAN_DEC_2013_12.pdf)

Для Республики Беларусь, имеющей дефицит собственных энергоресурсов, особую остроту приобрел вопрос экономической эффективности функционирования топливно-энергетического комплекса и повышения его конкурентоспособности для обеспечения реальных потребностей экономики в энергии с учетом имеющихся материальных и финансовых ресурсов страны. Поэтому адекватное видение развития ТЭК (табл. 2)[3] является приоритетным направлением для законодательной и исполнительной власти республики, производителей и потребителей топливно-энергетических ресурсов. Как в настоящее время, так и в обозримом будущем, энергетика, как основа функционирования экономики, должна играть не блокирующую, а стимулирующую роль в развитии всех секторов экономики и, в первую очередь – высокотехнологичной промышленности и сектора услуг.

Таблица 2

Ожидаемые результаты выполнения Государственной программы развития Белорусской энергетической системы на период до 2016 года

Показатели	Ожидаемый результат
Ввод в эксплуатацию высокоэффективных мощностей в 2011-2015 годах, МВт	1871,3
Вывод из эксплуатации неэффективных мощностей в 2011-2015 годах, МВт	906
Экономия ТЭР (за период реализации программы), млн.т.у.т.	1,265
Использование местных ТЭР с учетом ВЭР в 2015 году, тыс. т.у.т.	1100-1290
Замещение природного газа в топливно-энергетическом балансе энергосистемы за счет экономии и других видов топлива в 2016 году, млрд м <sup>3</sup> в год	до 1,26
Снижение удельного расхода топлива на производство электроэнергии, г. у. т./кВт. ч	25-30
Снижение потерь в электрических и тепловых сетях, процентных пункта	2
Снижение износа основных фондов, процентов	до 40

Источник: <http://minenergo.gov.by/ru/statist>

В этом контексте, новая энергетическая политика представляет собой:

- признание энергетического продукта стратегическим товаром, обеспечивающим внедрение передовых достижений научно-технического прогресса, территориальную целостность и национальную безопасность страны;
- законодательное оформление опережающих темпов развития энергетического сектора;
- развитие долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества в сфере энергетики государств-членов ТС/ЕЭП путем проведения скоординированной энергетической политики, поэтапного формирования общих энергетических рынков;
- формирование Единой электроэнергетической системы Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Единый рынок электроэнергии – ключевой элемент и перспективный сегмент сотрудничества в сфере энергетики, представляет собой систему отношений между субъектами внутренних рынков, связанную с куплей-продажей электрической энергии (мощности) и сопутствующих услуг и действующую на основании общих правил и соответствующих договоров.

Согласно Договору о ЕАЭС взаимодействие государств-членов ЕЭП в области электроэнергетики основывается на следующих принципах:

- использование технических и экономических преимуществ параллельной работы электроэнергетических систем государств-членов ТС/ЕЭП;
- исключение нанесения экономического ущерба при осуществлении параллельной работы;
- использование механизмов, основанных на рыночных отношениях и добросовестной конкуренции в качестве одного из основных инструментов формирования устойчивой системы удовлетворения спроса на электрическую энергию (мощность);
- поэтапное формирование общего электроэнергетического рынка ЕАЭС на основе параллельно работающих электроэнергетических систем государств, с учетом особенностей существующих моделей рынков электрической энергии (мощности) государств;
- поэтапная гармонизация законодательств в области электроэнергетики;
- гармонизация технических норм и правил.

Законодательную основу ТС/ЕЭП в сфере электроэнергетики в настоящее время составляет Соглашение об обеспечении доступа к услугам естественных монополий в сфере электроэнергетики, включая основы ценообразования и тарифной политики [4]. В соответствии с Соглашением, государства – участники ТС/ЕЭП, в пределах технической возможности, обеспечивают беспрепятственный доступ к услугам естественных монополий в сфере электроэнергетики, при условии приоритетного использования указанных услуг для внутренних потребностей стран-участниц ТС/ЕЭП. Как предполагается, общий электроэнергетический рынок будет формироваться на основе единой технологической базы, ранее существовавшей инфраструктуры и единых технологических параметров. Среди основных барьеров, которые предстоит преодолеть на пути создания общего рынка электроэнергии, следует отметить наличие разных структур электроэнергетических формирований, отличающиеся методики определения тарифов<sup>1</sup> и существование перекрестного субсидирования.

Общий электроэнергетический рынок стран ТС/ЕЭП составляет 252,7 тыс. МВт, в том числе Республики Беларусь – 9,2 тыс. МВт, Республики Казахстан – 20,4 тыс. МВт, Российской Федерации – 223,1 тыс. МВт.

В 2013 году в странах-членах ТС/ЕЭП, по данным департамента статистики ЕЭК, произведено электроэнергии в объеме 1174,1 млрд кВт ч, что на 1,3 % меньше в сравнении с 2012 годом. При этом 89,5 % общего объема производства электроэнергии приходится на Россию, 7,8 % – на Казахстан (в 11,5 раза меньше, чем в России) и 2,7 % – на Беларусь. В России производство электроэнергии в 2013 году сократилось на 1,6 % к уровню 2012 года (1051 млрд кВт ч), в Казахстане увеличилось на 1,4 % (91,9 млрд кВт ч), в Беларуси – на 2,2 % (31,2 млрд кВт ч) [2].

По такому показателю, как энергоемкость производства ВВП, Беларусь, Казахстан, и Россия имеют значения в 2,5–6,5 раза выше, чем в США, Китае и Европейском Союзе. Кроме того, в странах-членах ТС/ЕЭП намного больше так называемых технических (неизбежных) энергопотерь, поэтому одной из важных задач в области развития электроэнергетики становится не столько наращивание выработки электроэнергии, сколько повышение энергоэффективности производства с учетом достаточно высокого неиспользованного потенциала стран ТС/ЕЭП в сфере электроэнергетики. Учитывая, что затраты на электроэнергию входят в стоимость любых товаров и услуг, создание общего электроэнергетического рынка, может стать одним из катализаторов роста экономики стран-членов ЕАЭС.

Существующая технологическая база (наследие электроэнергетики СССР) наилучшим образом подходит для формирования общего электроэнергетического рынка, т. к. объекты, ранее объединенные в единую электроэнергетическую систему, строились по принципу оптимального размещения генерирующих мощностей и магистральных электрических линий для передачи этой мощности к центрам энергопотребления, независимо от их размещения в той или иной республике. В настоящий момент национальные энергосистемы работают в синхронном режиме и управляются самостоятельно.

Потенциал стран ТС и ЕЭП в сфере энергетики достаточно высок, так как общий коэффициент использования энергетических мощностей составляет всего 52 %, а возможности межгосударственных линий используются только на 20 %. Не используется в полной мере экспортный потенциал, т.к. электроэнергия экспортируется небольшому количеству европейских стран, включая Финляндию, Литву, Латвию и Норве-

---

<sup>1</sup> См. Методология осуществления межгосударственной передачи электроэнергии (мощности) между государствами-членами ЕЭП – приложение к Соглашению об обеспечении доступа к услугам естественных монополий в сфере электроэнергетики, включая основы ценообразования и тарифной политики.

гию. В целом, для реализации потенциала электроэнергетической инфраструктуры назрела необходимость разработки сбалансированной программы развития общего евразийского электроэнергетического рынка с учетом наличия единой технологической базы ранее созданной инфраструктуры, а также унифицированных технологических параметров.

В настоящее время в электроэнергетике государств-участников Единого экономического пространства, происходит переход электроэнергетической отрасли от государственного регулирования к рыночным отношениям, т.е. происходит процесс дерегулирования. Этот переход имеет разнотемпный характер. Наиболее глубокие рыночные преобразования произошли в России, где уже функционируют рынок электроэнергии и рынок мощности с узловым ценообразованием. В меньшей степени такие преобразования произошли в Казахстане (либерализованный рынок электроэнергии). В Республике Беларусь энергетика советских времен сохраняет прежнюю вертикально-интегрированную структуру.

Белорусская энергетическая система представляет сложный комплекс, включающий электростанции, котельные, электрические и тепловые сети, связанные общностью режима работы на всей территории (табл. 3).

Таблица 3

**Основные показатели Белорусской энергосистемы по состоянию на 01.01.2014г.**

Установленная мощность энергосистемы	9221,1 МВт
Выработка электроэнергии источниками ГПО «Белэнерго»	28,515 млрд кВт ч
Отпуск тепловой энергии	35,989 млн Гкал
Импорт электроэнергии	6,716 млрд кВт ч
Выработка электроэнергии блок-станциями	2,809 млрд кВт ч
Экспорт электроэнергии	0,346 млрд кВт ч
Потребление электроэнергии в республике	37,694 млрд кВт ч
Протяженность линий электропередачи	
Всего	239,06 тыс. км
Воздушные ЛЭП напряжением 35-750 кВ	35,66 тыс. км
Воздушные ЛЭП напряжением 0,4-10 кВ	203,40 тыс. км
Кабельные линии электропередачи	34,75 тыс. км
Протяженность тепловых сетей	5,80 тыс. км
Среднесписочная численность персонала	63457 человек

Источник: <http://www.energo.by/okon/p21.htm>

Общая установленная электрическая мощность энергосистемы в 2013 году составила 9221,1 МВт. В энергосистеме работают также 23 малые гидроэлектростанции общей установленной мощности 26,3 МВт и одна ветроэнергетическая установка мощностью 1,5 МВт, блок-станции промышленных предприятий с установленной мощностью 715,0 МВт [5]. Управляет электроэнергетическим комплексом министерство энергетики Республики Беларусь. Функции управления хозяйственной деятельностью Белорусской энергосистемы осуществляет Государственное производственное объединение электроэнергетики «Белэнерго» (ГПО «Белэнерго»), которое обеспечивает свыше 95 % потребности страны в электрической и 50 % – в тепловой энергии.

Установленной мощности электростанций Беларуси достаточно для полного обеспечения потребности республики в электроэнергии, которая в 2013 г. составила 37,694 млрд кВт ч (в 2012 г. – 38,2 млрд кВт ч). Однако, исходя из экономической целесообразности, Беларусь импортирует электроэнергию (в пределах 8 млрд кВт ч), что позволяет обеспечить наиболее эффективную загрузку мощностей электростанций и своевременно проводить ремонтные работы.

После снижения за последние годы расхода топлива на отпуск электрической энергии в Беларуси стало выгоднее ее производить, нежели импортировать. В 2013 г. импорт электроэнергии составил 6,7 млрд кВт ч. В 2014г. – 3,826 млрд кВт ч., в 2015г. запланирован на уровне 3,2 млрд кВт ч.

Экспорт электроэнергии осуществляется в Литву и, в незначительных объемах, в Латвию. Объем экспорта в 2012 году составил 300 млн кВт ч, в 2013 году – 346 млн кВт ч, в 2014 году – 508,2 млн.кВт ч.

В качестве наиболее перспективных направлений экспорта рассматриваются рынки Литвы, Латвии и Эстонии, а также Польши. Но если со странами Балтии энергосистема Беларуси связана в рамках единого энергетического кольца БРЭЛЛ, то с Польшей в настоящее время прямого перетока электроэнергии нет.

Энергосистема имеет развитую системообразующую сеть линий электропередачи напряжением 750–330–220 кВ протяженностью более 7 тыс. км, включающую межсистемные воздушные линии связи с энергосистемами России (три ВЛ напряжением 330 кВ, одна ВЛ 750 кВ), Украины (две ВЛ 330 кВ), Польши (ВЛ 220 кВ и ВЛ 110 кВ), Литвы (пять ВЛ 330 кВ) (табл. 4).

В условиях параллельной работы энергосистем Беларуси и России, с учетом конфигурации электрических сетей, осуществляется транзит российской электроэнергии по сетям Белорусской энергосистемы в



Брянскую, Псковскую и Калининградскую области России, а также в Литву. Ее объем в 2010 г. составил 4,2 млрд кВтч, в 2011-м – 2,8 млрд кВтч, в 2012-м – 1,9 млрд кВтч.

Согласно прогнозу завершение в основном модернизации электроэнергетики республики позволит Белорусской энергосистеме к 2020 году достичь мощности порядка 11 тыс. МВт, что при прогнозируемом уровне потребления 41 млрд кВт ч, даст возможность производства электрической энергии сверх объема потребления.

Республиканская энергосистема разделена на 6 частей – по количеству областей страны. В каждой из областей по территориальному признаку объединены различные по своим задачам и функциям предприятия энергетики, в том числе мощные электростанции и межгосударственные линии электросвязи, а также районные сети и ремонтные бригады. При такой структуре не работают экономические механизмы, стимулирующие снижение затрат, а ценообразование осуществляется по методу «издержки плюс».

Таблица 4

**Межгосударственные линии электропередачи.**

Страна	Наименование подстанций	Напряжение (кВ)	Длина (км)	Пропускная способность (МВА)
Россия	Белорусская-Смоленская АЭС	750	418	996
	Витебск-Толашкино	330	132	787
	Кричев-Рославль	330	102	940
	Полоцк-Новосокольники	330	160	570
Украина	Гомель-Чернигов	330	103	787
	Мозырь-Чернобыльская АЭС	330	112	940
Литва	Белорусская-Игналинская АЭС	750	343	810
	Молодечно-Вильнюс	330	119	787
	Гродно-Аметус	330	75	787
	Полоцк-Игналинская АЭС	330	159	810
	Сморгонь-Игналинская АЭС	330	159	810
Польша	Рось-Белосток	220	99	220
	ПС Брест-2 – ПС Вульска-Добриньска	110		230

Источник: <https://sites.google.com/site/eeseaec/contact-us/spravocnik-energetika-stran-mira-1/spravocnik-energeticeskie-kompanii-evrazes/energetika-belarusi>

В целях адаптации структуры управления энергосистемой к рыночным условиям необходимо провести ряд мероприятий по повышению эффективности функционирования отрасли в рыночных отношениях, которые будут способствовать полноценному функционированию рынка электроэнергии Беларуси и плавному вхождению в общий энергетический рынок ЕАЭС. Это:

- разделение энергетического хозяйства по видам деятельности на производство, передачу, распределение и продажу электрической и тепловой энергии с созданием соответствующих хозяйствующих субъектов;
- обеспечение прозрачности затрат на всех стадиях производства, передачи, распределения и продажи электрической и тепловой энергии;
- принятие Закона Республики Беларусь «Об электроэнергетике». Закон будет способствовать модернизации системы управления отраслью, повышению ее экономической эффективности и надежности электроснабжения потребителей, привлечению в электроэнергетику инвестиций, в том числе и иностранных. В государственном масштабе Закон позволит создать основу для правового регулирования отношений в электроэнергетике, закрепить основы государственной политики в данной сфере, повысить уровень энергетической безопасности республики. Кроме того, он будет способствовать гармонизации законодательств Беларуси и других стран СНГ, ЕЭП, ЕврАзЭС в рамках интеграционных процессов в соответствии с международными обязательствами и станет важнейшим шагом к созданию общего электроэнергетического рынка в рамках ЕЭП.

Совершенствование системы управления электроэнергетической отраслью (создание республиканского оптового и розничного рынка) будет способствовать:

- созданию благоприятных условий для привлечения частного капитала отечественных и зарубежных инвесторов в электроэнергетику;
- диверсификации поставок электрической энергии в результате формирования рыночной инфраструктуры и механизмов для интеграции в энергетический рынок государств – участников Единого экономического пространства, Содружества Независимых Государств и стран Европейского союза;
- выполнению принятых Республикой Беларусь обязательств в части формирования общего электроэнергетического рынка ЕАЭС.

В принимаемых нормативных правовых актах по совершенствованию функционирования белорусской энергосистемы должны закладываться те же базовые принципы, на которых основана структура управления отраслью в сопредельных с Беларусью странах – Российской Федерации, Украине, Литве, Польше, где уже приняты соответствующие законы об электроэнергетике, регулирующие отношения субъектов хозяйствования и государства.

Несмотря на то, что электроэнергетическая сфера трех государств является исторически интегрированной, говорить об общем электроэнергетическом рынке пока рано, поскольку в Беларуси, Казахстане и России приняты различные модели рынков. Формирование общего электроэнергетического рынка будет происходить поэтапно на основе параллельно работающих электроэнергетических систем.

**На первом этапе** (июль 2015 г.) предусматривается гармонизация нормативной правовой базы стран-членов ЕАЭС в сфере электроэнергетики, ревизия технологических регламентов и стандартов, создание общей правовой основы. **Второй этап** (июль 2016 года) предполагает углубление интеграции, в ходе которой субъекты хозяйствования получают право доступа на рынки другой страны в рамках ЕАЭС. **На третьем** (июль 2019 года), завершающем этапе будет подписан международный договор о создании полноценного наднационального электроэнергетического рынка.

Таким образом, в контексте интеграции на территории Единого экономического пространства проведение эффективной энергетической политики, направленной на создание общих рынков энергоресурсов, является одним из важнейших направлений сотрудничества в сфере энергетики. Перспективный сегмент – формирование единого электроэнергетического рынка, который характеризуется свободным доступом к услугам естественных монополий, гармонизированным законодательством, единой методологией тарифной политики, едиными техническими нормами и правилами, наличием согласованных балансов энергоресурсов.

Общий евразийский электроэнергетический рынок позволит стабилизировать цены на электроэнергию, обеспечить свободу перемещения товаров и услуг в сфере электроэнергетики и в целом максимально удовлетворить спрос на электричество. Кроме того, он позволит создать благоприятные условия для развития бизнеса за счет таких факторов, как:

- использование рыночных механизмов во взаимной торговле электрической энергией;
- развитие конкуренции при ее поставках;
- обеспечение равноправного доступа участников общего рынка ЕАЭС к услугам естественных монополий в сфере электроэнергетики.

#### **Список использованных источников**

1. Агеев А. И. Концепция энергетизма и ее применение в задачах экономического и энергетического стратегирования / А. И. Агеев, А. И. Громов – Энергетическая политика. – 2014. – № 5. – С. 15–16.
2. Евразийская экономическая комиссия. Департамент статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_stat/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/Pages/default.aspx). – Дата доступа: 10.01.2015.
3. Государственная программа развития Белорусской энергетической системы на период до 2016 года [Электронный ресурс] : утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь, 29 февр. 2012 г., № 194 // Консультант-Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. Соглашение об обеспечении доступа к услугам естественных монополий в сфере электроэнергетики, включая основы ценообразования и тарифной политики, от 19 ноября 2010 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/energetikaiinfr/energ/Pages/default.aspx>. – Дата доступа: 10.01.2015.
5. ГПО «Белэнерго» – Основные сведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.energo.by/okon/p21.htm>. – Дата доступа: 10.01.2015.

## МОДЕЛЬ ВЫРОЖДЕННОЙ ИНФЛЯЦИИ

С.А. Коваленко

канд. с.-х. наук

*Гомельский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

Термин «постулат однородности» выводится из понятия однородной функции, в нулевой степени являющейся математическим выражением такого положения вещей, при котором изменение независимой переменной не приводит к изменению зависимой переменной. В сфере экономической теории «зависимой переменной» является совокупный спрос. Экономическая проекция постулата однородности фиксируется при нейтральности совокупного спроса в отношении изменения цен. В микроэкономическом аспекте объем спроса на услугу или товар со стороны фирмы или отдельного лица останется неизменным, если все цены, от которых этот объем непосредственно зависит, вырастут или снизятся в одной и той же пропорции, в том числе и цена труда – заработная плата, а также цена использования капитала – процент. В макроэкономическом аспекте постулат однородности будет наличествовать еще и при индексации сбережений и адаптации массовых ожиданий к существующим реалиям деловой конъюнктуры.

Понятие инфляции широко внедрилось в лексикон обывательской речи. Невольно создается впечатление, что данный термин достаточно внятно прояснен, чтобы не создавать когнитивные проблемы. Приведем самые популярныесовременные версии дефиниций инфляции, встречающиеся в сотнях учебниках и десятках тысяч курсовых и контрольных работ по макроэкономике:

- инфляция (лат. inflatio) – повышение уровня цен на товары и услуги [1];
- инфляция – это переполнение каналов денежного обращения избыточной денежной массой, проявляемое в росте товарных цен;
- инфляция – это долговременный процесс снижения покупательной способности денег (повышение общего уровня цен).

Ни одна из приведенных дефиниций не учитывает критерий, предъявляемый постулатом однородности.

Хорошо известны последствия инфляции: снижение покупательной способности денег, а вместе с тем и доходов, обесценение накопленных сбережений, выигрыш дебиторов в диспозиции к кредиторам и т. п. Все это, конечно, предполагает изменение совокупного спроса, но необязательно отрицательное изменение совокупного спроса. При умеренной инфляции в мгновенном периоде столь же умеренно уменьшатся реальные доходы, в краткосрочном периоде доходы могут возрасти вследствие стимулирующего воздействия повышения цен на производителей, в долговременном периоде уменьшиться вследствие раскручивания инфляционной спирали.

В руководстве П. Самуэльсона по макроэкономике определение инфляции дается с учетом постулата однородности: «Под инфляцией мы понимаем период общего роста цен на товары и факторы производства. Под дефляцией – период, когда большинство цен падает. Ни инфляция, ни дефляция не означают, что все цены двигаются в одном направлении или меняются в одной и той же пропорции» [2, с. 305].

Для советской политэкономии был свойственен подход к определению инфляции как процессу массового перераспределения национального дохода и общественного богатства. Он представлен в работах Г.Г. Матюхина, И.Б. Нерушенко и других ученых. В 70-х годах XX в. развивался аналогичный подход к сущности инфляции и в западной экономике, в частности, структуралистский подход, или структуралистская теория инфляции, автором которой является Л. Тейлор. Теория структурной инфляции представляет собой своеобразный синтез теории инфляции спроса и издержек. Согласно этой теории природа инфляции лежит в несбалансированности экономики, неэластичности предложения и слабой мобильности факторов производства, т. е. в неспособности производства и предложения, быстро реагировать на спрос субъектов хозяйствования и населения, изменение структуры спроса, рыночные импульсы. В качестве главной причины инфляции структуралисты называют изменение экономической структуры: ценовой, производственной, технологической, а также степени открытости экономики.

Перераспределительный подход к инфляции развивается и в настоящее время. Так, российская исследовательница В.Э. Кроливецкая отмечает, что в переходных экономиках инфляция проявляется не только в росте общего уровня цен, но главным образом, в перестройке структуры цен, усилении неравномерности их роста [3].

Если при определении инфляции не принимать в расчет постулат однородности, вполне последовательно будет полагать, что инфляция может не оказывать никакого воздействия на динамику совокупного спроса и, тем не менее, сохранять концептуальные признаки инфляции. Если же различие изменения абсолютного уровня цен с одной стороны, и характера изменения относительных цен с другой стороны, су-

щественно для определения инфляции и постановки макроэкономического диагноза, окажется корректным и наш тезис о вырожденной инфляции. А именно: в экономической системе с полностью адаптированными ожиданиями и индексирующимися денежными потоками и запасами инфляция будет иметь вырожденный вид. В подобных случаях вместо термина «инфляция» мы предлагаем употреблять другой термин – «ползучее изменение номинации денег».

Корректность категории «вырожденная инфляция» дедуцируется из понятия «деноминация». Разовые изменения нарицательной стоимости денег имели место в Советском Союзе в 1922, 1947 и 1961 году. За относительно недолгую экономическую историю макроэкономическим штабам Республики Беларусь приходилось уже два раза (в 1994 и 2000 гг.) сокращать нули на номиналах национальных денежных единиц. Пропорционально изменению номинации денежных единиц производилось изменение прейскурантов цен, а также индексация денежных доходов и банковских сбережений. Покупательная стоимость новой денежной единицы после деноминации оказывалась значительно выше. Однако такой результат некорректно сравнивать с дефляцией – как раз по той причине, что деноминация представляет собой пропорциональное понижение цен и соответствующую индексацию денежных потоков и запасов. Дефляция не идентифицировалась бы и в том случае, если бы в ходе деноминации денег вместо сокращения нулей, одни цифры пропорционально заменялись бы другими. Например, если бы вместо банкноты с номиналом в 100 денежных единиц была выпущена банкнота с номиналом в 50 денежных единиц, вместо банкноты в 20 денежных единиц – банкнота в 10 денежных единиц и т.д.

В заданной системе посылок вполне логичным представляется следующий вывод: при осуществлении операции изменения номинации денег в противоположном направлении мы не вправе употреблять термин «инфляция». Для обоснования этого тезиса построим следующую микроэкономическую модель.

Акционерное право имеет в своем арсенале такую операцию, как сплит акций. Компания может увеличить количество находящихся в обращении акций за счет пропорционального дробления каждой первоначальной акции. При этом эмиссии новых акций не происходит. Рыночная капитализация компании и процентные доли акционеров в компании остаются при этом неизменными. Можно констатировать, что после осуществления сплита каждый из акционеров сохраняет размеры своих денежных потоков и запасов в прежнем объеме. Следовательно, при проведении процедуры сплита инфляция акций не идентифицируется.

Теперь построим иллюстративную макроэкономическую модель вырожденной инфляции. Национальные валюты некоторых стран обладают большими покупательскими способностями. Так, например, реальный обменный курс кувейтского динара в три раза больше реального обменного курса американского доллара. В этой стране вместе с банкнотой в 1 кувейтский динар в хождении находятся банкноты в 1/2 и 1/4 кувейтского динара. Допустим, макроэкономический штаб этой страны решит провести операцию, обратную операции деноминации с тем, чтобы увеличить степень гибкости денежного обращения в стране, и произведет денежный сплит в пропорции 1 к двум. На новых банкнотах сохранится прежний рисунок, но вместо номинала 1/2 кувейтского динара будет значиться номинал в 1 кувейтский динар, вместо номинала в 1/4 кувейтского динара – 1/2 кувейтского динара и т. п. Синхронно с уменьшением номинала национальной денежной единицы будет произведено соответственное повышение цен, доходов, проиндексированы банковские сбережения и номиналы договоров. В общем, сделано все, что подразумевает процедура проведения деноминации, но с противоположным математическим знаком.

Важное значение имеют здесь и наличие адаптированных к валютному сплиту ожиданий. В условиях, при которых общество воспринимает, в общем-то, безобидное изменение номинации денег как инфляцию, оно может приобрести черты истинной инфляции, так как массовые ожидания в экономике немедленно реализуют себя.

Если деноминацию некорректно отождествлять с дефляцией, то приведенная выше модель деноминации денег (валютного сплита) нельзя отождествлять с инфляцией. Построенная модель иллюстрирует вырождение концепта «инфляция» в нечто иное, чем инфляция.

Немного усложним модель. Допустим, макроэкономические штабы Кувейта, желая привести банковские сбережения в соответствие с процедурой валютного сплита, не станут непосредственно их индексировать, но увеличат доходы граждан на величину большую, нежели та величина их прибавки, которая достаточна для индексации. Таким образом, обусловленное властями снижение покупательской способности кувейтского динара приведет к изъятию части сбережений кувейтских граждан в форме так называемого «инфляционного налога», но может быть компенсировано ростом доходов граждан.

В последней модели контуры истинной инфляции уже начинают просматриваться. Чтобы привести данную модель к модели вырожденной инфляции, следует предположить, что власти страны, осуществляющие валютный сплит, создадут условия для такой индексации доходов своих граждан, которая будет пропорциональна размерам их разбавленных сплитом индивидуальных сбережений.

Республика Беларусь является страной, макроэкономическая ситуация которой доказывает реалистичность наших, на первый взгляд, умозрительных конструкций. В белорусской экономике двухзначные темпы роста потребительских цен, опережающий темпы «инфляции» рост доходов и сравнительно незначи-

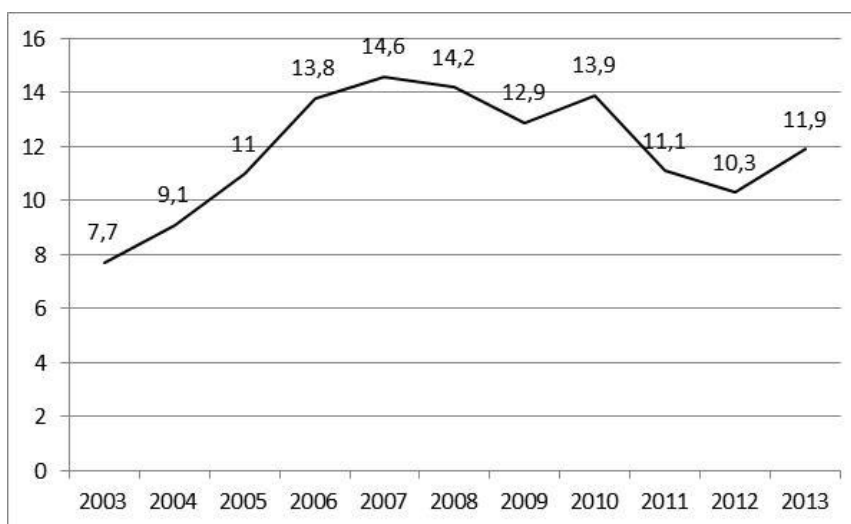
тельные сбережения. Не менее важным является то обстоятельство, что население РБ приспособилось к инфляции. Более того, имеется довольно значительная часть среднего класса Республики Беларусь, которая извлекает выгоду от перманентного обесценения национальной денежной единицы, набирая кредиты в преддверии очередного, очень часто легко предсказуемого витка повышения цен (рис. 1).



**Рис. 1.** Соотношение индекса потребительских цен и ставки рефинансирования в Республике Беларусь за 2000–2013 гг. [4]

На рисунке видно, что динамика ставки рефинансирования не позволяет идентифицировать антиинфляционную политику Национального банка Республики Беларусь. Отсутствует рельефно выраженный антициклический графический контур, процентная ставка лишь вторит динамике потребительских цен в Беларуси, выполняя функцию частичной компенсации утерянных вкладов.

Другим свидетельством чисто номинального характера повышения цен в Республике Беларусь является исключительно низкий коэффициент монетизации и динамика его, не имеющая положительной корреляции с динамикой повышения цен. По данным официальной статистики коэффициент монетизации по  $M_2^*$  в Республике Беларусь за 2013 год составил всего 11,9 %. Динамика коэффициента монетизации по  $M_2^*$  с 2003 по 2013 годы представлена на рисунке 2.



**Рис. 2.** Значение коэффициента монетизации по  $M_2^*$  в Республике Беларусь за 2003–2013 гг., в процентах к ВВП [4]

Для сравнения: в развитых странах значение коэффициента в несколько раз выше и составляет в среднем 70–80 % к ВВП [5, с.5]. То есть, на одну условную денежную единицу в белорусской экономике приходится в несколько раз больше товарной массы, нежели в развитых странах, что позволяет сделать вывод, по крайней мере, о том, что белорусская инфляция не носит монетарный характер.

Решение проблемы идентификации истинной инфляции пролегает через анализ динамики именно относительных цен. Юридически верифицируемая денежная материя – лишь малая часть глобальной ликвидности, значительная часть которой выполняет некоторые функции традиционных денег. А потому при постановке макроэкономического диагноза важно знать, какие именно товары и услуги дорожают. У нас есть

основание утверждать, что истинная инфляция идентифицируется в период относительного удешевления именно ликвидных товаров в противовес сложным товарам и доходным активам. В период депрессивных экономических ожиданий, напротив, значение ликвидности на весах массовых предпочтений усиливается, а значит, в этот период и речи не может идти об истинной инфляции. Однако мы сознаем, что, основываясь на сравнении динамики относительных цен ликвидных и неликвидных товаров, трудно идентифицировать истинную инфляцию, поскольку цена как таковая есть выражение стоимости благ в деньгах, то есть, в определенных единицах ликвидности. Противоречиво выделять блок ликвидных товаров и измерять динамику их стоимости в единицах ликвидности.

Западные эксперты в своих антиинфляционных рекомендациях основываются на отождествлении повышения потребительских цен с инфляцией. В развитых странах уровень сбережений и роль долгосрочных ожиданий очень высоки, а значит, всякое повышение общего уровня цен приводит к значительному обесценению ликвидности. Вот почему западное общество более нетерпимо относится к инфляции и встречает антиинфляционные меры правительства гораздо более лояльно, чем развивающиеся страны.

По этой же причине повышение цен в развитых странах представляет собой истинную инфляцию по Кейнсу. Но в развивающихся странах уровень сбережений может быть очень незначительным, а потому сочетание роста цен с жестко детерминированной обстоятельствами политикой постоянного повышения средних доходов может являть собой вырожденную инфляцию с четко выраженным депрессивным характером. В сложившихся условиях система рекомендаций западных экспертов многим странам с переходной экономикой представляется противоречивой. С одной стороны они требуют проведения экономических реформ, сопровождаемых крупномасштабной приватизацией и экономической либерализацией. И это правильно, наши страны нуждаются в новом издании приватизации и экономической либерализации. С другой стороны, они настаивают на проведении рестрикционной антиинфляционной политики, что с учетом нашей специфики неизбежно приведет к углублению и закреплению доминирующих в постсоветских обществах депрессивных тенденций. Тогда как для проведения приватизации нужны дополнительные капитальные деньги, способные консолидироваться в отдельный должным образом специфицированный кругооборот.

Например, в Беларуси на одного трудоспособного гражданина приходится около двух тысяч долларов накопленных сбережений, подверженных риску обесценения. Данная сумма эквивалентна средним доходам за четыре месяца. В этих условиях рекомендованная нам крупномасштабная приватизация приведет к столь же крупному обесценению и распродаже белорусских активов под воздействием консолидированного российского капитала. А ведь активы белорусского реального сектора при нормальной капитализации могут представлять собой в несколько раз большую ценность, нежели белорусский ВВП, и должным образом обеспечивать белорусские деньги. Следовательно, вполне вероятно, что антиинфляционные рекомендации западных экспертов приведут к усилению роста цен и обесценению ликвидных активов, стало быть, к уже истинной инфляции.

Итак, существуют серьезные возражения в отношении доминирующих ныне методик, идентифицирующих инфляцию в странах с трансформационной экономикой, а значит и в отношении основанных на них «антиинфляционных» рекомендациях.

#### **Список использованных источников**

1. Инфляция [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфляция>. – Дата доступа: 30.01.2015.
2. Самуэльсон, П. Экономика. Вводный курс / П. Самуэльсон. – М. : Прогресс, 1964. – 843 с.
3. Кроливецкая, В. Э. Деньги и денежное предложение в условиях формирования новой модели развития российской экономики : автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.10 / В. Э. Кроливецкая. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 40 с.
4. Бюллетень банковской статистики за 2004–2013 годы [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/publications/bulletin>. – Дата доступа: 10.01.2015.
5. Малкина, М. Ю. Уровень монетизации, структура денежной массы и качество денег в экономике (сравнительный анализ положения в России и зарубежных странах) / М. Ю. Малкина // Финансы и кредит. – 2010. – № 30 (414). – С. 2–10.

## РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ

А.В. Аксютц,

*Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск*

Федеративная Республика Германия – постиндустриальная, высокоразвитая страна, с открытой экономикой интенсивного типа. Экономика ФРГ представляет собой крупнейшую, наиболее устойчивую и конкурентоспособную экономику Европы. На современном этапе она удерживает позиции одного из лидеров мировой экономики и ведущей державы Европейского Союза, занимая 3-е место в мире по объему экспорта и импорта, 4-е место по размеру ВВП, одно из ведущих мест в рейтингах международной конкурентоспособности. По размеру ВВП в текущих ценах (3 635 млрд долл. США) Германия занимает первое место среди стран Евросоюза, а по размеру ВВП на душу населения (45 085 долл. США) – 9-е место.

Мировой финансовый кризис не обошел стороной Германию и оказал свое негативное влияние на ее развитие. По итогам 2008 года рост ВВП составил 1,1 %, а в следующем году наблюдалось уже самое крупное за последние пять лет падение валового внутреннего продукта, составившее 5,1 %. Сокращение реального ВВП Германии стало следствием следующих факторов: отрицательного изменения объема экспорта, замедления темпов роста расходов на личное потребление, падения внутреннего спроса, растущей безработицы и т.д. Благодаря сдерживанию заработной платы, государственным программам, увеличившемуся спросу в странах с быстроразвивающейся экономикой, притоку иностранных инвестиций Германия смогла повлиять на деловую активность населения и предприятий с целью преодоления рецессии. И уже в 2010 году рост ВВП составил 4,0 %, но в последующие годы наблюдается снижение темпов роста. Так, в 2013 году ВВП страны вырос всего на 0,4 % по сравнению с 2012 годом. В 2013 году рост ВВП продемонстрировал самый низкий показатель с начала мирового финансового кризиса. Причинами столь низкого прироста ВВП в 2013 году стали ослабление спроса на экспортную продукцию Германии на фоне слабого состояния мировой экономики; снижение объема инвестиций со стороны германских компаний на фоне неопределенности из-за «фискального обрыва» (рис. 1).

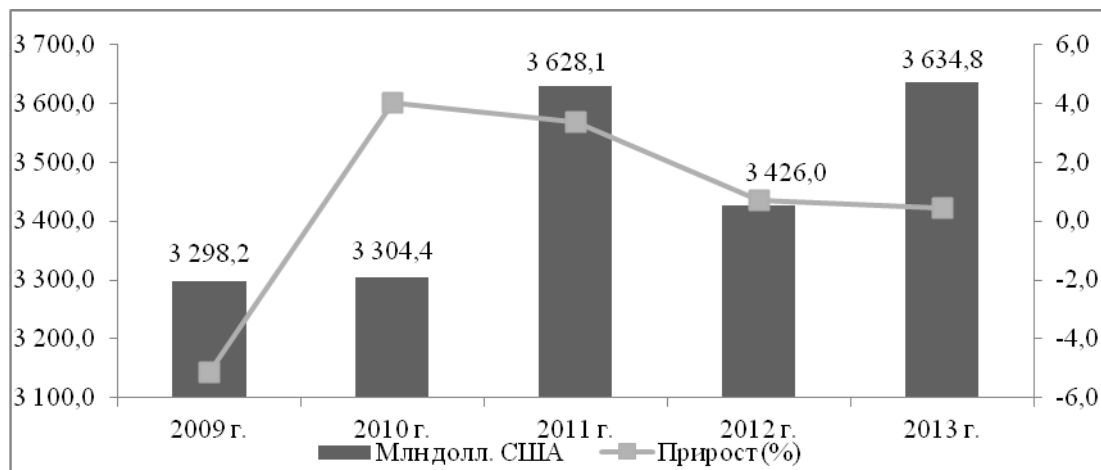


Рис. 1. Динамика ВВП ФРГ, 2009-2013 гг. [1]

ФРГ обладает наибольшими конкурентными преимуществами практически во всех важнейших отраслях экономики, в том числе, в автомобилестроении, авиастроении, электротехнике и производстве медицинской техники, специального оборудования и транспортных средств, химической и фармацевтической промышленности, станкостроении, производстве сельхозтехники, оборудования для пищевой промышленности, двигателей и приводов, различных аппаратов и измерительных приборов.

Доля промышленности в германской экономике с типичными для нее предприятиями среднего бизнеса составляет 22 %, что позволяет ей занимать ведущее место на рынке. Германия является ведущим мировым экспортером машин, транспортных средств, химических веществ, а также бытовой техники. В то же время она является крупнейшим и наиболее технологически продвинутым в мире производителем чугуна, стали, угля, цемента, химикатов, машин, транспортных средств, станков, электроники, продуктов питания и напитков, судостроения, текстильных изделий [2].

Германия не обладает достаточным ресурсом в виде накопленных золотовалютных резервов, способным быть страховкой для страны. Так, накопленные резервы Германии (по состоянию 2013 года – 67,4

млрд долл. США) позволяют осуществлять бесперебойный импорт в существующем объеме сроком до 2 месяцев.

Несмотря на сложное финансовое положение в ряде стран ЕС, немецкая экономика, обладая солидным запасом «прочности», показывает в последние годы неплохие результаты. Во-первых, удалось удержать на достаточно стабильном уровне занятость трудоспособного населения и обеспечить рост реальных доходов граждан. Во-вторых, все большее внимание уделяется повышению конкурентоспособности немецких товаров, а также усилению их инновационной составляющей. В ближайшие годы федеральное правительство планирует также предпринять необходимые меры для ликвидации складывающегося в последнее время дефицита квалифицированной рабочей силы на рынке труда Германии.

*Внешняя торговля.* Германия – экспортно-ориентированная страна, а потому ее развитие зависит от конъюнктуры мировых товарных рынков. Сложное финансовое положение в ряде стран еврозоны – основных торговых партнеров Германии, находящихся в рецессии, – сказалось на реализации экспортных возможностей ФРГ.

В 2009 году вследствие мирового финансового кризиса объем экспорта ФРГ сократился по отношению к предыдущему году на 23 %. Несмотря на столь существенный провал в спросе на немецкую продукцию, торговый баланс в тот год остался положительным. Германии потребовался всего один год для того, чтобы спрос на экспорт вернулся на докризисный уровень. В 2011 году объем германского экспорта достиг рекордной исторической отметки, т.е. с 2009 года рост превысил 32 %. Основными факторами, ставшими стимулами увеличения объемов экспорта, оказались бурный рост в странах с быстроразвивающейся экономикой и неожиданное оживление спроса на автомобильную продукцию.

За последние пять лет товарооборот Германии увеличился на 29,1 %, экспорт товаров увеличился на 29,7 %, а прирост импорта товаров составил 28,5 %. Экспорт и импорт товаров показали темпы прироста выше среднего уровня (рис. 2).

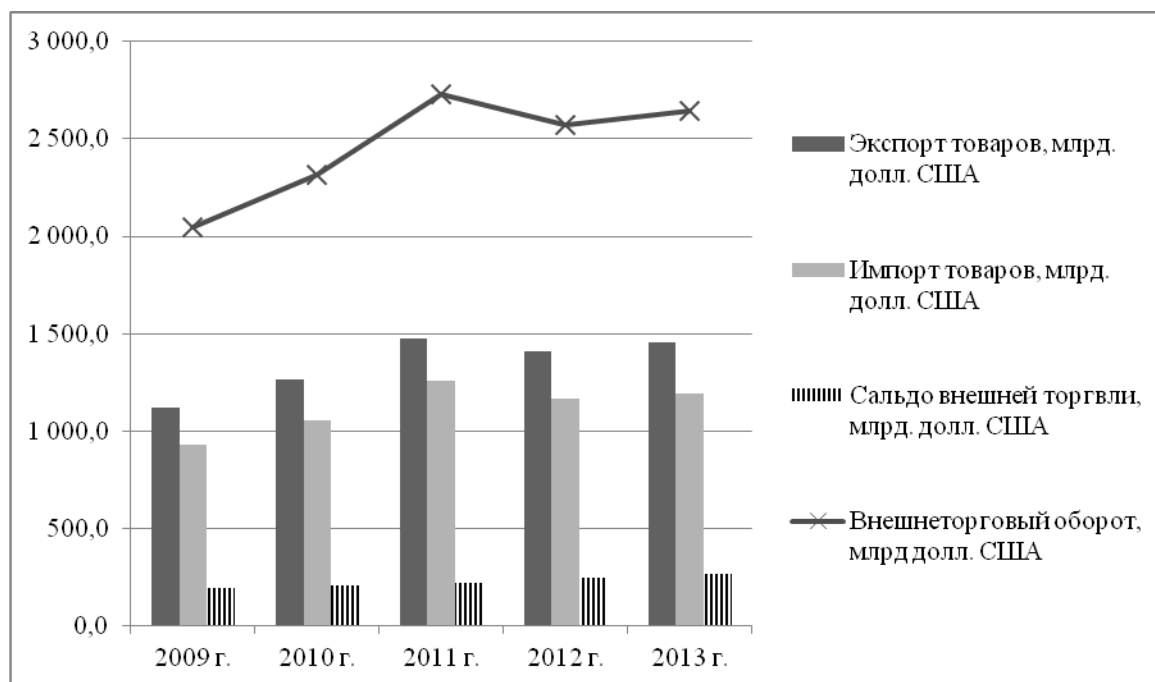


Рис. 2. Обзор внешнеэкономической деятельности ФРГ, 2009-2013 гг. [1]

В 2013 году немецкий экспорт вырос на 3,1 % и составил 1 453 млрд долл. США, а импортировала Германия товаров на сумму 1 190,0 млрд долл. США, что на 2,2 % больше чем в 2012 году. В 2013 году внешнеторговый товарооборот Германии составил 2 643 млрд долл. США (вырос на 2,7 % к 2012 году). Профицит внешнеторгового баланса Германии в 2013 году оказался на самом высоком уровне за всю историю ведения этой статистики и составил 263 млрд долл. США, о чем свидетельствуют данные Всемирного банка. Данный показатель вырос на 7,7 % по сравнению с 2012 годом. Положительное торговое сальдо ФРГ свидетельствует о том, что Германия сильно зависит от спроса на немецкие товары в других странах. Объем экспорта немецких товаров по итогам 2013 года составил 40 % ВВП Германии.

Первые места в товарообороте и экспорте Германии принадлежат группе инвестиционных товаров (36,9 % и 44,0 % в 2013 году соответственно), а в импорте – второе место (27,9 % в 2013 году).

Далее следует группа отраслей сырья, материалов и полуфабрикатов, занимающая вторые места в обороте и экспорте (29,8 % и 30,6 % в 2013 году соответственно), и первое место в импорте (28,6 % в 2013 году).



Иерархия остальных групп отраслей товаров, кроме нераспределенных по отраслям товаров, выглядит следующим образом (в скобках приведены доли групп в обороте, экспорте, импорте в 2013 году):

- отрасли потребительских товаров (17,8 %; 16,7 %; 19,1 %),
- энергетика (8,1 %; 2,7 %; 14,5 %),
- сельское хозяйство (1,9 %; 0,9 %; 3,2 %).

Благодаря инвестиционным и сырьевым товарам, материалам, полуфабрикатам складывается положительное внешнеторговое сальдо Германии, причем первая группа безоговорочно лидирует (в 2013 году профицит составил 231,3 и 78,5 млрд евро соответственно).

Основными экспортными отраслями Германии являются автомобилестроение и автокомпоненты (доля в экспорте ФРГ – 17,4 %), машиностроение (14,9 %), химическая промышленность (9,6 %), электронная промышленность (7,78 %), прочие отрасли (7,1 %).

Около 53 % совокупного импорта ФРГ приходится на шесть отраслей промышленности: нефте- и газодобывающая промышленность (10,5 %), электронная промышленность (9,2 %), автомобилестроение и автокомпоненты (9,0 %), прочие отрасли (8,9 %), химическая промышленность (8,0 %), машиностроение (7,4 %) [3].

Географическая структура германской торговли отличается стабильностью. Лидером во внешней торговле Германии являются страны Евросоюза (55,6 % оборота, 55,7 % экспорта, 55,5 % импорта). Самые привилегированные и постоянно развивающиеся торговые отношения связывают Германию с Францией. Франция с 1975 года не уступает позиции ведущего импортера немецких товаров и по-прежнему остается главным торговым партнером Германии [3].

Стоит отметить, что в последние годы Германия весьма динамично наращивает свое присутствие в странах Азии и Америки. Так, экспортные поставки в Китай за последние 5 лет (2009–2013 годы) выросли на 75 %, в Турцию – на 78 %, в Японию – на 52 %, в США – на 57 %. В 2013 году товарооборот Германии с Китаем и США составил около 7,1 % и 6,9 % соответственно; 6,1 % и 8,1 % по экспорту; около 8,3 % и 5,6 % по импорту. На страны Африки и Австралии/Океании приходится лишь небольшой процент немецкого экспорта (2 % и 0,9 % соответственно).

Можно выделить девять важнейших стран-партнеров, перечень которых в 2009–2013 годах оставался неизменным (менялась лишь внутренняя расстановка в пределах девятки) и на которые приходилось в этот период более 50 % внешнеторгового товарооборота Германии. В это ядро входят: Франция, Нидерланды, Китай, США, Великобритания, Италия, Австрия, Швейцария, Бельгия.

ФРГ является одним из крупнейших мировых экспортеров, занимая третье место в мире после КНР и США. Положительное торговое сальдо ФРГ свидетельствует о том, что Германия находится в сильной зависимости от внешнего спроса на немецкие товары. Профицит внешнеторгового баланса Германии в 2013 году оказался на самом высоком уровне за всю историю ведения этой статистики. Несмотря на смещение центра тяжести мировой экономики в направлении Азии, ЕС по-прежнему остается крупнейшим в мире внутренним рынком и главным потребителем немецких товаров.

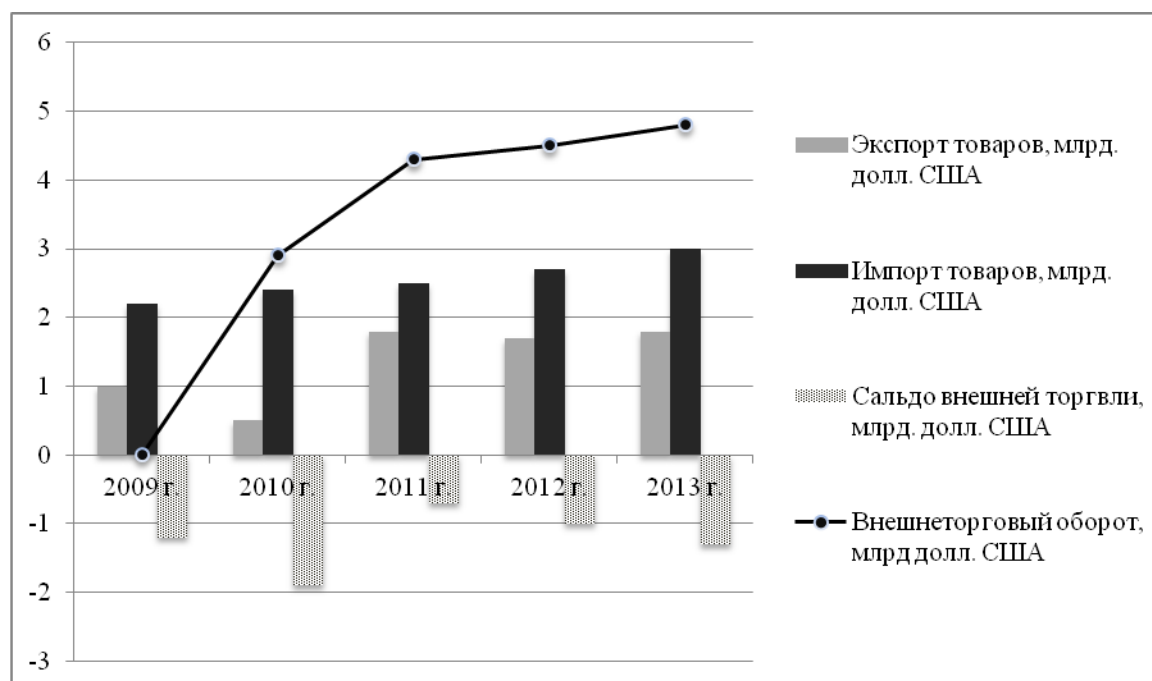
*Внешнеторговые отношения Республики Беларусь и Федеративной Республики Германия.* На протяжении многих лет Германия является одним из основных торговых партнеров Республики Беларусь, занимая третье место в общем товарообороте Беларуси. Объем взаимной торговли между двумя государствами исчисляется миллиардами долларов. Впервые он превысил порог в 1 млрд долл. США в 2002 году и в последующие годы стабильно увеличивался. На протяжении последних десяти лет белорусско-германские торгово-экономические отношения развиваются весьма динамично, достигая практически ежегодно очередного рекордного уровня. По итогам 2008 года взаимный товарооборот достиг уровня в размере более чем 3,6 млрд долл. США. Объем белорусского экспорта составил около 0,8 млрд долл. США. На результаты взаимной торговли 2009 года оказали негативное влияние последствия мирового экономического кризиса. Двухсторонний товарооборот уменьшился на 11,1 % — до 3,2 млрд долл. США, главным образом, за счет сокращения импорта на 20,6 % — до 2,2 млрд долл. США. Однако объем поставок белорусской продукции на германский рынок при этом вырос на 21,5 % и составил почти 1 млрд долл. США (табл. 1). При этом значительно сократились объемы поставок одной из главных статей белорусского экспорта — черных металлов и изделий из них, что было вызвано кризисом в промышленности Германии. В 2010 году в условиях улучшения ситуации в экономике наших партнеров наблюдался рост экспорта данного вида продукции [4].

**Объемы внешней торговли товарами Республики Беларусь с Федеративной Республикой Германия, 2009-2013 гг.**

	Стоимость, млрд долл. США, в текущих ценах					Темп роста, %	Темп роста, %	Удельный вес в общем объеме, %
	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013/ 2009гг.	2013/ 2012гг.	2013 г.
оборот	3,2	2,9	4,3	4,5	4,8	149,7	107,1	6,0
экспорт	1,0	0,5	1,8	1,7	1,8	177,6	100,9	4,7
импорт	2,2	2,4	2,5	2,7	3,0	137,2	111,1	7,1
сальдо	-1,2	-1,9	-0,7	-1,0	-1,3			

Источник: [5]

Объемы внешней торговли (это касается как экспорта, так и импорта) в 2013 году находились примерно на том же уровне, что и в 2012 году. Так, в 2013 году совокупный товарооборот двух стран составил 4,79 млрд долл. США, что соответствует 6 % общего внешнеторгового товарооборота Беларуси. Объем белорусского экспорта в Германию практически не изменился за последний год и составил 1,75 млрд долл. США, а импорт из Германии в Беларусь вырос на 11 % и достиг 3,04 млрд долл. США (рис. 3). В результате отрицательное сальдо взаимной торговли с Германией для нашей республики составило 1,28 млрд долл. США. Следует отметить, что импорт из Германии занимает второе место по объему поставок в Беларусь, а объем экспорта в Германию находится на четвертом месте. Между тем, Беларусь для Германии во внешней торговле является 52-м торговым партнером среди 232 стран, (удельный вес в экспорте – 0,2 %, в импорте – 0,1 %).



**Рис. 3.** Объемы внешней торговли товарами Республики Беларусь с Федеративной Республикой Германия, 2009–2013 гг. [5]

Основной товарной группой, обеспечивающей динамичные темпы роста поставок из Германии, являются машины, оборудование, транспортные средства, аппаратура и инструменты. Очевидно, что импорт носит ярко выраженный инвестиционный характер и Германия является для Беларуси партнером номер один по импорту высокотехнологичного оборудования. А его поставки играют весьма важную роль в техническом перевооружении белорусских промышленных предприятий.

Значимую долю белорусских поставок в Германию составляют промежуточные товары, используемые германской промышленностью. Отличительной особенностью товарной структуры белорусских поставок в Германию является высокая степень ее диверсификации. Так, Беларусь осуществляет поставки в Германию по 468 товарным позициям, включая минеральные продукты, драгоценные металлы и изделия из них, машины, оборудование и транспортные средства, аппаратуру и инструменты, продукцию сельского хозяй-

ства, химической, лесной и деревообрабатывающей, пищевой промышленности, текстиль и текстильные изделия, стройматериалы. От того, каким образом развивается промышленность в Германии, в значительной степени зависит динамика экспорта белорусских товаров. В 2013 году на немецком рынке появилось 78 новых видов белорусской продукции, но в то же время прекратились поставки на немецкий рынок 60 товарных позиций.

Основным экспортным товаром в Германию является *нефть сырая (код ТН ВЭД ТС 2709)*, удельный вес которой в общем экспорте Беларуси в Германию составляет 71 %.

В 2013 году Беларусь экспортировала в Германию практически весь объем добытой нефти, 1,619 млн тонн из 1,645 млн тонн. С 2011 года Беларусь в соответствии с подписанными соглашениями в рамках ЕЭП получила возможность экспортировать всю свою нефть. В 2013 году наблюдалось снижение экспортных поставок нефти в стоимостном выражении на 3,6 % по сравнению с 2012 годом до 1,241 млрд долл., в физическом выражении – на 1,6 % до 1,619 млн тонн.

Экспорт белорусских *продольно-распиленных лесоматериалов (код ТН ВЭД ТС 4407)* в Германию с каждым годом увеличивается, за исключением 2012 года, и в 2013 году рост составил 9 % в стоимостном выражении и 1,8 % – в физическом выражении.

Германия продолжает наращивать импортные поставки пиломатериалов. Так, в 2013 году рост составил 7,7 %. Основными поставщиками данного вида продукции на рынок Германии являются Швеция (16,2 %), Австрия (12,6), Россия (11,2 %), Финляндия (9,6 %), Чехия (8,3 %), Польша (5,4 %). За последний год значительно нарастили свои поставки Австрия, Финляндия, Бельгия, Латвия, сместившись на ступеньку вверх основных поставщиков пиломатериалов.

В структуре импорта продольно-распиленных лесоматериалов Германии доля Беларуси составляет 2,9 %. Но, несмотря на незначительное увеличение поставок в 2013 году, Беларусь спустилась на одну строчку вниз основных стран-экспортеров пиломатериалов на немецкий рынок, теперь она занимает 10 позицию вслед за Латвией, которая увеличила свой экспорт на 15 %. Рост пиломатериалов в Германию происходил в основном из-за увеличения физических объемов, цены оставались практически неизменными.

По прогнозам аналитиков, строительная отрасль в Германии в ближайшее время будет сохранять лидирующее место в экономике страны.

На немецком рынке будет продолжать пользоваться спросом продукция лесной и деревообрабатывающей промышленности.

Оправданным с точки зрения наиболее полной реализации имеющегося потенциала увеличения экспорта белорусской продукции явилось бы принятие решения об открытии в Германии коллективного представительства концерна «Беллесбумпром» или постоянно действующей выставки белорусских мебельных предприятий. Тем самым была бы создана долгосрочная стабильная основа для реализации белорусской мебели на рынке ФРГ. Данный шаг позволил бы оперативно реагировать на изменения мебельного рынка Германии, максимально задействовать при этом открывающиеся возможности для долгосрочного наращивания экспорта, в том числе, в третьи страны [6]. В настоящее время Беларусь занимает всего 0,4 % мебельного рынка Германии.

#### *Черные металлы и изделия из них (код ТН ВЭД ТС 72 и 73).*

Беларусь продолжает наращивать экспорт в Германию черных металлов и изделий из них. Так, в число основных экспортных товаров на немецкий рынок входят проволока из нелегированной стали (код ТН ВЭД ТС 7217), скрученная проволока из черных металлов без электрической изоляции (код ТН ВЭД ТС – 7312) и трубы, трубки и профили сварные или клепаные из черных металлов прочие (код ТН ВЭД ТС 7306), экспорт которых в 2013 году вырос на 24,3 %, 4,7 % и 54,6 % соответственно. Продвижением одной из наиболее значимых составляющих белорусского экспорта на германский рынок – металлургической продукции – занимается компания «Белашталь».

Германия в 2013 году снизила импорт проволоки из нелегированной стали на 6,7 %. Основным поставщиком данного вида продукции являются Чехия, Нидерланды, Словакия, Бельгия, Австрия, Франция, Соединенное Королевство, Италия, Польша, Люксембург. На первые пятнадцать стран-основных поставщиков проволоки из нелегированной стали приходится 92,3 % всего импорта данного вида продукции. Удельный вес Беларуси по сравнению с 2012 годом вырос с 2,3 до 3,2 %. Рост поставок произошел в основном из-за увеличения физического объема при снижении цены.

При снижении импорта черных металлов в 2013 году Германия увеличила импорт изделий из них. Рост импортных поставок скрученной проволоки из черных металлов без электрической изоляции на немецкий рынок в 2013 году составил 4,8 %. Несмотря на общий рост импорта, некоторые основные поставщики сократили свои поставки, например, Италия (минус 21 %), Франция (минус 21,2 %) и Люксембург (минус 25,7 %), снижение произошло в основном за счет уменьшения физических объемов. Удельный вес Беларуси в поставках скрученной проволоки в Германию за 2013 год вырос с 5,2 до 6,3 %.

Увеличивается доля Беларуси и в поставках труб и профилей сварных или клепаных из черных металлов в Германию, хотя ее удельный вес еще очень мал (1,0 %), несмотря на рост поставок (плюс 55 %). Основным поставщиком данного товара на немецкий рынок является Италия, удельный вес которой – 42,5 %.

#### *Приборы и устройства, применяемые в медицине (код ТН ВЭД ТС 9018).*

В Германии достаточно высокий спрос на медицинское оборудование, медицинская техника немецкого производства является одной из самых инновационных и быстрорастущих отраслей в мире. На сегодняшний день в Беларуси в медицинской отрасли функционирует более 50 предприятий, выпускающих широкий спектр медицинской техники и изделий медицинского назначения, более 70 % всей продукции идет на экспорт. Но, несмотря на это, согласно данным Национального статистического комитета, в последние годы Беларусь сокращает в Германию экспортные поставки медицинских приборов и устройств, так, за 2013 год экспорт сократился практически в два раза.

Основным поставщиком медицинского оборудования в Германию являются США с удельным весом 27 %, в то время как доля Беларуси составляет 0,2 %, снизившись на 0,1 процентный пункт. За последний год нарастили свои поставки на немецкий рынок медицинской техники Доминиканская Республика (темпа роста 243 %), Сербия (208 %), Португалия (151 %), Австралия (134 %), Чехия (133 %), удельный вес которых незначителен, но за последний год увеличился.

#### *Тракторы и седельные тягачи (код ТН ВЭД ТС 8701).*

Германия является крупнейшим производителем сельхозпродукции в Европейском союзе, что формирует самый большой рынок сбыта сельхозтехники. На долю немецких сельхозмашиностроителей приходится 28 % объемов производства сельхозтехники всего Европейского союза. На территории Германии расположены самые современные и высокотехнологичные производственные предприятия ведущих мировых брендов, таких как «Claas», «John Deere», «Agco», «Same Deutz-Fahr», «Horsch» и другие [7].

За последние три года увеличился объем производства сельхозтехники и емкости внутреннего рынка в Германии, что позволило большому количеству немецких фермеров и подрядчиков обновить и модернизировать свои технопарки, укомплектовать их более современными и высокотехнологичными моделями.

Самая большая доля внутреннего рынка сельхозтехники Германии (37 %) приходится на трактора. Согласно статистическим данным, в течение 2011 и 2013 годов каждый третий немецкий фермер приобрел новый трактор. На протяжении этого периода было зарегистрировано около 36 тыс. единиц в течение каждого года [7].

Объемы производства тракторов в 2013 году выросли по отношению к показателям предшествующего года на 15,9 %, а объем внутреннего рынка в этом сегменте увеличился на 7,6 %. Благодаря наличию на территории Германии новых современных производственных предприятий, а также жесткой конкуренции между ними, трактора, произведенные в Германии, пользуются спросом не только на крупнейшем рынке сельхозтехники Европы, но и во всем мире. В 2013 году рост объемов экспорта тракторов составил 16,3 % по отношению к аналогичному показателю предыдущего года [7].

Высокий уровень инвестиций в сельхозтехнику на протяжении последних лет позволил немецким фермерам обновить и модернизировать их технопарки, что сделало представителей немецкого агробизнеса еще конкурентоспособнее на внешних рынках.

Беларусь на немецком рынке уже более десяти лет представляет дочерняя компания Минского тракторного завода фирма «Belimpex Handels GmbH», которая осуществляет планомерную и системную работу по продвижению на германский рынок белорусских тракторов.

Так, в 2013 году в Беларуси было произведено 62,6 тысячи тракторов, что на 11,9 % меньше чем годом ранее. За последние пять лет больше всего тракторов в Беларуси было произведено в 2012 году. В отличие от темпов производства, показатели экспорта белорусских тракторов в 2013 году существенно снизились. Беларусь экспортировала 51 тыс. тракторов в 2013 году, из них в Германию – 215 единиц, что на 17 % меньше, чем в 2012 году.

Основными поставщиками тракторов в Германию являются Нидерланды, Франция, Италия, Бельгия, США. Удельный вес этих 5 стран составляет 76,2 %. Беларусь занимает всего 0,16 % всего импорта тракторов Германии.

Белорусско-германское торгово-экономическое сотрудничество имеет хороший базис и перспективы развития. На сегодняшний день в Беларуси зарегистрировано 361 предприятие с участием германского капитала и 90 представительств немецких фирм.

Промышленные комплексы обеих стран носят экспортоориентированный характер и в структурном отношении во многих случаях являются взаимодополняемыми. Германия традиционно является для Беларуси партнером номер один по поставкам высокотехнологичного оборудования, в том числе для модернизации производственной базы белорусских предприятий. Например, в июле 2013 года ОАО «Гродно Азот» подписало контракт с компанией «Thyssen Krupp Uhde GmbH» на предоставление лицензии, проектирование, поставку оборудования и оказание услуг для реализации проекта «Строительство цеха азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с реконструкцией действующего производства карбамидно-аммиачной

смеси». ОАО «Минский моторный завод» ведет работу по созданию газодизельных двигателей с немецкими компаниями «Heinzmann» и «Bosch». Реализация проекта рассчитана на 2013-2015 годы. В рамках соглашения между «Дженерал Моторс» и белорусским СП ЗАО «ЮНИСОН» в ближайшее время должна начаться сборка в Беларуси автомобиля «Опель Корса» из модельного ряда германского концерна «Адам Опель АГ». Также ведется активное сотрудничество между двумя странами в создании мощностей по переработке бытовых отходов, ила и осадков сточных вод с участием «Strabag Umwelthanlagen GmbH»; налаживании производственной кооперации по ряду направлений между «МТЗ» и германским концерном «CLAAS KGaA GmbH»; создании совместных предприятий по сбору, сортировке и утилизации коммунальных отходов с «Remondis AG & Co. KG»; в строительстве германской фирмой «Uniferm GmbH und Co.Kg» совместно с ОАО «Слущкий сахарофинадный комбинат» дрожжевого завода в Слущке [8].

Таким образом, на протяжении многих лет Германия является одним из основных торговых партнеров Республики Беларусь, занимая третье место в общем товарообороте Беларуси. Сальдо внешней торговли с Германией традиционно складывается с отрицательным значением, что связано, главным образом, с импортом инвестиционных товаров. Германия является для Беларуси партнером номер один по импорту высокотехнологичного оборудования. А его поставки играют весьма важную роль в техническом перевооружении белорусских промышленных предприятий.

Значимую долю белорусских поставок в Германию составляют промежуточные товары, используемые германской промышленностью. От того, каким образом развивается промышленность в Германии, в значительной степени зависит динамика экспорта белорусских товаров. Основным экспортным товаром в Германию является сырая нефть, удельный вес которой в общем экспорте Беларуси в Германию составляет 71 %.

Укрепить свои позиции на германском рынке могут и производители химической продукции, представители деревообрабатывающей промышленности, а также предприятия текстильной промышленности – при условии повышения качества белорусских тканей и фурнитуры и их сертификации в ЕС.

Выход на германский рынок и закрепление на нем – достаточно сложная задача. Нередко производители с мировым именем не могут найти здесь свою нишу. Очень непросто приходится и белорусским экспортерам. Они сталкиваются не только с жесточайшей конкурентной средой, необходимостью «подстраиваться» под строгие требования ЕС, но и с многочисленными тарифными и нетарифными барьерами, преодоление которых негативно сказывается на ценовой конкуренции товаров. Серьезным препятствием на пути экспорта на рынки стран ЕС является необходимость дорогостоящей и обременительной сертификации товаров, по стандартам ISO серий 9.000 (система управления качеством) и 14.000 (экологический менеджмент), что остается одним из основных условий для доступа на европейские рынки [9].

#### Список использованных источников

1. World Data Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>. – Date of access: 25.09.2014.
2. Социально-экономическое положение Германии // Портал внешнеэкономической информации. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ved.gov.ru/exportcountries/de/about\\_de/eco\\_de/](http://www.ved.gov.ru/exportcountries/de/about_de/eco_de/). – Дата доступа: 10.09.2014.
3. Внешнеэкономическая деятельность // Портал внешнеэкономической информации. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ved.gov.ru/exportcountries/de/about\\_de/ved\\_de/](http://www.ved.gov.ru/exportcountries/de/about_de/ved_de/). – Дата доступа: 10.09.2014.
4. Беларусь – Германия: деловые связи крепнут – Портал информационной поддержки экспорта Export.by/ [Электронный ресурс], Режим доступа: [http://export.by/resources/izdaniya\\_i\\_publicacii/belarus\\_%E2%80%94\\_germaniya\\_delovie\\_svyazi\\_krepnut.html](http://export.by/resources/izdaniya_i_publicacii/belarus_%E2%80%94_germaniya_delovie_svyazi_krepnut.html). – Дата доступа: 11.08.2014.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Внешняя торговля товарами Республики Беларусь (по товарам, странам, континентам, средним ценам), – 2009–2013 гг., 9 месяцев 2014 года.
6. Белорусско-германское торгово-экономическое сотрудничество – Дело. Бизнес-журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.by/news/~shownews/2010040201>. – Дата доступа: 07.08.2014.
7. Рынок сельхозтехники Германии – АПК-информ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1033431#VG7Z79KsWE4>. – Дата доступа: 09.10.2014.
8. «Беларусь заинтересована в полномасштабном взаимодействии с Германией» – Дело. Бизнес-журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.by/news/~shownews/belarus-zainteresovana-v-czaimodejstvii-s-germaniej>. – Дата доступа: 09.10.2014.
9. Общие положения по доступу на рынок Германии – Портал информационной поддержки экспорта. Export.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://export.by/ino\\_info/biznes\\_putevoditel/germaniya/dostup\\_na\\_rynok\\_e9f.html](http://export.by/ino_info/biznes_putevoditel/germaniya/dostup_na_rynok_e9f.html). – Дата доступа: 14.08.2014.

# ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

И.И. Вострокрылова

студент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Формирующаяся глобальная экономика знаний – это система с широким спектром географически рас-средоточенных экономических функций. В современной экономике технологические достижения и институциональные инновации в транспортной системе и системе коммуникаций сокращают расстояния, постепенно снимают временные ограничения и создают богатую знаниями глобальную систему производства. Особенностью, характерной только для такой экономики, является процесс перелива человеческого капитала, осуществляемого в форме миграции человеческих ресурсов с высоким уровнем образовательного потенциала. В условиях глобализации, одной из ключевых задач для многих стран является обеспечение национальной экономики необходимыми трудовыми ресурсами. Международная миграция становится важным фактором социально-экономического развития большинства стран, оказывающим влияние на формирование рынка труда.

Активная международная миграция происходит во всем мире, не является исключением и Республика Беларусь. Беларусь – это страна с активно развивающейся экономикой, что обуславливает необходимость постоянного увеличения рабочей силы. Главной количественной характеристикой человеческих ресурсов страны является численность населения. На протяжении всей истории Беларуси, за исключением военных периодов, происходил рост этого показателя. Но в начале 90-х годов XX века его рост прекратился и сменился депопуляцией, которая продолжается до нашего времени. На сегодняшний день в Республике существует проблема сокращения численности населения, которая была вызвана в первую очередь резким снижением рождаемости в связи с глубоким социально-экономическим кризисом в стране. Дефицит трудовых ресурсов уже в ближайшие годы может стать одним из основных факторов, препятствующих устойчивому социально-экономическому росту Республики Беларусь. Однако уже сегодня государство предприняло ряд мер по стимулированию рождаемости в стране и направило значительную часть государственного бюджета на поддержание семей с двумя и более детьми. Несмотря на это, даже, если сегодня наблюдается некоторый рост численности населения, то прирост трудовых ресурсов, как его итог, наступит только через несколько лет, поэтому одним из вариантов решения проблемы дефицита трудовых ресурсов является широко применяемое большинством развитых стран мира привлечение внешних трудовых мигрантов.

Статистика показывает, что Беларусь все активнее включается в мировой рынок труда, а, следовательно, и в процессы внешней трудовой миграции. Одним из показателей этого включения является экспорт рабочей силы. Достаточно трудно определить фактические масштабы внешней трудовой миграции. По официальным данным (с учетом трудовых мигрантов, выезжающих на заработки на основе договоров и контрактов) в целом за период 2000 – 2014 гг. экспорт рабочей силы составил 79 105 чел. По сравнению с 2000 г. наблюдается тенденция увеличения численности трудовых мигрантов из Беларуси, выезжающих на заработки за границу на основе трудовых договоров и контрактов: если в 2000 г. из страны выехало всего 1 806 чел., то в 2014 г. – 5 441 чел., следовательно, прирост составляет 66,9 %.

Если рассматривать региональную структуру экспорта рабочей силы, то в 2014 г. самые высокие его показатели наблюдаются в г. Минске и Могилевской области: 2 462 чел. и 1 153 чел. соответственно (45 % и 21 %). Незначительная доля приходится на Брестскую и Гродненскую область, 89 чел. и 12 чел. соответственно (1 % и 0, 2 %). Витебская область – 420 чел. (7 %), Гомельская область – 949 чел. (17 %), Минская область – 356 чел (6 %).

Можно выделить некоторые категории трудовых мигрантов, выезжающих из Беларуси: специалисты, имеющие высшее и среднее специальное образование; высококвалифицированные рабочие; мигранты, имеющие общее среднее образование. Большинство заключенных трудовых договоров относится к сфере строительных, сезонных сельскохозяйственных работ, занятости на перерабатывающих предприятиях, в сфере обслуживания. В сфере интеллектуального труда трудовые мигранты составляют 10 – 11 % от общей численности, в то время как доля лиц, имеющих высшее образование, составляет 27 – 30 %. По сведениям Министерства внутренних дел РБ, в 2014 г. наблюдалось среди трудовых мигрантов преобладание рабочих специальностей – выехало 3 711 чел. (69 % от общего числа выездов), при этом на руководящие должности только 7 чел. (0, 1 %). Квалифицированные рабочие и специалисты – 517 чел., что составляет 10 %, рабочие сферы обслуживания – 975 чел. (17 %), работники, занятые в сельском хозяйстве – 217 чел. (3 %).

Основным потребителем белорусской рабочей силы является Россия. Численность белорусских граждан, осуществляющих там свою трудовую деятельность, в 2013 г. составляла, приблизительно, более 100 тыс. чел. Эти сведения подтверждаются миграционными службами РФ. Точное количество не может быть определено в рамках договоренностей Союзного государства, которые предусматривают свободу перемещения рабочей силы. Однако количество граждан Республики Беларусь, выехавших туда в 2014 г. по контракту и договору составляет лишь 4 787 чел. Тем не менее, это 87, 9 % от общего числа выехавших трудящихся-мигрантов по трудовому договору или контракту. На сегодняшний день может наблюдаться тенденция снижения трудящихся-мигрантов из Беларуси в Россию в связи с уже существующими кризисными явлениями в экономике и ожиданиями их усугубления, что приводит к сокращению привлечения иностранной рабочей силы вообще, и из Беларуси в частности. Так, если в 2013 г. в Россию выехали 4 916 чел., то в 2014 г. – 4 784 чел.

На втором месте – США. За период 2014 г. в США по контракту или договору выехали 281 чел. (5 %) [1].

Еще одним направлением миграционных потоков является Евросоюз. В последние годы в странах Европы наблюдается появление ряда экономических проблем, связанных со спадом производства, который привел к значительному увеличению безработицы. В результате в ряде стран Западной Европы и Евросоюзе в целом была ужесточена миграционная политика, причем некоторые из них заявили о необходимости ограничения трудовой миграции даже из государств Евросоюза, что осложнило выезд трудовых мигрантов из Беларуси и отразилось на объеме трудовой миграции граждан.

Существует также еще одно направление – южное, а именно Украина. Несколько лет назад это направление характеризовалось двусторонним движением человеческих ресурсов. Однако на сегодняшний день в связи с политическими проблемами, а также тяжелой экономической ситуацией, характеризующейся спадом производства, ростом безработицы, резкой девальвацией национальной валюты, миграционные процессы в этом направлении изменились коренным образом. Если в 2012 г. из Украины в Республику Беларусь въехали на основе официально заключенных трудовых договоров и контрактов 2 854 чел., в 2013 г. – 6 928 чел. То за период 2014 г. в Республику Беларусь въехали 17 778 трудовых мигрантов из Украины, что составляет 46, 9 % от общей численности трудящихся, въехавших на основе договоров и контрактов [1].

Статистические данные свидетельствуют о том, что в 2014 г. в Республику Беларусь въехало для работы на основе подписанных трудовых договоров и контрактов 37 868 трудящихся, в то время как выехало в этом же году на заработки на основе подписанных договоров и контрактов 5 441 чел. Из этого можно сделать вывод, что количество въехавших в страну официально зарегистрированных трудящихся-мигрантов в 2014 г. превысило количество граждан Республики Беларусь, выезжающих за границу для работы на основе трудовых договоров и контрактов.

Рассмотрим подробнее структуру и динамику импорта рабочей силы в Республику Беларусь. За период 2014 г. в Беларусь для работы на основе подписанных договоров и контрактов въехали 37 868 чел. В последние годы наблюдается резкий рост количества трудовых мигрантов в Беларусь. Если, например, с 2000 по 2004 г. количество мигрантов, въезжающих в Республику, сокращалось (с 1806 чел. в 2000 г. до 530 чел. в 2004 г.), то, начиная с 2005 г., импорт рабочей силы увеличился в 58 раз (с 651 чел. в 2005 г. до 37 868 чел. в 2014 г.). Это связано с увеличением количества инвестиционных проектов, реализуемых в Республике Беларусь, для успешной реализации которых государственными организациями был упрощен порядок приглашения иностранной рабочей силы [2].

Что касается видов работ, выполняемых иностранными трудящимися-мигрантами, то на сегодняшний день 60, 3 % составляют рабочие специальности, 11, 2 % – квалифицированные работники и специалисты, 6, 2 % – работники, занятые в сельском хозяйстве, 4, 1 % – работники сферы обслуживания и торговли и всего 3, 2 % трудовых мигрантов являются руководителями.

Если рассматривать структуру стран-доноров, которые являются основными поставщиками рабочей силы в Республику Беларусь, то в 2014 г. на первом месте Украина – 17 778 чел. (46, 9 %), на втором месте Китай – 4765 чел. (12, 5 %), третье место – Узбекистан – 1527 чел. (4 %) [1].

Преимущественно трудовые мигранты привлекаются в районы, пострадавшие в результате аварии на Чернобыльской АЭС, на сезонные и ремонтно-строительные работы, а также в районы, имеющие нехватку финансовых и трудовых ресурсов. Однако все решения о трудовой миграции в Республике Беларусь принимаются с учетом защиты рынка труда и обеспечения белорусским гражданам приоритетного права на труд [3].

В целом можно сказать, что временная трудовая миграция оказывает положительное влияние на национальный рынок труда. В первую очередь она содействует решению проблемы избыточной занятости в организациях, и у нанимателей появляется возможность сконцентрироваться на повышении эффективности производства и производительности труда, заработной платы, в результате чего снижается давление на национальный рынок труда. Трудящиеся получают профессиональные знания и навыки, которые они смогут применять в дальнейшем у себя на родине. Положительное воздействие экспорта рабочей силы на эко-

номику проявляется в пополнении валютных резервов страны за счет интенсивных инвалютных переводов граждан, работающих за рубежом.

Что касается негативных последствий миграционных процессов, то в условиях ориентации Беларуси на инновационное развитие и построение социально ориентированной рыночной экономики актуальным является ее обеспечение высокопрофессиональными кадрами, в то время как работать за границу едут наиболее активные, мобильные кадры, что приводит к дефициту таких специалистов у себя на родине. На сегодняшний день, по моему мнению, в связи с уменьшением численности населения в трудоспособном возрасте трудовая миграция оказывает негативное влияние на развитие белорусской экономики. В таких условиях необходима разработка и реализация национальной миграционной политики для привлечения высококвалифицированных специалистов, а также для предотвращения «утечки мозгов» за пределы страны, то есть целью является создание условий для сохранения ценных кадров и, безусловно, привлечение их из-за рубежа.

Так или иначе, учитывая растущую значимость экономических знаний, конкуренция между странами в привлечении и удержании высококвалифицированных кадров возрастет. В этих условиях объектом пристального внимания политиков и ученых становится миграционная политика, которая уже сегодня играет немаловажную роль.

Согласно концепции МОМ, Республика Беларусь осуществляет институциональное регулирование отношений в сфере миграции посредством правовых институтов, института миграционных программ и других программных документов, государственно-правовых гарантий, регулирования миграционных процессов, осуществляемого органами государственного управления. Реализацию миграционного законодательства, а также управление миграцией обеспечивают органы государственного управления: Министерство внутренних дел, Комитет пограничных войск, Министерство труда и социальной защиты и др.

МВД обеспечивает реализацию государственной политики в области миграции и убежища, координацию деятельности органов государственного управления в области миграции и убежища, подготовку предложений по совершенствованию законодательства, заключение международных договоров в сфере миграции. Разработка миграционного законодательства Беларуси, начавшаяся в 1993 г. и продолжающаяся до настоящего времени, способствовала стабилизации миграционной обстановки в стране. В Республике Беларусь существует Закон «О внешней трудовой миграции», который осуществляет правовое регулирование трудовых отношений белорусских граждан за рубежом и иностранцев в Беларуси.

В конце 2014 г. в Палату Представителей был внесен Проект закона «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь о внешней трудовой миграции». Внесение изменений и дополнений в закон позволит создать условия для привлечения в Беларусь высококвалифицированных работников, в том числе иностранцев. Планируется ввести понятие высококвалифицированного трудящегося-иммигранта, сезонного трудящегося-иммигранта, а также определить порядок осуществления этими категориями иммигрантов трудовой деятельности в Республике. Согласно критериям, предложенным Министерством экономики и нашедшим отражение в проекте документа, такой высококвалифицированный специалист должен иметь высшее или средне специальное образование, стаж работы не менее пяти лет, а его заработная плата должна составлять не менее 15 минимальных заработных план по стране. В первую очередь, изменения коснутся высококвалифицированных специалистов, в том числе введения льготных условий для них. Также законом будет предусмотрена возможность совместного пребывания с высококвалифицированным специалистом членов его семьи. Предусматривается изменить основания для отказа в выдаче и аннулировании разрешений на привлечение в Республику Беларусь иностранной рабочей силы и специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью в стране. Это позволит сократить заполнение вакансий дешевой иностранной рабочей силой, а также это будет способствовать сокращению оттока собственных специалистов [4].

Можно сделать вывод о том, что миграционные процессы в Республике Беларусь активно развиваются, в государстве укрепляется нормативно-правовая база, создаются все условия для удержания и привлечения высококвалифицированных специалистов для обеспечения устойчивого развития собственной экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Учет трудящихся-эмигрантов и трудящихся-мигрантов за 2014 год [Электронный ресурс]: Министерство внутренних дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mvd.gov.by/ru/main.aspx?guid=224293>. – Дата доступа: 14.03.2015.
2. Пушкевич, С. Основные тенденции развития внешней трудовой миграции населения Республики Беларусь / С. Пушкевич // Труд Профсоюзы. Общество. – 2014. – № 2. – С. 101–105.
3. Вашко, И. Государственное регулирование трудовой миграции в Республике Беларусь / И. Вашко // Проблемы управления. – 2014. – № 1. – С. 93–97.



4. О внешней трудовой миграции [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 30 дек. 2010 г., № 225-3 // ЭТАЛОН-ONLINE. – Режим доступа: [http://www.etalonline.by/Default.aspx?type=text&regnum=N11000225#load\\_text\\_none\\_1\\_1](http://www.etalonline.by/Default.aspx?type=text&regnum=N11000225#load_text_none_1_1). – Дата доступа: 14.03.2015.

## ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРАН

**И.В. Стефанович**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО»,*

*г. Минск*

В процессе исторического развития стран относительно разработки и распространения инноваций можно выделить два этапа. В индустриальную эпоху базисные инновации возникали и получали развитие в одной или нескольких развитых, созревших для этого странах, и лишь затем получали распространение в остальном мире на основе потока имитационных или в значительной степени модернизированных инноваций. В последние десятилетия базисные инновации изначально являются предметом интеграционного сотрудничества ученых, инженеров, предпринимателей, ТНК, государственных и межгосударственных организаций ряда тесно взаимосвязанных стран. Это значительно сокращает сроки и расширяет масштабы освоения и распространения базисных инноваций, трансформации технологической базы, ускоряет процесс формирования постиндустриального общества.

Показателем комплексной оценки инноваций с точки зрения как наличия инновационного потенциала и условий его реализации, так и практического использования является глобальный индекс инноваций, позволяющий всесторонне и объективно оценить эффективность усилий по развитию инноваций в той или иной стране. В настоящее время в рейтинге 143 стран мира по уровню инновационных возможностей и их результатов на протяжении ряда последних лет лидирует Швейцария. За ней следуют Великобритания, Швеция, Финляндия, Нидерланды, Соединённые Штаты, Сингапур, Дания, Люксембург и Гонконг (для сравнения Россия находилась на 49 месте, Беларусь – на 58) [1]. Страны с наилучшими показателями уровня развития инноваций демонстрируют и высокую стабильность своего развития. Это во многом объясняется тем, что успешная инновационная деятельность ведет к появлению своего рода замкнутого круга: по достижении определенного «критического уровня» инвестиции привлекают инвестиции, таланты привлекают таланты, а инновации порождают инновации.

Если рассмотреть ряд частных показателей научно-инновационной деятельности, то можно проанализировать, например, рейтинг стран мира по уровню научно-исследовательской активности, рассчитываемый как общее количество научно-исследовательских статей, опубликованных в рецензируемых научных изданиях, включенных в систему индекса научного цитирования. Согласно представленным в 2014 году данным, в число стран мировых лидеров по значению данного показателя входили США, Китай, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Канада [2].

Согласно данным базы ВОИС (Всемирной организации интеллектуальной собственности), ведущими странами мира по регистрации заявок на патенты в 2014 году были отмечены Китай, США, Япония, Южная Корея и Германия, причем на США и Китай приходилось более половины всех патентных заявок мира. Темпы роста заявок на патенты также впечатляют – с 1995г. по 2013г. – возросли в 2,5 раза. Однако что касается соотношения темпов изменения заявок на патенты по разным странам, то для Китая, Южной Кореи и США наблюдался их прирост, в то время как для Японии и Европы, наоборот, спад. Таким образом, можно предположить, что расходящиеся динамики развития мировой экономики оставили свой след и на мировом инновационном ландшафте [3].

Проведенные исследования Института статистики UNESCO позволили составить рейтинг стран мира по доле расходов на НИОКР в ВВП: из 91 страны в 2012 году в десятку лидеров входили Израиль, Финляндия, Южная Корея, Швеция, Япония, Дания, Швейцария, США, Германия и Австрия. Республика Беларусь в этом списке находилась на 43 позиции, что соответствовало 0,64 % в ВВП (для сравнения Россия – на 32 позиции и соответственно 1,16 % в ВВП; Китай – на 21 позиции и 1,7 % ВВП) [4].

Таким образом, наблюдается общая закономерность: несмотря на меняющиеся места в различных рейтингах, связанных с инновационной деятельностью, достаточно четко выделяются страны-лидеры по ряду из них – это, как правило, наиболее развитые страны Западной Европы, США, Восточной Азии и отдельные государства других регионов мира. Группу из 12 наиболее динамично развивающихся стран с формирующейся экономикой, так называемые «новые новаторы» составляют: Молдова, Китай, Монголия, Вьетнам, Индия, Иордания, Армения, Сенегал, Малайзия, Таиланд, Украина и Грузия. Среди стран

с низким уровнем дохода опережающие показатели имеют Кения, Уганда, Мозамбик, Руанда, Малави, Гамбия и Буркина-Фасо. Эти страны демонстрируют растущие уровни результатов инновационной деятельности благодаря совершенствованию нормативной основы инновационной деятельности, повышению доли квалифицированной рабочей силы с высоким уровнем образованием, а также совершенствованию инновационной инфраструктуры и глубокой интеграции с глобальными кредитно-инвестиционными, товарными рынками.

Несмотря на нестабильную и относительно неблагоприятную экономическую ситуацию, инновационная деятельность в мире продолжает развиваться. Вместе с тем процесс развития инноваций является достаточно противоречивым. Преобладающая ныне неолиберальная модель глобализации ведет к тому, что процесс глобализации инноваций развивается во многом односторонне, его плоды присваиваются экономическими развитыми странами и ТНК. В свою очередь, интеллектуальные и инновационные ресурсы «вытягиваются» из отстающих стран, тормозя процесс их собственной инновационной трансформации. Известный российский ученый Н. Н. Моисеев в своих публикациях неоднократно предупреждал, что вследствие становления «мира ТНК» и открытой мировой экономики, облегчающих перетоки капиталов и специалистов высшей квалификации из одной страны в другую, в страны «золотого миллиарда» эмигрируют энергичные и талантливые люди и остальные ресурсы: «Эти страны становятся насосом, откачивающим из отсталых стран все то лучшее, что они имеют... В результате действия этого «дьявольского насоса» происходит все углубляющаяся стратификация государств» [5, с. 151]. Все это, в свою очередь, способствует увеличению разрыва в уровнях экономического и инновационного развития стран мира, закрепляющего отставание развивающихся стран.

Проблема неэквивалентности отношений, связанная с «утечкой мозгов» из развивающихся в развитые страны заключается в том, что США и западноевропейские страны получают практически бесплатно высококвалифицированных ученых и специалистов, на подготовку каждого из которых потребовались бы сотни тысяч, а то и миллионы долларов. То есть сейчас США и страны Западной Европы практически получают дотацию от ряда стран с переходной экономикой, а также от развивающихся стран, не возмещая им затраты на подготовку специалистов. Поэтому в стратегическом аспекте этим странам стоило бы продумать меры по компенсации затрат на подготовку ученых, инженеров, программистов при их эмиграции и отъезд в развитые страны.

Следует также заметить, что хотя развитые страны при активной поддержке ВТО и других международных организаций ведут активную борьбу в защиту интеллектуальной собственности, на деле они безвозмездно или за бесценок присваивают значительную часть этой интеллектуальной собственности, созданной во многих развивающихся странах. Тем самым инновации, основанные на изобретениях и отличающиеся в силу этого высокой конкурентоспособностью, концентрируются в узкой группе богатых стран, приумножая их богатство, тогда как большинство других стран практически лишены возможности производить конкурентоспособные товары и услуги на базе собственных изобретений. Патентное право во многом используется как инструмент перераспределения доходов (интеллектуальной квазиренды) в пользу ТНК и богатых стран. Это подтверждается и тем, что если в странах с низкими доходами платежи за лицензии превышают поступления от них, то страны с высоким доходом являются получателями основной доли общемировой суммы роялти и лицензионных платежей.

Далее хотелось бы проследить взаимосвязь инноваций с инвестициями. Глобальные потоки инноваций осуществляются с помощью прямых иностранных инвестиций, которые растут опережающими темпами по сравнению с темпами роста ВВП на протяжении уже не одного десятилетия. Однако распределение этих инвестиций по группам стран отражает тенденцию, свойственную неолиберальной модели глобализации: более 2/3 инвестиций приходится на страны с высокими доходами. Низкий удельный вес в ВВП иностранных инвестиций в группе экономически отсталых стран явно недостаточен для сколько-нибудь существенного инновационного обновления основного капитала в этих странах. В то же время страны с низким доходом обременены огромными долгосрочными задолженностями. Очевидно, что при таком соотношении инвестиций и долгов бедные страны не имеют шансов на инновационную модернизацию и улучшение уровня жизни населения, а сконцентрированный в богатых странах капитал не способствует выполнению функции модернизации экономики в бедных странах. Для этого потребуются крупномасштабные внешние инновационные инвестиции на основе глобальных инновационных программ, осуществляемых под эгидой ООН и специально созданной для этого организации — Программы развития ООН (ПРООН). В частности на заседании круглого стола Всемирной встречи в верхах в Йоханнесбурге (2002 г.) было предложено создание для этого Глобального технологического фонда за счет отчислений от мировой технологической квазиренды — налогообложения экспорта высокотехнологичной машиностроительной продукции и вооружений.

Хотелось бы подчеркнуть, что упомянутый в начале статьи Доклад о глобальном развитии инноваций 2014 года имеет название «Человеческий фактор в инновационном процессе» и посвящен различным аспектам человеческого капитала в нем. Понимание роли и значения человеческого фактора в инновационном процессе особенно важно для выработки как международной, так и национальной политики, помогающей содействовать экономическому развитию страны. Именно человеческий инновационный

фактор служит одной из причин, по которым лидеры в области инноваций остаются во главе рейтингов. Лидирующие в области инноваций государства создали такую институциональную среду, в рамках которой инвестиции в человеческий капитал в сочетании с сильной инновационной инфраструктурой поддерживают высокий уровень творческой деятельности внутри этих стран.

Освоение и распространение базисных инноваций, новых поколений техники невозможны без научного сопровождения. Нужно активнее создавать международные коллективы ученых, конструкторов, специалистов для разработки и сопровождения глобальных инновационных программ и проектов. Необходимы меры по более широкому совместному использованию технических изобретений, интеллектуальной собственности как основы реализации инноваций. Для этого требуется выработать и реализовать согласованные на международном уровне меры по развитию науки и подготовке специалистов в отстающих странах, прежде всего по приоритетным для этих стран направлениям на основе специально созданных для них инновационных программ. Республика Беларусь как страна с высоким уровнем человеческого потенциала и имеющая богатый опыт подготовки специалистов для развивающихся стран могла бы принять участие в таких программах и проектах. Эти программы должны осуществляться при методическом руководстве ЮНЕСКО и получать финансовую поддержку как от самих государств, так и от Глобального социокультурного фонда, который целесообразно бы создать под эгидой ЮНЕСКО. За счет этого фонда могли бы поддерживаться также глобальные информационные программы в области науки и образования.

Долгосрочные национальные стратегические приоритеты инновационного развития видятся в обеспечении баланса между оттоком талантливых людей, граждан своей страны, стремящихся получить образование за границей и их притоком, когда высокопрофессиональные специалисты возвращаются на родину, чтобы заняться инновациями и создавать рабочие места. В центре эффективной национальной инновационной политики Республики Беларусь находятся так называемые инвестиционные и инновационные инкубаторы, технопарки и другие аналогичные по своей направленности СЭЗы. Расширение инновационной стратегии предполагает создание на базе ведущих образовательных и научных центров так называемых кластеров. Для того чтобы кластеры были успешными, они должны стать «перекрестком», где изобретатели и инвесторы (предприниматели, промышленники, бизнесмены, государство) объединяются для создания принципиально новых и адекватных требованиям времени, условиям развития своей страны и требованиям международной конкуренции новшеств [6]. Для стимулирования инноваций необходима соответствующая стимулирующая политика, в рамках которой поощряются инновационные деятели, потоки технологий и инвестиций, а также взаимодействие между отечественными и международными рынками. В Беларуси инновационная деятельность на современном этапе базируется на положениях Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы, определяющей основные направления реализации инновационной политики. Что касается текущего момента, то в соответствии с Законом о бюджете Республики Беларусь в 2015 году в республиканский бюджет включены средства таких государственных целевых бюджетных фондов, как фонда национального развития и республиканского инновационного фонда, подкрепляющих финансовую сторону реализации инноваций [7].

Общемировой тенденцией последних лет стало формирование мировых инновационных кластеров, как катализаторов инновационной активности национальной экономики в мировом сообществе. Влияние глобализации на инновационное развитие стран мира заключается в кластеризации мировой экономики и создании инструментов стимулирования диффузии инноваций на основе капитализации интеллектуальной собственности транснациональных корпораций стран «второго технологического круга», что, с одной стороны, стремительно развивает инновационную активность мира, а с другой – подрывает технологический суверенитет стран, не имеющих эффективной инновационной модели развития.

Итак, процесс глобализации инноваций объективно обусловлен и по своей сути прогрессивен. Но важно использовать его таким образом, чтобы плоды прогресса не доставались целиком, причем без соблюдения принципов эквивалентности обмена, небольшой группе богатых стран и ТНК, а шли на пользу всего человечества, способствовали преодолению технологической пропасти между богатыми и бедными странами. Переход от неolibеральной к гуманистически-ноосферной модели глобализации потребует радикальных перемен в инновационном поле, следствием чего может стать более равномерное распределение научного потенциала, являющегося первоисточником инноваций стран.

#### **Список использованных источников**

1. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2014/07/18/6841>. – Дата доступа: 12.01.2015.
2. Рейтинг стран мира по уровню научно-исследовательской активности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/scientific-and-technical-activity/info>. – Дата доступа: 15.01.2015.
3. Доклад «Мировые показатели деятельности в области интеллектуальной собственности» за 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/ipstats/ru/wipi/>. – Дата доступа: 15.02.2015.
4. Рейтинг стран мира по уровню расходов на НИОКР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info>. – Дата доступа: 15.02.2015.

5. Моисеев, Н. Н. Судьба цивилизации. Путь Разума. – М. : Языки рус. культуры, 2000. – 224с.
6. Кузык Б. Н. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец. – 2-е изд., доп. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. – 624 с.
7. О республиканском бюджете на 2015 год [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь, 30 декабря 2014 г. № 225-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon\\_301214\\_225z.pdf](http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_301214_225z.pdf). – Дата доступа: 15.02.2015.

## **СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Т.С. Джон**  
магистрант

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Глобализация предполагает собой повышение степени открытости национальных экономик, ускорение движения капитала, технологий, товаров и услуг, формирование единых или, по меньшей мере, близких правовых норм и подходов к регулированию экономики и внешних связей, к управлению финансами, производством, собственностью, инвестициями. В этих условиях усиливается взаимозависимость различных национальных экономик, что может оказывать сильное влияние на нефтезависимые регионы и страны. Являясь давно сформированным, рынок нефти не теряет своей значимости и по сей день, сохраняет позиции основного мирового товарного рынка и при этом играет еще более важную роль в мировой политике и экономике.

В условиях глобализации мировой рынок нефти уже не представляется просто совокупностью индивидуальных национальных рынков, а превращается в единую систему взаимозависимых рынков. В результате чего, появившиеся в одной стране инновации быстро распространяются в мировом рыночном пространстве, а уменьшение издержек, достигнутое в одном географическом регионе, оказывает влияние на конкурентоспособность и в других районах земного шара. Процессы глобализации оказывают колоссальное влияние на развитие мирового нефтяного рынка, приносят совершенно новые специфические черты и изменяют соотношение сил на рынке. Если говорить о влиянии процессов глобализации на долгосрочные тенденции мирового нефтяного рынка, то нам представляется, что размывание национальных границ, объединение национальных ресурсов нефти в единый международный «пул», стимулирование вовлечения этих ресурсов в хозяйственный оборот позволяет им полнее и дольше служить человечеству в качестве достаточной базы для поддержания положительных темпов потребления.

В силу своей значимости мировой рынок нефти является важнейшим фактором стимулирования процессов глобализации. Структурообразующим фактором в экономической глобализации являются крупные нефтяные ТНК, а ведущее место нефтяного рынка в мировой экономике определило и политическую составляющую – США в качестве мирового лидера, стремящихся получить максимальный контроль над этим сектором.

Транснационализация – это важнейшая составляющая и одновременно главный механизм общих процессов глобализации. Нефтяной рынок является интернациональным, и именно поэтому он так отзывчив на воздействие глобализации. Главными действующими лицами на мировом нефтяном рынке уже давно являются ТНК и государственные энергетические компании – государство полностью контролирует нефтедобычу в Саудовской Аравии, Норвегии, ОАЭ, Иране, Венесуэле, Индии, Китае [1].

На сегодняшний день в мире выделяют пять основных центров торговли нефтью: ближневосточный, африканский, североамериканский, европейский и азиатско-тихоокеанский. Ближневосточный и африканский центры потребляют топливо намного меньше, чем объемы добычи. Основными же потребителями нефти в мире в настоящее время являются Китай, США, Япония и западноевропейские страны.

Как отмечалось выше, рынок нефти является примером самого глубокого воздействия глобализации на конкретный товарный рынок. Она привела к усилению конкуренции на региональных рынках энергоресурсов, к увеличению масштабов операций мировых лидеров в нефтяной отрасли, к формированию глобальной структуры этого рынка. За счет увеличения численности населения и увеличения масштабов производства, мировой рынок нефти активно вырос: по данным МЭА за последнее десятилетие общий объем мирового потребления энергоресурсов вырос на 26,8 %, при этом в 2011 году был отмечен наиболее значительный прирост за последние 30 лет, который составил 5,6 % [2].

В своем развитии мировой рынок нефти периодически проходит различные фазы соотношения спроса и предложения. В его истории были фазы явного превышения спроса над предложением с сопутствующим взлетом цен, что обычно связано с такими политическими факторами, как региональные конфликты и во-

енное противостояние. И, наоборот, наступали достаточно затяжные периоды явного превышения предложения над спросом, для которых был характерен депрессивно низкий уровень цен на нефть. Обе эти крайности не устраивали большинство участников рынка. Чрезмерно дорогая нефть мешает нормальному развитию экономики ведущих развитых стран – лидеров глобализации, чрезмерно дешевая снижает доходы нефтеэкспортеров и лишает стимулов процесс энергосбережения, который является одним из основных направлений мирового научно-технического прогресса. Поэтому для долгосрочного развития нефтяного рынка важно отсутствие явного преобладания потребителей над экспортерами или наоборот. В связи с этим после резких скачков рынок стремится к достижению баланса взаимозависимости, в чём оказываются заинтересованы обе стороны, как поставщики, так и потребители.

Одной из важнейших проблем является международное регулирование мирового рынка нефти. Уже более полувека важнейшим субъектом такого регулирования является Организация стран-экспортеров нефти (ОПЕК), которая была создана на Багдадской конференции в 1960 г. В ОПЕК изначально входили Иран, Ирак, Кувейт, Саудовская Аравия и Венесуэла. В настоящее время к этому списку добавились Алжир, Индонезия, Катар, Ливия, Нигерия, ОАЭ. Изначально целью этой организации была координация отношений с западными нефтяными компаниями, в дальнейшем эта цель переросла в стремление жестко регулировать цены на мировом нефтяном рынке.

Противодействуя стремлению ОПЕК держать цены на высоком уровне, Западный мир вначале принимал в основном меры пассивного характера: страны начали создавать стратегический запас нефти, был задействован мощный биржевой механизм. Также западные страны начали инвестировать средства в энергосберегающие технологии и за счет диверсификации источников энергии была уменьшена доля нефти в топливно-энергетическом балансе; всячески стимулировались западные инвестиции в нефтедобычу вне ОПЕК. Запад принял и определенные организационные меры по регулированию рынка. Главным организационным и координационным центром развитых стран стало Международное энергетическое агентство (МЭА). Консультации в рамках ОЭСР, встречи лидеров и министров финансов «семерки», кооперация их промышленных союзов и исследовательских организаций эффективно дополняют организационную структуру Запада, противостоящую ОПЕК.

Позиция ОПЕК – не единственное, что влияет на стоимость барреля на сегодняшний день. Аналитики называют множество причин падения мировых цен на нефть, а именно неконтролируемые поставки террористов ИГИЛ, меняющих баррели на оружие, кризис в Евросоюзе, уход Украины с нефтяного рынка и добыча сланцевой нефти США. Последний фактор — самый интересный. Хозяйственные потребности отрасли требуют именно от американцев удерживать относительно стабильные цены. Но политический расчет может привести к тому, что цены будут опущены [3].

За последние 4 месяца 2014 года цены на нефть упали на четверть: баррель, стоивший в июне почти 115 долларов, в октябре продавали уже за \$84. Так низко цены на биржах опускались в 2010-м: баррель скатился до \$72,6, но после этого стал достаточно быстро расти и за год поднялся до \$123 долларов. По мнению директора аналитического агентства Small Letters Виталия Крючкова, это еще не предел, т.к. раньше Саудовская Аравия и другие страны картеля в случае падения цен уменьшали поставки нефти на мировой рынок. Но сегодня они не готовы это сделать — они не только не уменьшают, а даже наращивают объемы добычи, борются за долю на рынке. Они понимают, что если они уменьшат свои поставки, на их место придут другие [4].

При нынешней стоимости нефти добыча сланцевой нефти в США очень быстро стала падать, поскольку себестоимость добычи американской нефти превышает 70 долларов за баррель. Американский сектор нефтедобычи сможет продержаться ниже уровня себестоимости не более полугода, после чего возможно возникновение цепочки банкротств, при условии, что американское правительство не выберет усиление давления на Россию ценой уничтожения собственной отрасли. Тогда цены могут опуститься и до катастрофически низких уровней.

По мнению многих экспертов, падение цен на нефть близится к завершению. Впрочем, и рост цен на энергоносители уже не будет столь значительным, как в прошлые годы. К такому выводу пришли в Международном энергетическом агентстве (МЭА). По оценкам экспертов МЭА, нефть достигнет своего «дна» уже к середине нынешнего года, а в 2016 году топливо снова начнет расти в цене [4]. Однако, относительно того, когда будет достигнуто это ценовое «дно», существует много вопросов. Но остается фактом то, снижение нефтяных цен вызвало, с одной стороны, торможение инвестиций, а с другой — в США заметно упало количество действующих буровых установок. Обычно за этим событием следует снижение добычи, а снижение добычи естественным образом толкает цены вверх. Поэтому прогноз относительно того, что "дно" будет пройдено в середине 2015 года, выглядит достаточно достоверно, однако, есть факторы, которые могут помешать подобному развитию событий, а именно то, что по непонятным причинам в Саудов-

ской Аравии растет количество действующих буровых установок, что, на данный момент, способствует дальнейшему падению цен на нефть.

Таким образом, хотя мировые цены на нефть формируются на основе спроса и предложения, нередко на их динамику решающее воздействие оказывают военно-политические факторы и геополитические конфликты между участниками этого рынка.

#### **Список использованных источников**

1. Новостной портал ЦентрАзия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1422485880>. – Дата доступа: 10.03.2015.
2. BP [Electronic resource] : BP Statistical Review of World Energy June 2014. – Mode of access: <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/Energy-economics/statistical-review-2014/BP-statistical-review-of-world-energy-2014-full-report.pdf>. – Date of access: – 10.03.2015.
3. IEA International Energy Agency [Electronic resource] : Key World Energy Statistics 2014. – Mode of access: <http://www.iea.org/publications/freepublications/publication/key-world-energy-statistics-2014.html>. – Date of access: – 10.03.2015.
4. ОПЕК Organization of the Petroleum Exporting Countries [Electronic resource] : About Us. – Mode of access: [http://www.opec.org/opec\\_web/en/about\\_us/23.htm](http://www.opec.org/opec_web/en/about_us/23.htm). – Date of access: – 10.03.2015.

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА) В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ DOING BUSINESS'2015**

**Ю.Ю. Королев**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО»,*

*г. Минск*

**Итоги.** В условиях дальнейшей глобализации и углубления интеграционных процессов развитие национальных экономик, в том числе Беларуси, должно основываться на общемировых принципах и подходах. Это касается как финансовой системы в целом, так и институтов экономической несостоятельности (банкротства), которые приобретают особое значение в условиях негативного влияния последствий мировых финансовых кризисов.

Увеличение общего количества дел об экономической несостоятельности (банкротстве), находящихся в производстве белорусских экономических судов с 1 400 дел по состоянию на 01.01.2010 до 1 862 – на 01.03.2015, из которых количество дел об экономической несостоятельности (банкротстве) организаций частной формы собственности составило 1 817 дел (97,5 % от общего количества дел данной категории), требует поиска новых путей и направлений совершенствования институтов экономической несостоятельности (банкротства) [1]. В этой связи представляется целесообразным изучение мирового опыта и подходов к оценке уровня развития действующего законодательства и процедур разрешения неплатежеспособности. Подобные исследования проводятся в рамках международного проекта (рейтинга) «Ведение бизнеса» (Doing Business, DB), – ежегодного совместного исследования Всемирного банка и Международного валютного фонда, в котором дается оценка ключевым аспектам нормативно-правового регулирования предпринимательской деятельности для национальных компаний 189 стран по 10 основным индикаторам [2, 3, 4].

#### **Зарождение и развитие национальной системы экономической несостоятельности (банкротства).**

Правовые основы современной национальной системы экономической несостоятельности (банкротства) были заложены Законом «Об экономической несостоятельности и банкротстве» от 30 мая 1991 года (далее – Закон о банкротстве 1991 г.), первого подобного закона на постсоветском пространстве, принятого еще до распада Советского Союза в бывшей БССР. Законом определялось два основных экономических состояния субъекта хозяйствования: экономическая несостоятельность, под которой понималась удостоверенная судом неспособность субъекта хозяйствования оплатить предъявленные финансовые документы, и банкротство – удостоверенная судом полная неплатежеспособность субъекта.

Закон о банкротстве 1991 г. носил концептуальный характер, состоял из 46 статей, и не содержал подробных норм и процедур улучшения платежеспособности субъектов хозяйствования.

Принимая во внимание эти и другие обстоятельства, в нашей стране был принят новый Закон «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» от 18 июля 2000 г. (далее – Закон о банкротстве 2000 г.), который вступил в силу 12 февраля 2001 года.

Закон о банкротстве 2000 г. рассматривал понятия экономической несостоятельности и банкротства как синонимы и подразумевал под ними неплатежеспособность, имеющую или приобретающую устойчивый характер, признанную хозяйственным судом или правомерно объявленную должником. Под неплатежеспособностью же понималась неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, а также по обязательствам, вытекающим из трудовых и связанных с ними отношений, или исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Все изменения в национальном законодательстве, которые были сделаны в последние годы и которые соответствуют нынешней стадии экономического развития Республики Беларусь, саккумулировал новый закон «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» (далее – Закон о банкротстве 2012 г.), который был подписан Президентом Республики Беларусь 13 июля 2012 г. и вступил в силу 25 января 2013 года. Закон о банкротстве 2012 г. состоит из 6 разделов, 20 глав и 242 статей.

Идеологию нового закона можно кратко сформулировать следующим образом: применение института экономической несостоятельности играет созидательную роль и обеспечивает повышение гарантий возвратности инвестиций с последующим ростом их притока в страну [5].

**DOING BUSINESS'2015.** Разработчики и идеологи нового Закона о банкротстве 2012 г. надеялись, кроме прочего, на улучшение позиции Беларуси в международном рейтинге «Ведение бизнеса» (табл. 1), поскольку перед правительством нашей страны поставлена задача в течение ближайших лет войти в число тридцати стран с наилучшими условиями для ведения бизнеса.

Таблица 1

Рейтинг благоприятности условий ведения бизнеса в Беларуси

Индикаторы	Рейтинг DB 2015	Рейтинг DB 2014	Изменение
Регистрация предприятий	40	35	-5
Получение разрешений на строительство	51	54	+3
Присоединение к электрическим сетям	148	144	-4
Регистрация собственности	3	3	-
Получение кредитов	104	99	-5
Защита миноритарных инвесторов	94	91	-3
Налогообложение	60	107	+47
Международная торговля	145	146	+1
Обеспечение исполнения контрактов	7	7	-
Разрешение неплатежеспособности	68	66	-2
Ведение бизнеса	57	57	-
Удаленность от «передового рубежа» ( % пунктов)	68,26	67,08	+1,18

Источник: [6].

Несмотря на то что общий рейтинг «Ведение бизнеса» на 2015 год Республики Беларусь остался прежним по сравнению с показателями прошлого года (57 место), индикатор «Разрешение неплатежеспособности», как видно из табл. 1, в очередной раз ухудшился на -2 позиции (в 2014 году – на -18 (после пересчета показателей)), что, несомненно, не может не обратить на себя внимание.

Для того, чтобы понять и исследовать причины сложившейся ситуации, следует знать, что с помощью индикатора «Разрешение неплатежеспособности» оцениваются [7]:

Временные затраты;

Финансовые затраты;

Конечный исход разрешения неплатежеспособности кредитора.

Все участники процесса разрешения неплатежеспособности являются местными предприятиями.

Для количественного расчета индикатора используются экспертные оценки местных специалистов по вопросам неплатежеспособности (на основании результатов анкетирования) и проверяются путем изучения законов и прочих нормативно-правовых актов, а также общедоступной информации о банкротстве.

Определение рейтинга страны по индикатору «Разрешение неплатежеспособности» основано на расчете коэффициента возврата средств. Коэффициент возврата средств рассчитывается в центах с каждого доллара средств, возвращенных кредиторам в результате процесса реорганизации, ликвидации или принудительного взыскания задолженности с неплатежеспособного кредитора (обращения взыскания на зало-

женное имущество). При этом объем возвращенных средств зависит от конечного исхода процесса: продолжит ли предприятие свою деятельность после завершения процесса разрешения неплатежеспособности, или же будет ликвидировано, а его имущество будет распродано по частям.

Из суммы возвращенных средств при расчете коэффициента возврата вычитаются расходы на обслуживание процесса неплатежеспособности. Такие затраты измеряются в процентах от стоимости имущества должника из расчета 1 цент за каждый 1 % стоимости имущества должника. Финансовые затраты рассчитываются на основе полученных ответов специалистов и включают судебные издержки и обязательные платежи, оплату услуг управляющих по делам о неплатежеспособности (в случае Республики Беларусь – временных (антикризисных) управляющих), аукционеров, оценщиков и юристов, а также прочие платежи и расходы.

В последнюю очередь из суммы возвращенных средств при расчете коэффициента вычитается стоимость, потерянная за то время, пока денежные средства были заблокированы в процессе несостоятельности, включая потери, связанные с обесцениванием основных средств.

Коэффициент возврата средств представляет собой дисконтированную стоимость оставшихся средств, рассчитанную на основе процентных ставок по кредитам по состоянию на конец года согласно базе данных «Международная финансовая статистика» Международного валютного фонда, с использованием данных центральных банков и ресурса «Economist Intelligence Unit».

Прежнее название рассматриваемого индикатора – «Ликвидация предприятий» – несколько лет назад было изменено на современное «Разрешение неплатежеспособности» для того, чтобы более точно отразить его суть. Кроме того, в этом году был введен новый элемент для расчета индикатора «Разрешение неплатежеспособности» – индекс эффективности нормативно-правовой базы, измеряющий адекватность и целостность нормативно-правовой базы, применяемой к процедурам ликвидации и реорганизации предприятий.

Несмотря на то что исходя из названия «индекс эффективности нормативно-правовой базы» данный показатель должен предполагать оценку нормативно-правовой базы, он, тем не менее, имеет непосредственное отношение к экономической стороне разрешения неплатежеспособности, и в частности – к методике экономической оценки несостоятельности (банкротства). Поэтому индекс эффективности нормативно-правовой базы представляет первостепенное значение для оценки экономической стороны несостоятельности (банкротства).

Данный индекс является комплексным показателем, предполагающим оценку эффективности нормативно-правовой базы по:

- индексу открытия производства по делу о несостоятельности;
- индексу управления имуществом должника;
- индексу процедуры реорганизации;
- индексу участия кредиторов.

Каждый из перечисленных индексов в свою очередь также является комплексным показателем [7]. Например, *индекс открытия производства по делу о несостоятельности* предполагает оценку трех компонентов, одним из которых является критерий открытия производства по делу о несостоятельности:

- стране присваивается 1 балл, если используется тест ликвидности, предполагающий оценку способности должника погашать свои обязательства по мере наступления сроков их погашения;
- стране присваивается 0,5 балла, если используется оценка платежеспособности по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности посредством установления того, превышает ли сумма обязательств должника стоимость его активов;
- стране присваивается 1 балл, если могут использоваться оба упомянутых выше теста, но для открытия производства о несостоятельности должны использоваться результаты оценки только по одному из них;
- стране присваивается 0,5 бала, если должны использоваться оба упомянутых выше теста;
- стране присваивается 0 баллов, если применяются другие критерии (стандарты) оценки неплатежеспособности.

Результаты оценки индекса процедуры реорганизации для Беларуси отражает таблица 2, из которой следует, что стране присвоено 2,0 балла из максимально возможных 3,0. По критерию открытия производства по делу о несостоятельности присвоен максимальный 1,0 балл, т.е., как следует из приведенных выше критериев, в Беларуси используется тест ликвидности, предполагающий оценку способности должника погашать свои обязательства по мере наступления сроков их погашения либо могут использоваться оба теста (тест ликвидности и оценка платежеспособности по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности), но для открытия производства о несостоятельности в последнем случае должны использоваться результаты оценки только по одному из них



## Индекс процедуры реорганизации для Беларуси

Критерий (вопрос)	Значение	Сумма баллов
Имеет ли должник право открыть производство по делу о реорганизации или ликвидации	Должник имеет право открыть производство по делу о своей ликвидации (вариант b)	0,5
Имеют ли кредиторы право открыть производство по делу о реорганизации или ликвидации предприятия	Кредиторы имеют право открыть производство по делу о ликвидации должника (вариант b)	0,5
Критерий открытия производства по делу о несостоятельности	Используется тест ликвидности должника (вариант a)*	1,0
Итого		2,0

\*В оригинале: (a) Debtor is generally unable to pay its debts as they mature

Источник: [8].

Таким образом, индекс эффективности нормативно-правовой базы, который является комплексным показателем и представляет собой сумму баллов присвоенных стране в зависимости от значения четырех других показателей (индекса открытия производства по делу о несостоятельности, индекса управления имуществом должника, индекса процедуры реорганизации и индекса прав кредиторов) для Беларуси составит 9,0 из максимально возможных 16 (табл. 3). При этом более высокие значения этого индекса указывают на то, что система разрешения неплатежеспособности создает более благоприятные условия для реабилитации жизнеспособных компаний и ликвидации нежизнеспособных.

Если сравнить национальные значения индикатора «Разрешение неплатежеспособности» с передовыми международными (табл. 3), то можно заметить, что в Беларуси, которая занимает 68 место в рейтинге, кредиторам потребуется около трех лет для удовлетворения своих требований; финансовые затраты на разрешение проблем неплатежеспособности (включая судебные издержки и обязательные платежи, оплату за услуги управляющих по делам о несостоятельности, аукционеров, оценщиков и юристов, а также прочие платежи и расходы), составляет порядка 22,0 % от стоимости имущества кредитора, при этом заявителям требований (кредиторам, налоговым органам и сотрудникам) удастся взыскать с неплатежеспособной компании около 37,3 % с каждого доллара долга. И, как видно из приведенных данных, компания вероятнее всего после завершения процесса неплатежеспособности продолжит свою деятельность, 100 % ее стоимости будет сохранено (для показателя в гр. 6 значение равно 1).

Вследствие изменения методик расчета индикаторов, используемых для построения рейтинга «Ведение бизнеса» и в частности индикатора «Разрешение неплатежеспособности», оценить динамику изменения национальных показателей за ряд лет не представляется возможным (табл. 4). Из приведенных в таблице 3 данных лишь следует, что по оценкам экспертов Всемирного банка и Международного валютного фонда время на разрешение проблем неплатежеспособности сократилось в Беларуси за последние годы с 5,8 до 3-х лет. Финансовые затраты на разрешение проблем неплатежеспособности из года в год остаются на прежнем уровне. Конечным исходом разрешения проблем неплатежеспособности по-прежнему будет продолжение деятельности проблемной компании, а кредиторам удастся вернуть несколько меньше средств по сравнению с тем, что обеспечивала национальная система в 2011-2013 гг. (37,3 % (37,3 цента с каждого доллара долга) по сравнению с максимальным уровнем 2012 г. в 49,6 %).

Интересно также проанализировать позицию Республики Беларусь по индикатору «Разрешение неплатежеспособности» среди стран бывшего СССР для того, чтобы оценить результаты развития национальных институтов экономической несостоятельности (банкротства) (табл. 5).

Как видно из таблицы 5 (в которой из республик бывшего СССР не представлен лишь Туркменистан, а для остальных республик даны современные названия независимых суверенных государств), лидирующее положение в рейтинге имеют страны Балтии, которые вступили на путь рыночных преобразований первыми: 37-е и 40-е место у Эстонии и Латвии соответственно. Литва несколько отстала от лидеров, заняв 67-е место и обогнав лишь на одну позицию Беларусь.

**Актуальные проблемы совершенствования института экономической несостоятельности (банкротства) в Республике Беларусь.** Исследование генезиса современного национального института банкротства, на наш взгляд, позволяет сделать выводы о необходимости решения следующих первоочередных задач [11, 12, 13, 14, 15].

1. Целесообразно изучить методику оценки показателя «Разрешение неплатежеспособности» (Resolving Insolvency) по рейтингу Doing Business Всемирного банка и Международного валютного фонда и обосновать возможные пути и направления повышения рейтинга Республики Беларусь по данному показателю.

2. Следует обосновать возможность гармонизации состава показателей для оценки вероятности банкротства, а также методик их расчета, используя передовой мировой опыт и опыт стран Европейского союза.

3. Необходимо инициировать исследования с целью разработки отечественных моделей оценки вероятности банкротства с привлечением информационных ресурсов и баз данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, Кредитного регистра Национального банка Республики Беларусь, Департамента по санации и банкротству Министерства экономики Республики Беларусь, а также Единого государственного реестра сведений о банкротстве.

4. Целесообразно разработать интегральную методику оценки вероятности банкротства на основе отечественных методик с целью повышения точности и достоверности получаемых прогнозов.

5. Необходимо внести изменения в действующее законодательство и в частности во Временные методические рекомендации по разработке плана финансового оздоровления с целью включения методик оценки вероятности банкротства в качестве обязательных для обоснования разрабатываемых планов санации.

6. Необходимо инициировать научные исследования и подготовку законодательного акта о гарантийном механизме безусловной выплаты заработной платы и возмещения вреда жизни и здоровью работника в случае неплатежеспособности нанимателя. Возможно, предусмотреть внесение изменений в действующее законодательство с целью предоставления льгот, преференций, которые могли бы заинтересовать субъектов предпринимательской деятельности в инициировании дел об экономической несостоятельности и банкротстве как перспективных процедур выхода из кризиса. Также, возможно, предусмотреть создание на государственном или на отраслевом уровне специальных фондов хозяйственного риска, предназначенных для финансирования из бюджетов различного уровня внесудебных процедур банкротства.

Перечисленные выше первоочередные задачи, на наш взгляд, должны способствовать дальнейшему развитию института экономической несостоятельности (банкротства) в Республике Беларусь на основе внедрения передовых достижений современной науки.

Таблица 3

**Десятка стран с наивысшими значениями индикатора «Разрешение неплатежеспособности», включая Беларусь и последнюю позицию в рейтинге на 2015 год**

Страна	Место	Удаленность от «передового рубежа» (% пунктов)	Время (годы)	Стоимость (% от стоимости объекта недвижимости)	Конечный исход процесса (0 баллов для продажи имущества по частям и 1 балл для действующего предприятия)	Коэффициент возврата средств (центы на доллар)	Индекс эффективности нормативно-правовой базы (0-16)
Финляндия	1	93,85	0,9	3,5	1	90,2	14,5
Япония	2	93,74	0,6	3,5	1	92,9	14,0
Германия	3	91,78	1,2	8,0	1	83,4	15,0
США	4	90,12	1,5	8,2	1	80,4	15,0
Республика Корея	5	90,06	1,5	3,5	1	83,1	14,5
Канада	6	89,17	0,8	7,0	1	87,3	13,5
Пуэрто Рико (США)	7	86,37	2,5	8,0	1	73,4	15,0
Норвегия	8	85,62	0,9	1,0	1	92,3	11,5
Дания	9	84,59	1,0	4,0	1	87,5	12,0
Португалия	10	84,19	2,0	9,0	1	72,2	14,5
...	...	...	...	...	...	...	...
Беларусь	68	48,18	3,0	22,0	1	37,3	9,0
...	...	...	...	...	...	...	...
Западный берег р. Иордан и Сектор Газа	189	0,00	практика отсутствует	практика отсутствует	0	практика отсутствует	практика отсутствует

Источник: [9].

Таблица 4

**Изменение общего рейтинга Беларуси и рейтинга по индикатору «Разрешение неплатежеспособности» за 2004-2015 гг.**

Год	Разрешение неплатежеспособности											Место в рейтинге «Ведение бизнеса»	Удаленность от «передового рубежа» в рейтинге «Ведение бизнеса»	
	место	удаленность от «передового рубежа»	время	стоимость	конечный исход процесса	коэффициент возврата средств	индекс открытия производства по делу о несостоятельности (0-3)	индекс управления имуществом должника (0-6)	индекс процедуры реорганизации (0-3)	индекс прав кредиторов (0-4)	индекс эффективности нормативно-правовой базы (0-16)			
DB2004	..	13,69	5,8	22,0	..	12,7	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2005	..	16,4	5,8	22,0	..	15,2	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2006	..	23,05	5,8	22,0	..	21,4	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2007	..	34,06	5,8	22,0	..	31,6	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2008	..	35,54	5,8	22,0	..	33,0	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2009	..	35,8	5,8	22,0	..	33,3	..	..	..	..	..	..	..	..
DB2010	..	35,8	5,8	22,0	..	33,3	..	..	..	..	..	..	..	54,36
DB2011	..	48,57	3,0	22,0	..	45,1	..	..	..	..	..	..	..	56,86
DB2012	..	53,34	3,0	22,0	1	49,6	..	..	..	..	..	..	..	62,02
DB2013	..	46,29	3,0	22,0	1	43,0	..	..	..	..	..	..	..	64,97
DB2014	66	48	3,0	22,0	1	36,9	..	..	..	..	9,0	57	..	67,08
DB2015	68	48,18	3,0	22,0	1	37,3	2,0	5,5	0,5	1,0	9,0	57	..	68,26

Источник: [10].

Таблица 5

**Рейтинг стран бывшего СССР на 2015 год по индикатору «Разрешение неплатежеспособности»**

Страна	Разрешение неплатежеспособности											Мест в рейтинге «Ведение бизнеса»	Удаленность от «передового рубежа» в рейтинге «Ведение бизнеса»	
	место	удаленность от «передового рубежа»	время	стоимость	конечный исход процесса	коэффициент возврата средств	индекс открытия производства по делу о несостоятельности (0-3)	индекс управления имуществом должника (0-6)	индекс процедуры реорганизации (0-3)	индекс прав кредиторов (0-4)	индекс эффективности нормативно-правовой базы (0-16)			
Эстония	37	64,92	3,0	9,0	0	39,3	2,5	5,5	2,0	4,0	14,0	17	..	78,84
Латвия	40	63,42	1,5	10,0	0	48,2	2,5	5,0	2,5	2,0	12,0	23	..	76,73
Молдова	58	53,32	2,8	15,0	0	29,4	2,5	4,0	2,5	3,0	12,0	63	..	66,60
Казахстан	63	51,45	1,5	15,0	0	43,3	2,5	4,0	0,5	2,0	9,0	77	..	64,59
Российская Федерация	65	49,69	2,0	9,0	0	43,0	2,5	3,5	0,5	2,0	8,5	62	..	66,66
Литва	67	48,47	2,3	10,0	0	43,6	2,5	4,0	0,5	1,0	8,0	24	..	76,31
Беларусь	68	48,18	3,0	22,0	1	37,3	2,0	5,5	0,5	1,0	9,0	57	..	68,26
Армения	69	48,14	1,9	11,0	0	37,2	3,0	2,0	3,0	1,0	9,0	45	..	70,60
Узбекистан	77	46,45	2,0	10,0	0	39,9	2,5	3,0	0,5	2,0	8,0	141	..	54,26
Азербайджан	94	43,02	1,5	12,0	0	39,3	2,5	3,0	0,5	1,0	7,0	80	..	64,08
Грузия	122	36,48	2,0	10,0	0	38,7	1,5	2,5	0,0	1,0	5,0	15	..	79,46
Украина	142	31,17	2,9	42,0	0	8,6	3,0	4,0	0,5	1,0	8,5	96	..	61,52
Таджикистан	149	29,26	1,7	9,0	0	36,9	1,5	1,0	0,5	0,0	3,0	166	..	48,57
Кыргызстан	157	24,38	4,0	15,0	0	19,2	3,0	0,0	1,5	0,0	4,5	102	..	60,74

Источник: [10].

## Список использованных источников

1. Справка по делам об экономической несостоятельности (банкротстве), находящимся в производстве экономических судов в период с 01.02.2015 по 01.03.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://court.by/online-help/bankr\\_inf/](http://court.by/online-help/bankr_inf/). – Дата доступа: 11.03.2015.
2. Методология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/methodology>. – Дата доступа: 11.03.2015.
3. Королев, Ю. Ю. Применение индикатора «Разрешение проблем неплатежеспособности предприятий» рейтинга Doing Business для оценки эффективности банкротства. Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10–11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю. Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – 1 электрон. опт. диск. – С. 171–173.
4. Королев, Ю. Ю. Регулирование процессов банкротства и санации: внедрение международных норм в Беларуси / Ю. Ю. Королев // Новая экономика. – № 1 (163). – 2014. – С. 163–170.
5. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Респ. Беларусь, 13 июля 2012 г. № 415-3 // Нац. Правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – 24.07.2012. – 2/1967.
6. Благоприятность условий ведения бизнеса. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus> – Дата доступа: 11.03.2015.
7. Методология. Разрешение неплатежеспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/methodology/resolving-insolvency>. – Дата доступа: 11.03.2015.
8. Разрешение неплатежеспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus#resolving-insolvency>. – Дата доступа: 11.03.2015.
9. Разрешение неплатежеспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploretopics/resolving-insolvency>. – Дата доступа: 11.03.2015.
10. Ретроспективные данные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/customquery>. – Дата доступа: 11.03.2015.
11. Королев, Ю. Ю. Гармонизация экономических отношений в сфере регулирования процессов банкротства и санации в Республике Беларусь / Ю. Ю. Королев // Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности. – 2014 – № 1 (005). – С. 12–19.
12. Королев, Ю. Ю. Гармонизация экономических отношений в сфере регулирования процессов банкротства: белорусский опыт, проблемы и перспективы. Финансовые центры в мировой системе = The Financial Centres: Travelling Around the World : материалы Международной научно-практической конференции. 6 сентября – 4 октября 2013 г. / под ред. М. И. Ермиловой. – Москва : ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2014. – С. 44–55.
13. Королев, Ю. Ю. Количественные методы оценки вероятности банкротства. Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: материалы XV Междунар. науч. Конф. (Минск, 23-24 окт. 2014 г.). В 3 т. Т. 3 / редкол.: А. В. Червяков [ и др.]. – Минск : НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь, 2014. – С. 227–228.
14. Королев, Ю. Ю. Перспективные задачи совершенствования института банкротства в Республике Беларусь. Ключевые факторы и актуальные направления постиндустриального развития экономики Беларуси: Материалы Международной научно-практической конференции (24-25 апреля 2014 г. г. Минск) / Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2014. – С. 118–120.
15. Королев, Ю. Ю. Соотношение категорий ликвидности и платежеспособности в контексте аналитической оценки вероятности банкротства. Экономический вестник ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий ГПУ имени Григория Сковороды». Выпуск 22/2. – Переяслав-Хмельницкий – 2014. – С. 344–349.

## АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПОЛЬШЕ: НОВОЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

**Иоанна К. Кочар**

**Joanna Koszar**

доктор экономических наук

*Экономический университет во Вроцлаве*

*Вроцлав, Польша*

### Введение

Аутсорсинг – это «возможность использования независимых внешних организаций, как поставщиков определённых видов товаров и услуг вместо того, чтобы развивать эти направления деятельности внутри организации» от англ. *out sources using* – использование внешних источников или *outside resources using* – использование внешних ресурсов [3].

На самых ранних стадиях развития аутсорсинг был связан с передачей внешним организациям простых функций, являющихся для большинства организаций вспомогательными или второстепенными, таких как, например, приготовление пищи для работников или услуги по охране [1]. Теперь, благодаря инновациям в сфере услуг [13] и развитию информационных технологий, нет никаких ограничений по использованию аутсорсинга.

В современной практике можно найти примеры аутсорсинга в сфере управления организацией, финансового менеджмента, маркетинга, управления человеческими ресурсами или качеством, бизнес-планирования, инвестиций, организации бизнеса, внутреннего контроля, юридического обслуживания, организации делопроизводства и, естественно, бухгалтерского учета [13].

Что представляет собой аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учета? Аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учета предполагает передачу в любой момент организацией, действующей в соответствии с законом о бухгалтерском учете, ведения бухгалтерского учета как комплекса специальных взаимосвязанных процедур и элементов, сторонней организации.

В польской практике, чаще всего в связи с аутсорсингом бухгалтерского учета используется термин «услуги ведения регистров бухгалтерского учета». Однако нельзя забывать, что аутсорсинг имеет отношение не только к ведению бухгалтерских регистров, но может предполагать организацию учёта труда и заработной платы, кадрового учета, хранения документов, проведение инвентаризаций или подготовку бухгалтерской (финансовой) отчётности.

Социально-экономические перемены и новое законодательство стало причиной того, что в Польше с 90-х годов прошлого века начал стремительно развиваться малый и средний бизнес (МСБ). Анализ результатов этого развития позволяет сделать вывод о том, что, не смотря на то, что вначале этого процесса МСБ был незначительным и исполнял роль своего рода «противовеса» для государственных крупных предприятий, в настоящее время МСБ рассматривается как важная составная часть экономики. Это касается как количества организаций, относящихся к этому сектору, так и суммы ВВП, которая производится в этом секторе.

Число организаций, относящихся к сектору малого и среднего бизнеса, росло из года в год, достигнув к 2008 году 1670 тысяч активных компаний, входящих в этот сектор. По числу субъектов МСБ Польша заняла шестое место в Европе [4]. Развитие малых и средних предприятий базируется, как и прежде, на использовании собственного капитала предпринимателей, и чаще всего – на их личном труде. Именно для организаций сектора МСБ аутсорсинг бухгалтерского учета является востребованной и необходимой услугой.

## **1. Аутсорсинг бухгалтерского учёта в польском законодательстве**

В польской практике аутсорсинг бухгалтерского учёта является одним из немногих примеров, которые регулируются законодательно [9]. Законом определяется, какие условия должны соблюдаться для передачи ведения бухгалтерского учета внешней организации. В соответствии с законом, организация может передать ведение бухгалтерского учета внешней организации при соблюдении следующих условий:

- ведение бухгалтерского учета будет передано организации, которая является поставщиком таких услуг;
- уведомления о новом месте ведения учета должно быть направлено налоговой инспекции в течение 15 дней после передачи услуг по ведению бухгалтерского учета на аутсорсинг;
- обеспечение доступа к регистрам бухгалтерского учета и первичным документам органам внешнего контроля и надзора в месте ведения бухгалтерского учета или в ином другом месте по согласованию с этими органами.

Надо отметить, что возможностями аутсорсинга по ведению бухгалтерского учета в комплексе или отдельных видов бухгалтерских процедур пользуются различные организации, в том числе многие организации сектора малых, средних и микро организаций (сектора МСБ). Такое положение дел является естественным следствием того, что в польских условиях на подобные организации уже в течение нескольких лет приходится более 99 % от общего количества всех коммерческих организаций, обеспечивающих занятость 66 % всего трудоспособного населения, и только 0,8 % этих компаний, в соответствии с европейской классификацией, являются средними (численность работников более 50 человек) (табл. 1).

**Классификация организаций, являющихся субъектами малого и среднего бизнеса по польскому законодательству**

Субъект	В течение минимум одного из двух последних отчетных лет:	
	среднегодовая численность занятых	годовая сумма прибыли от реализации и финансовых операций или размер собственных активов
Микро предприятие	до 10 человек	до 2 млн евро
Малое предприятие	до 50 человек	до 10 млн евро
Среднее предприятие	до 250 человек	прибыль до 50 млн евро или сумма собственных активов до 43 млн евро

*Источник:* собственная разработка на основе Закона от 2 июля 2004 года «О свободе экономической деятельности» 2004.173.1807, ст. 104–106 [12]

Обязательства по ведению бухгалтерского учета на малых и средних предприятиях возникают в связи с их организационно-правовой формой, либо если их доход превышает определенный законодательством размер в 1 200 000 евро (в пересчете на польские злотые).

Надо отметить, что некоторые организации принимают решение о добровольном переходе от ведения обязательного налогового учета на ведение в добровольном порядке бухгалтерского учета, что чаще всего связано с необходимостью усиления финансового контроля над имуществом организации.

Организации сектора МСБ, принимающие решение об аутсорсинге бухгалтерского учета, ожидают от него многих преимуществ, включая в том числе, снижения затрат на ведение бизнеса и передачу ответственности в области налогового и бухгалтерского законодательства внешней организации.

Необходимо отметить, что первое из этих преимуществ (выгод) естественно доступно. Организации могут рассчитывать на снижение затрат вследствие более низкой стоимости ведения учета внешними организациями по сравнению с затратами на оплату труда штатных бухгалтеров (на что указывают многочисленные исследования). Однако реализация второго преимущества практически невозможна.

Согласно польскому законодательству, руководитель организации несет ответственность за:

- организацию бухгалтерского учета даже в случае передачи его ведения в соответствии с договором другим лицам (директор продолжает нести ответственность за контроль над бухгалтерским учетом);
- проведение инвентаризаций;
- определение учетной политики;
- подготовку и, если это предусмотрено законом, предоставление финансовой отчетности для проведения аудита в установленные сроки, а также за обеспечение соблюдения требований закона о бухгалтерском учете в части подготовки и представления бухгалтерской (финансовой) отчетности контролирующим органам.

Польский закон о бухгалтерском учете детально регламентирует разделение обязанностей и ответственности между бухгалтером и руководителем организации. Таким образом, ведение бухгалтерского учета внешней организацией не освобождает руководителя от ответственности за выполнение обязанностей в соответствии с законом о бухгалтерском учёте. Эта ответственность может быть возложена на организацию, оказывающую услуги по ведению учета, лишь частично (так же, как и в случае ведения учета штатным бухгалтером, занятым непосредственно в данной организации).

Передача и возложение ответственности по ведению бухгалтерского учета на стороннее лицо требует письменного подтверждения о принятии этой ответственности данным лицом, что должно быть зафиксировано в договоре аутсорсинга, заключенным между заказчиком и подрядчиком [2].

Договор на оказание аутсорсинговых услуг по ведению бухгалтерского учета в соответствии с польским законодательством включен в перечень договоров, содержание которых жестко не регламентировано и, таким образом, подобные договора могут быть составлены в любой форме. Но, с другой стороны, это позволяет сторонам очень точно определить условия такого договора. Однако в реальной национальной практике договоры на оказание аутсорсинговых услуг по ведению бухгалтерского учета часто определяют права, обязанности и ответственность сторон в самых общих чертах, что приводит к конфликтам сторон.

Следует подчеркнуть, что заключение договоров, содержание которых жестко не регламентировано, относится, в основном, к организациям сектора МСБ (особенно малым и микро предприятиям) [2]. В случае крупных компаний, которые пользуются аутсорсинговыми услугами по ведению бухгалтерского учета, договоры по аутсорсингу бухгалтерского учета, как правило, формулируются с высокой степенью детализации [5].

Дополнительной проблемой является ответственность за ведение налогового учета. Ведение регистров бухгалтерского учета с точки зрения требований польского налогового законодательства, является обязательным. Передача ведения регистров бухгалтерского учета внешней организации по договору аутсорсинга

не освобождает организации, как налогоплательщиков, от ответственности за их надлежащее ведение и правильное исчисление налогов [10]. Ответственность внешней организации (на основании Налогового кодекса) ограничивается до ответственности лиц, ведущих такой учет [10]. Таким образом, и в этом случае, при определении виновных в нарушении требований налогового законодательства, помогают точно сформулированные условия договора, заключенного между заказчиком и исполнителем.

Таким образом, аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учета дает возможность уменьшить расходы, повысить эффективность организации, обеспечивает привлечение высококвалифицированных специалистов, но не освобождает от ответственности за правильность, полноту и качество ведения бухгалтерского и налогового учета. Если же основой для принятия решения о переходе на аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учета является лишь желание руководителей организаций передать свою ответственность аутсорсинговой компании, то таким руководителям следует пересмотреть свое решение.

## **2. Правовая основа аутсорсинга услуг по ведению бухгалтерского учета**

Польша является страной, в которой, начиная с 90-х годов, ведение бухгалтерского учета по договорам аутсорсинга законодательно регулировалось различными правовыми актами, начиная с распоряжений Министра финансов Польши, а позже – правовыми актами на уровне законов.

Впервые возможность аутсорсинга услуг по ведению бухгалтерского учета появилась у польских организаций в 1991 году, когда Министром финансов было издано постановление от 15 января 1991 г. «О правилах ведения бухгалтерского учёта». Пунктом 4.4 указанного постановления предусматривалось, что «регистры бухгалтерского учёта могут вестись не по основному месту деятельности организации, если руководитель поручил их ведение физическому или юридическому лицу, которое предоставляет услуги в области бухгалтерского учёта» [6]. Данная норма законодательно была закреплена в Законе о бухгалтерском учете от 29 сентября 1994 года. В последующие годы, в Закон о бухгалтерском учете вносились многочисленные изменения и дополнения, касающиеся аутсорсинга услуг по ведению бухгалтерского учета.

Наряду с установленной законодательно возможностью передачи на аутсорсинг внешней организации ведения бухгалтерского учета разрабатывались инструктивные материалы, регулирующие оказание таких услуг. Первое постановление Министра финансов Польши о квалификационных и других требованиях в части аутсорсинга услуг по ведению бухгалтерского учета было принято в 1994 г. [7]. В последствие, вплоть до принятия нового постановления, в этот нормативный документ трижды вносились изменения и дополнения [8].

В то же время возможность оказания услуг по ведению бухгалтерского учета была предоставлена налоговым консультантам и аудиторам в соответствии с Законом о налоговых консультантах и Законом об аудиторской деятельности и их самоуправлении.

Позже постановления Министра финансов заменили дополнения, внесенные в главу 8а Закон о бухгалтерском учёте. Указанной главой были определены все требования, предъявляемые к лицам, которые осуществляют аутсорсинг услуг по ведению бухгалтерского учета. В Законе о бухгалтерском учете были определены требования к квалификации и профессиональному опыту бухгалтеров, работающих на условиях аутсорсинга, а также возможность получения кандидатами государственного сертификата на ведение бухгалтерского учета после сдачи государственного экзамена. Также закон регулировал обязанности по заключению договоров страхования гражданской ответственности и перечень правонарушений, совершение которых не позволяло кандидату оказывать подобные услуги. Эта глава неоднократно изменялась, но целью вводимых изменений было обеспечение высокого профессионального уровня оказания таких услуг.

Все изменилось в 2014 году, после вступления в силу Закона об облегчении доступа к определенным регулируемым профессиям, который изменил процедуру сертификации бухгалтеров [11]. В следствие принятия данного закона глава 8а Закона о бухгалтерском учете была сокращена, поскольку в настоящее время всякий, кто:

- обладает полной дееспособностью;
- не был осужден за определенные виды правонарушений, такие как подлог документов, преступления против собственности, незаконный оборот валюты и ценных бумаг, нарушение налогового законодательства и иные преступления, указанные в статье 9 Закона о бухгалтерском учете;
- имеет застрахованную гражданскую ответственность

начиная с 10 августа 2014 г. может вести бухгалтерский учет на условиях договора об оказании услуг по аутсорсингу бухгалтерского учета (включая и налоговый учет), составлять налоговые декларации для клиентов и предоставлять им налоговые консультации.

Лица, оказывающие подобные услуги, не обязаны иметь сертификат Министерства финансов, который до указанной даты давал право осуществлять подобные услуги. Надо отметить, что вместе с перечнем услуг по ведению бухгалтерского учета изменился и перечень услуг, которые ранее оказывали только налоговые консультанты.

Внесение подобных изменений в законодательство преследовало двойную цель: с одной стороны – облегчить доступ к профессиональной деятельности в области бухгалтерского учета, с другой – увеличить число поставщиков бухгалтерских услуг. По мнению специалистов, новое законодательство обеспечивает условия для минимизации рисков, связанных с аутсорсингом услуг по ведению бухгалтерского учета.

На сегодняшний день, после нескольких месяцев действия нового закона, трудно предположить, насколько благотворное влияние окажет новое законодательство на развитие рынка бухгалтерских услуг. Можно лишь надеяться на то, что открытие доступа к профессиональной деятельности в области бухгалтерского учета увеличит количество поставщиков таких услуг, а это повлияет на повышение конкуренции и снизит цены на подобные услуги. Несомненно, это будет полезно для потенциальных клиентов, которые, заключая договор по аутсорсингу услуг ведения бухгалтерского учета, в первую очередь, ожидают снижения своих расходов.

С другой стороны, если такие услуги смогут оказывать и неспециалисты в области бухгалтерского учета, то можно ожидать выхода на рынок этого вида услуг лиц, которые недостаточно подготовлены к ведению подобной деятельности. В свою очередь, последнее обстоятельство может повлиять на качество предоставляемых услуг. Однако здесь надо подчеркнуть, что этот тезис может найти свое подтверждение только через несколько лет, после проведения налоговых проверок. Субъекты сектора МСБ, ведущее бухгалтерский учет, часто не обязаны проходить обязательный ежегодный аудит, поэтому не существует реальной возможности объективно оценить качество ведения учета и подготовленной бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Следует также отметить, что на рынке этих услуг будут по-прежнему вести хозяйственную деятельность лица, которые были ранее сертифицированы на право оказания таких услуг. Данные этих специалистов Министерство финансов будет продолжать публиковать на своем сайте, а полученные сертификаты могут использоваться как подтверждение соответствующего уровня их квалификации и опыта.

Стоит также отметить, что в течение нескольких лет Ассоциация бухгалтеров Польши, старейшая и крупнейшая профессиональная организация, объединяющая специалистов в области бухгалтерского учета, будет развивать добровольную сертификацию бухгалтеров, которая будет обеспечивать после прохождения специальных курсов и сдачи квалификационных экзаменов сертификацию бухгалтеров по четырем уровням профессиональной подготовки.

## **Выводы**

В новых условиях, созданных в соответствии со вступившим в силу законодательством, организации, которые принимают решение об аутсорсинге бухгалтерского и налогового учета, должны при выборе организации, оказывающей услуги по аутсорсингу, руководствоваться уровнем профессиональной компетентности кандидата, его практическим опытом и стажем работы. Таким образом, они могут избежать ошибок, которые в будущем могут привести к серьезным последствиям в соответствии с Законом о бухгалтерском учете и налоговом законодательством.

Оценка же того, каким образом облегчение доступа к профессиональной деятельности в области бухгалтерского учета повлияет на состояние рынка бухгалтерских услуг и на качество оказываемых услуг, к сожалению, возможно будет только через несколько лет.

*перевод: И.К. Кочар*

## **Список использованных источников**

1. Gay Ch.L., Essinger J.: Outsourcing strategiczny, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
2. Koczar, J.: Rachunkowość w warunkach outsourcingu, rozprawa doktorska, Wrocław 2005.
3. Niemczyk J.: Outsourcing, w: Zarządzanie przedsiębiorstwem przyszłości, praca zbiorowa pod red. K. Perechudy, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2000.
4. Raport o stanie sektora MSP w Polsce, Warszawa 2011.
5. Rochowicz P.: Niewinność zapisana w umowie, Rzeczpospolita 264.
6. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 15 stycznia 1991r. w sprawie zasad prowadzenia rachunkowości Dz.U.1991.10.35.
7. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 grudnia 1994 w sprawie kwalifikacji i innych wymagań, których spełnienie uprawnia do usługowego prowadzenia ksiąg rachunkowych, Dz.U.1994.140.790.
8. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 18 lipca 2002 r. w sprawie uprawnień do usługowego prowadzenia ksiąg rachunkowych, Dz.U.2002.120.1022, zmiana opublikowana w: Dz.U.2003 nr 210 poz.2044.
9. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 2013 poz.330.
10. Ustawa z dnia 10 września 1999 r. Kodeks Karny skarbowy, Dz.U.1999.83.930.
11. Ustawa o ułatwieniu dostępu do wykonywania niektórych zawodów regulowanych, Dz.U. 2014.768.
12. Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r, Dz.U. 2004.173.1807.
13. Węgrzyn, G., *Rola sektora usług we współczesnej ekspansji gospodarczej [w:] Innowacyjność w skali mikro i makro*, red. B. Kryk, K. Piech, Warszawa 2009.



## ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

М.Г. Русецкий

канд. экон. наук, доцент

*ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь*

29 мая 2014 года в г. Астане (Казахстан) на заседании Высшего Евразийского экономического совета президентами России, Беларуси и Казахстана (В. В. Путиным, А. Г. Лукашенко и Н. А. Назарбаевым) был подписан Договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), который подвел итог более чем 20-летней истории формирования интеграционного объединения новых независимых государств, образовавшихся в 1991 г. на месте прекратившего свое существование Союза Советских Социалистических Республик [4].

Договор о Евразийском экономическом союзе начал действовать с 1 января 2015 года. В состав ЕАЭС входят страны-основательницы Таможенного союза – Россия, Белоруссия и Казахстан, – а также Армения, которая стала частью ЕАЭС 2 января 2015 года и Киргизия, которая присоединится к союзу в мае 2015 года.

В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных Договором и международными договорами в рамках Союза. Союз осуществляет свою деятельность на основе следующих принципов:

- уважение общепризнанных принципов международного права, включая принципы суверенного равенства государств – членов и их территориальной целостности;
- уважение особенностей политического устройства государств – членов;
- обеспечение взаимовыгодного сотрудничества, равноправия и учета национальных интересов Сторон;
- соблюдение принципов рыночной экономики и добросовестной конкуренции;
- функционирование таможенного союза без изъятий и ограничений после окончания переходных периодов.

Основными целями Союза являются:

- создание условий для стабильного развития экономик государств – членов в интересах повышения жизненного уровня их населения;
- стремление к формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов в рамках Союза;
- всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобальной экономики.

Союз наделяется компетенцией в пределах и объемах, установленных Договором и международными договорами в рамках Союза. Государства – члены осуществляют скоординированную или согласованную политику в пределах и объемах, установленных Договором и международными договорами в рамках Союза. В иных сферах экономики государства – члены стремятся к осуществлению скоординированной или согласованной политики в соответствии с основными принципами и целями Союза [3].

Бюджет Евразийского экономического союза будет формироваться в рублях за счет паевых взносов государств-членов ЕАЭС, размер будет утверждать высший совет, состоящий из президентов стран-участниц. Реализация договора потребует дополнительных бюджетных расходов, которые будут учтены в бюджете на 2015 год и на ближайшие три года.

Рабочим языком союза стал русский. Штаб-квартира Евразийской комиссии будет располагаться в Москве, суд ЕАЭС – в Минске, а финансовый регулятор – в Алма-Ате. [2]

Старт ЕАЭС, подчеркивают в РАН, был осложнен стагнацией взаимных торгово-инвестиционных связей стран-участниц Таможенного союза. В частности, за последние два года их взаимный товарооборот постепенно снижался (в 2014 г. – почти на 11 %), а приток иностранных инвестиций обеспечивал в основном Китай (удвоение за последние четыре года) и США. Среди негативных факторов интеграции в исследовании названа экономическая слабость Армении и Киргизии, а именно – хронический дефицит их внешней торговли, зависимость от денежных переводов трудовых мигрантов, бедность населения, высокая безработица.

Россия, по существу, уже приняла на себя расходы по адаптации экономик Армении и Киргизии к требованиям ЕАЭС (таможенные льготы, финансовая помощь и др.), дополнительно обременяющие стагнирующую российскую экономику. Кроме того, замедление темпов роста экономики России и резкое ослаб-

ление ее валюты в конце 2014 г. уже привели к фактической девальвации валют стран ЕАЭС (кроме Казахстана) и торможению интеграционных процессов в целом (вплоть до введения Беларусью таможенных постов на российской границе и требования перевода взаимных расчетов на доллары и евро). Эти процессы будут негативно влиять на развитие ЕАЭС и в 2015 году [1].

Есть ли у Евразийского экономического союза шансы со временем превратиться в аналог Европейского союза или его ждет судьба других неудачных интеграционных проектов СНГ? ЕАЭС предполагает необходимость делегирования части экономического суверенитета наднациональным структурам, что пока весьма болезненно воспринимается лидерами объединения, включая Россию. Никто не хочет поступиться принципами национального суверенитета. Пример участников ЕС, добровольно и по взаимному согласию идущих на тесную интеграцию в финансово-валютной, экономической, военной и прочих сферах, отказываясь при этом от ряда национальных прерогатив, пока не вдохновляет участников ЕАЭС.

Правда, настороженность и недоверие ряда стран СНГ к более тесной интеграции с Россией оправданы многолетней имперской и советской историей, а также опасениями, что экономическая интеграция неизбежно приведет к потере политического суверенитета. Тем не менее в современном мире не обойтись без глубокой экономической интеграции, и если Россия действительно настроена на долгосрочное сотрудничество с бывшими республиками, то ей необходимо доказать, что проект ЕАЭС – это совершенно новый тип интеграции постсоветских государств, основанный на нерушимости их политического суверенитета, территориальной целостности, общности истории, языка, культуры, менталитета, равенстве партнеров, исключая давление и доминирование Москвы. Некоторые решения могут противоречить интересам той или иной стороны и каждая страна-участница при несогласии должна иметь возможность заблокировать любое решение. Это серьезный импульс экономической интеграции. [5]

Договор о создании ЕАЭС предусматривает возможность оказания услуг на территории государств-участников объединения без регистрации юридического лица, что позволяет вести бизнес в других странах союза с помощью создания филиалов или дистанционно. Кроме того, на всей территории ЕАЭС теперь будут признаваться выданные в одном из государств союза лицензии и другие разрешительные документы. Все граждане стран ЕАЭС в настоящее время пользуются равными правами и возможностями в плане устройства на работу в любой из стран союза, что повышает мобильность рабочей силы. Кроме того, в рамках союзного договора обеспечено взаимное признание дипломов по всем видам профессий, кроме фармацевтики, медицины, юриспруденции и педагогики, которые имеют наиболее сильную специфику.

Граждане одного из союзных государств, работающие на территории другого, будут платить налоги по льготной ставке 13 %, тогда как российское законодательство, например, предусматривает налогообложение нерезидентов (иностранцев граждан) в размере 30 %. Кроме того, граждане ЕАЭС на всей территории союза получают доступ к социальной инфраструктуре, включая медицинское обеспечение. Либерализация миграционного режима внутри ЕАЭС происходит одновременно с ужесточением миграционной политики России. С января граждане стран СНГ, с которыми у РФ существует безвизовый режим, должны в обязательном порядке получать патент для работы, причем находиться в России они могут лишь 90 суток в течение полугода. Тем же, кто нарушает миграционный режим и превышает разрешенный срок пребывания, въезд на территорию РФ может быть запрещен уже не на три, а сразу на 10 лет.

Тем самым граждане стран ЕАЭС оказались в привилегированном положении по сравнению с жителями других стран СНГ. Так, граждане Армении, которая со 2 января стала полноправным членом Евразийского союза, оказались фактически приравнены к гражданам РФ в плане трудоустройства. «Помимо освобождения от постановки на миграционный учет в течение 30 дней на основании двустороннего российско-армянского соглашения, граждане Армении фактически приравнены в праве на работу к гражданам России.

Разрешение на трудовую деятельность гражданам Армении теперь не требуется. При въезде на территорию РФ по загранпаспортам граждане Армении освобождены от необходимости заполнять миграционную карту при условии, что срок их пребывания не превышает 30 суток. В случае же устройства на работу они могут находиться в России на протяжении всего срока действия трудового договора, заключенного ими с работодателем.

Понятно, что прочие страны СНГ, которые участниками ЕАЭС не являются, но находятся в сильной зависимости от трудовой миграции в РФ, таких льгот не получают. С 1 мая участником объединения должна стать Киргизия, граждане которой также широко представлены среди трудовых мигрантов.

Аналитики прогнозируют значительное сокращение числа трудовых мигрантов из Узбекистана, лидирующего по числу гастарбайтеров, и Таджикистана. Ни одна из этих двух стран членами ЕАЭС не является.

В аналогичном положении находится Украина, которая с 1 января приравнена к прочим странам СНГ, у которых с Россией существует безвизовый режим. Однако в условиях гражданской войны и глубокого экономического кризиса, принято решение пойти навстречу гражданам Украины и отложить вопрос об их въезде в Россию только по заграничным паспортам. Они въезжают по внутренним паспортам, но для их пребывания, для осуществления трудовой деятельности теперь необходимо приобретать патент.

В других отраслях и сегментах экономики общие рынки также будут создаваться не сразу. Так, в 2016 г. планируется создать единый рынок лекарственных средств и медицинских изделий, в 2019 г. – единый

рынок электроэнергии, к 2025 г. – единый регулятор финансовых рынков, который будет расположен в Алматы. Наиболее проблематичным является создание общего рынка газа, нефти и нефтепродуктов, который в настоящее время нормами ЕАЭС не регулируется, относясь к так называемым изъятиям из режима свободной торговли. Дело в том, что Россия и Казахстан, как нефтедобывающие государства, в либерализации торговли нефтегазовыми ресурсами не заинтересованы, так как это грозит большими финансовыми потерями для бюджета. Белоруссия же, не имеющая своих запасов углеводородов, напротив, активно настаивает на создании единого рынка энергоносителей. Противоречия в этой сфере были урегулированы отдельным российско-белорусским соглашением, предоставившим Минску значительную часть пошлин от экспорта нефти. Тем не менее сама по себе проблема формирования единого нефтегазового рынка остается одним из ключевых вопросов создания ЕАЭС [6].

Заметное влияние на интеграционные процессы оказывает и украинский кризис, сопровождавшийся взаимным наложением Россией и ЕС экономических санкций. В результате у РФ стали возникать проблемы с Белоруссией, через территорию которой пошел поток «серого» импорта из Украины и стран ЕС. Тем не менее А. Лукашенко, к которому с 1 января перешло председательство в ЕАЭС, в обращении к главам союзных государств подчеркнул приверженность принципам евразийской интеграции и выразил надежду на скорейшую ликвидацию всех ограничений режима свободной торговли.

### Список использованных источников

1. Режим доступа: <http://www.ras.ru/>
2. Евразийский экономический союз начал действовать [Электронный ресурс] URL: <http://www.tvc.ru/news/show/id/58715>
3. Евразийский экономический союз. Вопросы и ответы. Цифры и факты. – М., 2014. – 216 с.
4. Капустин, А. Я. Договор о Евразийском экономическом союзе – новая страница правового развития евразийской интеграции / А. Я. Капустин // Журнал российского права, 2014. – № 12 (216). – С. 98–107.
5. Метцель, М. Путин подписал закон о ратификации договора о создании ЕАЭС [Электронный ресурс] / М. Метцель. – Режим доступа: <http://itar-tass.com/politika/1484891>
6. Русецкий, М. Г. Формирование Евразийского экономического союза: экономические аспекты / М. Г. Русецкий // Финансовый бизнес, 2014. – № 6 (173). – С. 2224.
7. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

## НЕОБХОДИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ПЕРЕСТРАХОВАНИЯ

**Е.В. Третяк,**

аспирантка кафедры страхования

*Государственное высшее учебное заведение*

*«Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев*

Развитие рыночных отношений в сегодняшних условиях вызывает значительную необходимость обеспечения функционирования страховых компаний в качестве защитного фактора, особенно в такой ситуации, когда государство переживает не лучшие времена. Наиболее действенным и эффективным методом обеспечения финансовой устойчивости страховых компаний является перестрахование, которое выступает необходимой составляющей страхового рынка. И именно поэтому, с развитием мирового и отечественного перестраховочного рынка все большую актуальность приобретает вопрос о надежности перестраховочных операций и оценке платежеспособности перестраховщиков.

Главной причиной контроля и регулирования рынка перестрахования является обеспечение защиты интересов страхователей и уменьшение случаев неплатежеспособности перестраховщиков, ведь страхователи не являются профессиональными участниками рынка страховых услуг. На уровне перестраховочных отношений речь идет о двух сторонах, страховщике и перестраховщике, которые являются профессионалами в своей деятельности. Из этого вытекают особенности регулирования перестраховочной деятельности.

В случае отсутствия необходимого регулирования рынок перестрахования не будет работать должным образом, что может привести к неадекватным изменениям тарифов на услуги по перестрахованию. Именно поэтому, можно утверждать, что надзор за перестраховочной деятельностью проводится в интересах экономической безопасности.

Как известно, государственное регулирование рынка перестрахования – это совокупность методов и приемов для упорядочения деятельности участников перестраховочного рынка, а также взаимоотношения

между ними путем установления государством определенных требований и правил для поддержания равновесия взаимных интересов всех сторон.

Большинство исследователей считает, что договоры страхования и перестрахования имеют существенные различия, в частности: предмет договора перестрахования, субъекты перестраховочной деятельности, момент наступления страхового случая, оплата договоров. И именно поэтому, перестраховочные отношения нецелесообразно подчинять общим правилам страхования.

Существует два основных подхода, которые регламентируют регулирование деятельности перестраховщиков. Первый подход предполагает государственный надзор, а второй, в свою очередь, полное его отсутствие. Подход, который не предусматривает государственного контроля за деятельностью перестраховщиков, характеризуется профессионализмом самих перестраховочных компаний, поскольку стороны, заключающие договор, должны быть специалистами в своем деле и экономически независимыми организациями, которые не требуют специальной защиты со стороны государства в отличие от страхователей, имеющих дело со страховщиками.

Что касается Украины, то здесь используется такой подход, при котором страховщики и перестраховщики в равной степени подпадают страховому регулированию.

Регулирование перестраховочных отношений – важное направление работы государственных органов. И хотя в Украине отсутствует конкретный законодательный акт, непосредственно регламентирующий взаимоотношения на рынке перестрахования, государство влияет на эти отношения через ряд других нормативно-правовых документов.

Как отмечает К. Семенова, «Конституция Украины (ст.116) определяет главные нормы правового регулирования страховой деятельности, которая рассматривается как составная часть финансовой политики государства» [7].

Основным законом, который определяет правовые рамки деятельности институтов рынка перестрахования, является Закон Украины «О страховании». Что касается договорных отношений участников рынка перестрахования, то они подчиняются нормам гражданского законодательства, где даже содержится отдельная статья «Договор перестрахования». Однако, как отмечает Ольга Кнейслер, «этот документ частично дублирует закон «О страховании» и не охватывает весь спектр перестраховочных отношений, не раскрывает основные позиции перестраховочного процесса» [2].

Нацкомфинуслуг является уполномоченным органом в сфере перестрахования. Среди его основных функций целесообразно выделить следующие: осуществление лицензирования деятельности страховщиков; принятие решения о регистрации страховщиков и внесение их в Единый государственный реестр страховщиков (перестраховщиков); ведения государственного реестра перестраховочных брокеров; контроль за соблюдением требований законодательных и нормативно-правовых актов по вопросам перестраховочной деятельности; разработка методических и нормативных документов по перестрахованию [5].

Особенностью страхового законодательства Украины является то, что отдельной лицензии на осуществление перестраховочной деятельности не существует, а разрешается осуществлять операции по перестрахованию только по тем видам страхования, на проведение которых они имеют лицензию на страховую деятельность. Это обусловлено начальным этапом развития перестраховочного рынка.

Кроме вышеупомянутых методов государственного регулирования перестраховочного рынка в Украине, Международная ассоциация органов страхового надзора (IAIS) разработала ряд минимально необходимых принципов, которые должны быть задействованы в работе надзорных органов в государстве, в котором осуществляет свою хозяйственную деятельность перестраховщик [3]. К таким принципам относятся:

- 1) регулирование и осуществление надзора за техническими резервами перестраховщика, инвестициями и ликвидностью, требованиями к капиталу, а также политика и процедуры для обеспечения эффективного корпоративного управления, должна отражаться характеристика перестраховочного бизнеса, системы обмена информацией между надзорными органами;
- 2) регулирование и надзор за организационно-правовыми формами юридических лиц, лицензирование и возможность отзыва лицензии, тестирование на соответствие, изменение контроля, взаимоотношения в объединении перестраховщиков, надзор за всеми видами деятельности, проверки на местах, выездные проверки, санкции, внутренний контроль и аудит.

К тому же, А.С. Боженко выделил основные положения стандартов Международной ассоциации органов страхового надзора за перестраховщиками, среди которых [1]:

- обязательность государственного страхового надзора за финансовой устойчивостью и платежеспособностью страховщика, в том числе за обоснованностью формирования страховых резервов с учетом особенностей перестраховочного покрытия;
- обязательность государственного лицензирования в случае осуществления профессиональной перестраховочной деятельности;
- обязательность государственного надзора за достаточностью капитала перестраховщика с учетом подверженности рискам перестраховочной деятельности;

- обязательность надзора за системой, структурой управления перестраховщиком и конкретными лицами, которые осуществляют управление деятельностью перестраховщика.

Рассматривая современные условия, стоит отметить, что в нашем государстве повышаются нормативные требования по осуществлению перестрахования у перестраховщика-нерезидента. Вообще, перестрахование рисков за пределами страны не дает возможности осуществлять контроль за деятельностью перестраховщиков-нерезидентов со стороны государственных надзорных органов. Поэтому, в Украине были введены определенные требования к перестрахованию рисков у нерезидентов, указанные в п.2 Постановления Кабинета Министров Украины «Об утверждении порядка и требований относительно осуществления перестрахования у страховщика (перестраховщика) нерезидента» от 4 февраля 2004 г. [6].

Государственные органы считают, что такое перестрахование по своей сути является оттоком денег (в виде перестраховочных премий) из страны, и поэтому необходимо устанавливать механизм эффективного использования потенциала национального страхового рынка, то есть исключать передачу в перестрахование за рубеж рисков в случаях, когда для этого нет экономической необходимости. Договоры перестрахования целесообразно заключать с иностранными перестраховщиками только в тех случаях, когда невозможно их заключение с отечественными компаниями.

Страховщики же имеют другую точку зрения. Они считают, что во внимание должно быть принято не только отток валюты, но также и следующее ее возвращение в виде оплаты убытков.

Важным для рассмотрения данного вопроса является изучение зарубежного опыта. Во многих странах существуют различные подходы к регулированию перестраховочной деятельности. В Великобритании, Финляндии, Дании, Люксембурге и Португалии законодательство регулирует как деятельность перестраховщиков, так и деятельность прямых страховщиков.

В противовес данному методу, в таких странах как Бельгия, Ирландия и Греция, где вообще не существует положений, регламентирующих процедуру надзора и контроля за деятельностью перестраховщиков. Нейтральное положение занимают такие страны как Испания, Италия, Швеция и Австрия, ведь в этих государствах надзор за деятельностью перестраховочных компаний строже, чем в Германии, Голландии и Франции. В то же время, что касается требований, регулирующих платежеспособность перестраховочных компаний, то в Германии, Австрии, Италии, Голландии, Франции, Греции, Бельгии и Ирландии – они отсутствуют вообще [4].

Вышесказанное свидетельствует, что существует ряд различий в подходах к организации процесса регулирования и надзора за перестраховочной деятельностью, что является фактором влияния на развитие и функционирование самого рынка.

В целом политика регулирования перестраховочной деятельности должна основываться на реализации принципа «свободы перестрахования». Перестраховочные отношения могут эффективно развиваться только тогда, когда отсутствуют ограничения, по крайней мере, в трех сферах: заключение договора, перевод платежей и возмещений, а также размещение собственных средств. Равновесие трех вышеприведенных принципов создает надежную основу для эффективного развития перестрахования в стране. Любые попытки ограничений при жестком регулировании могут существенно влиять на качество и готовность предоставления перестраховочной защиты.

Подводя итог, необходимо отметить, что регулирование перестраховочных отношений – ответственное направление работы государственных органов, поскольку от того, насколько организационно-правовые усилия основываются на потребностях страхового общества, во многом зависит развитие не только страхового общества, но и государства. Поэтому вмешательство государства в рыночный механизм должен быть очень осторожным. Наиболее приемлемым будет путь, когда государство, обеспечивая принцип свободы перестрахования, будет создавать такие условия, которые оптимально будут сочетать защиту отечественного страховщика, перестраховщика и возможности использования преимуществ мирового опыта, что именно и достигается при работе с иностранными перестраховщиками.

#### **Список использованных источников**

1. Боженко, А. С. Современные аспекты и перспективы развития надзора за перестраховочной деятельностью страховщиков [Электронный ресурс] / А. С. Боженко. – Режим доступа: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10268/5/BozhenkoA.S..pdf>. – Дата доступа: 19.03.2015.
2. Кнейслер, О. В. Государственное регулирование рынка перестрахования / О.В. Кнейслер // Вестник КНТЭУ. – 2012. – №4. – С. 46–53.
3. Контрольный стандарт IAIS №8: «Осуществление надзора за перестраховщиками» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://re-insurance.com.ua/standarts/247>. – Дата доступа: 19.03.2015.
4. Мун, Д. В. Перестраховочные рынки Европейского Союза: анализ тенденций развития / Д. В. Мун // Страховое дело. 2005. – №10. – С. 52–56.
5. О национальной комиссии, осуществляющей государственное регулирование в сфере рынка в финансовых услуг: Указ Президента Украины. Положение, 23 нояб. 2011 г., №1070/2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1070/2011>. – Дата доступа: 19.03.2015.

6. Порядок и требования к осуществлению перестрахования у страховщика (перестраховщика)-нерезидента : утверждено постановлением Кабинета Министров Украины №124 от 4 февраля 2004 г. // Правительственный курьер. – 2004. – №25. – 10 февраля.
7. Семенова, К. Г. Особенности государственного регулирования перестраховочной деятельности [Электронный ресурс] / К. Г. Семенова. – Режим доступа: <http://visnyk.univd.edu.ua/>. – Дата доступа: 19.03.2015.

## **ПОТРЕБНОСТИ И ЭНЕРГЕТИКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ**

**А.Ф. Карпенко,**

доктор сельскохозяйственных наук, доцент  
*Гомельский филиал Учреждения образования  
Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

На ближайшие годы перед агропромышленным комплексом Республики Беларусь поставлена задача максимального увеличения производства продукции растениеводства и животноводства и наращивания её экспорта за пределы страны. Объемы сельскохозяйственного экспорта планируется довести в текущей пятилетке до 7 млрд и более долларов США. Необходимость экспорта сельскохозяйственной продукции обуславливается экономической зависимостью республики от импорта топливно-энергетических и других ресурсов, поэтому решение данных вопросов находится на контроле руководства страны. В этой связи важным моментом является определение экспортных объемов продуктов питания, которые складываются из общих их объемов за минусом объемов на внутренние потребности. Однако, как свидетельствует анализ литературных и имеющихся других источников информации, в них приводятся разные данные о потребности республики в продуктах питания. Например, в нормах питания населения по одним данным средняя физиологическая норма белка животного происхождения для взрослого здорового человека должна составлять 30 г (Бабский Е.Б. и др., 1966), по другим – 50 % от суточной потребности (Карпышева В.С., Татарникова Г.А., 1974). По расчётам Попкова А.А. (2001) для внутреннего потребления в Беларуси требуется молока: 3930 тыс. т, мяса (в убойном весе) 800 тыс. т, яиц 2940 млн шт. В этом случае в пересчете на 1 жителя приходится по 415 кг/год молока или 1,1 кг/сутки, мяса соответственно 84,5 кг/год или 231 г/сутки, яиц – 310 шт/год или 0,85 шт/сутки. При такой структуре питания возможное содержание белка животного происхождения в рационе может достигать 79,8 г/сутки (с молоком 35,2 г, с мясом 39,3 г, с яйцом 5,3 г) или около 80 % от суточной потребности в белках. Некоторые исследователи для внутреннего потребления населения обосновывают следующие количества продуктов питания: молоко – 3000 тыс. т, мясо – 680 тыс. т, яйца – 2,0 млрд штук (Никончик П.И., 2011).

Из вышеприведенного следует, что у исследователей нет единого мнения о потребности страны в продуктах питания. Однако разрешить данный вопрос можно через энергетику рационов питания населения.

Известно, что калорийность пищи, её соответствие энергетическим нормам является важнейшим элементом сбалансированного питания. Специалисты ФАО (Продовольственная и сельскохозяйственная организации ООН) и ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения – специализированное учреждение ООН) предлагают оценивать энергетические потребности среднестатистического жителя Земли на уровне 2400 ккал в день, который позволяет поддерживать относительно эффективную жизнедеятельность [5].

Не менее важно качество продуктов питания, их сбалансированность по белковым, жировым, углеводным компонентам, соотношению витаминов, минеральных элементов и т.п. В развитых странах на одного человека ежегодно приходится до 25 кг белка (в развивающихся странах – около 1 кг), причём зерновые в развитых странах составляют не более 30 % рациона (в развивающихся – свыше 60 %). Если в США на каждого жителя приходится около 1 т зерна в год, при этом лишь 70 кг из этого количества потребляется непосредственно для пищевых целей, а остальное используется на корм скоту, то в развивающихся странах наблюдается обратная ситуация [5,8].

Цель исследований заключалась в оценке потребностей населения Беларуси в продуктах питания животного и растительного происхождения, а также в пищевой энергии.

Для определения потребности жителей Беларуси в энергии и основных пищевых веществах, нами, на основании статистических данных, проанализирована численность и структура населения, а также удельный вес населения по 15 возрастным группам (табл. 1).

Структура населения Беларуси по состоянию на 1.01.2012 года

Возрастная группа	Численность возрастной группы, тыс. чел.	Удельная доля возрастной группы в общей численности населения, %
0 – 4	533,35	5,6
5 – 9	445,28	4,7
10 – 14	451,00	4,8
15 – 19	546,44	5,8
20 – 24	736,78	7,8
25 – 29	776,66	8,2
30 – 34	695,67	7,3
35 – 39	662,87	7,0
40 – 44	648,91	6,9
45 – 49	708,15	7,5
50 – 54	778,97	8,2
55 – 59	646,08	6,8
60 – 64	537,43	5,7
65 – 69	294,50	3,1
70 и старше	1003,06	10,6
Всего	9465,15	100

Из приведенных данных следует, что в республике трудоспособное население составляет 65,5 %, детское – 15,1 % и пенсионного возраста – 19,4 % от общей численности. Самыми многочисленными являются возрастные группы 70 лет и старше (10,6 %), 50 – 54 года (8,2 %) и 25 – 29 лет (8,2 %), а самой малочисленной – возрастная группа 65 – 69 лет (3,1 %). На основании рекомендуемых научно-обоснованных норм питания для возрастных групп (табл. 2) определили средневзвешенную суточную потребность населения в белках, жирах, углеводах и пищевой энергии, а также потребность в данных элементах питания по отдельным группам и по республике в целом (табл. 3).

Таблица 2

Рекомендуемые средние величины потребления питательных веществ в зависимости от возраста

Возраст, лет	Белки, г/сутки	Жиры, г/сутки	Углеводы, г/сутки
1 – 3	53	53	212
4 – 6	68	68	272
7 – 10	79	79	315
11 – 13	93	93	370
14 – 17	100	100	400
60 – 74	69	77	333
75	60	67	290

Примечание: Источник [9]

Таблица 3

Суточная потребность населения Беларуси в питательных веществах и энергии

Возрастная группа	Белки		Жир		Углеводы		Энергия	
	г/чел.	кг/груп-пу	г/чел.	кг/груп-пу	г/чел.	кг/груп-пу	ккал/чел	Мккал/груп-пу
0 – 4	53	28267,5	53	28267,5	212	113079	1580	842,7
5 – 9	73	32504,7	73	32504,7	294	130912	2180	970,7
10 – 14	102	46002,0	102	46002,0	398	179498	3000	1353,0
15 – 19	113	61747,7	106	57922,6	451	246444	3300	180,3
20 – 59	115	650220,4	115	650220,4	478	2702655	3500	19789,3
60 – 64	92	49443,6	81	43531,8	382	205298	2700	1451,1
65 и ст.	82	106399,9	72	93424,3	340	441170	2400	3114,1
Всего		974585,8		951873,4		4019048		29324,2

Из приведенных в таблице 3 показателей следует, что средневзвешенная потребность 1 жителя республики составляет: в белках 102 г/сутки, жирах – 100 г/сутки, углеводах – 424 г/сутки и пищевой энергии – 3100 ккал. Полученные показатели позволяют установить потребность всего населения республики в питательных веществах и энергии. Для всего населения Беларуси, в количестве 9465,15 тыс. человек, ежедневная потребность в белках достигает 974585,8 кг ( $\approx 975$  т), из которых для детей в возрасте 0 – 14 лет требуется 106774,2 кг ( $\approx 107$  т) или 11 %, для населения 60 лет и старше 155843,5 кг ( $\approx 156$  т) или 16 % и для группы населения 15 – 59 лет – 711968,1 кг ( $\approx 712$  т) или 73 % от общей потребности в белках. Суточная потребность всего населения в жирах составляет 951873,4 кг ( $\approx 952$  т), из которых для детей в возрасте 0 – 14 лет – 106774,2 кг ( $\approx 107$  т) или 11 %, для группы 60 лет и старше – 136956,1 кг ( $\approx 137$  т) или 14 % и

для группы 15 – 59 лет – 708143 кг ( $\approx 708$  т) или 75 % от общей потребности в жирах. Потребность всех жителей республики в углеводах составляет 4019048 кг ( $\approx 4019$  т), из которых для детей в возрасте 0 – 14 лет необходимо 423489 кг ( $\approx 423$  т) или 11 %, для жителей 60 лет и старше – 646458 кг ( $\approx 646$  т) или 16 % и для группы жителей 15 – 59 лет – 2949099 кг ( $\approx 2949$  т) или 73 % от общей потребности в углеводах. Общая потребность жителей республики в суточной энергии составляет 29324,2 Мккал, из которых для детей в возрасте 0 – 14 лет – 3166,4 Мккал или 11 %, для жителей 60 лет и старше – 4565,2 Мккал или 16 % и для жителей в возрасте 15 – 59 лет – 21592,6 Мккал или 73 % от общей потребности в энергии.

Годовая потребность населения республики в белках составляет 355723 т, в жирах – 347434 т, углеводов – 1466953 т и энергии 10,7 Тккал.

Из медицинских требований по рациональному питанию известно, что в структуре питания населения продукты животного происхождения должны составлять не менее 30 %. Следовательно, на долю белка животного происхождения в суточном рационе должно приходиться не менее 31-го г, жира – 30-ти г. Чтобы рассчитать количество продуктов животного происхождения с таким содержанием питательных веществ в масштабе республики необходимо определить среднее содержание питательных веществ в потребляемом мясе. Для этого нами использованы данные химического состава и энергетической ценности продуктов животного происхождения и данные по структуре производства мяса в Беларуси [10].

Согласно статистическим данным в структуре производимого в Беларуси мяса говядина составляет 44 %, свинина 28 % и мясо птицы 28 %, баранина практически не используется. Проведение расчетов показало, что в 100 г используемого в республике мяса в среднем содержится 17,1 г белка, 18,9 г жира 0,1 г углеводов и 261 ккал пищевой энергии.

Из продуктов животного происхождения в основном употребляются молоко, мясо и яйца. На основании норм рационального питания определили потребность в данных продуктах на сутки, на год на 1 человека и на все население республики. Как видно, из приведенных в таблице 4 данных, для удовлетворения потребностей 1-го среднестатистического жителя в продуктах животного происхождения каждому необходимо ежедневно потреблять около 250 г молока, 100 г мяса и 1 яйцо. Такое количество продуктов удовлетворяет суточную потребность человека в белках на 31 %, в жирах на 33,6 %, углеводах на 3,2 % и пищевой энергии на 15,6 %. Недостающие до нормы питательные вещества должны восполняться за счет продуктов растительного происхождения.

Таблица 4

**Суточная потребность в продуктах животного происхождения жителя Беларуси**

Продукт	Количество, г	Содержится в продуктах			
		белка, г	жира, г	углеводов, г	ккал
Молоко	250	8	9	13,0	145
Мясо	100	17,1	18,9	0,1	261
Яйцо	50	6,3	5,7	0,35	78
Всего		31,4	33,6	13,45	484

При подобной структуре потребления животных и растительных продуктов население Республики Беларусь ежегодно будет получать следующие объемы пищевых компонентов животного и растительного происхождения: белков – соответственно 198,48 тыс. т и 247,243 тыс. т, жиров – соответственно 116,08 тыс. т и 231,35 тыс. т, углеводов – соответственно 46,47 тыс. т и 1420,49 тыс. т. При этом 1672113 Мкал пищевой энергии будет обеспечено животными продуктами 9031147 Мкал – растительными.

Установленные данные о годовой потребности одного жителя страны в продуктах животного происхождения в натуральном выражении необходимо учитывать при планировании объемов производства и экспорта соответствующей продукции. В Беларуси в течение года среднестатистическому человеку необходимо 91,25 кг молока, 36,5 кг мяса и 365 яиц. Следовательно, для полноценного питания всех 9,465 млн жителей Республики Беларусь на протяжении года требуется 863,7 тыс. т молока, 345,5 тыс. т мяса и 3,4547 млрд штук яиц.

Для оценки фактического потребления населением Беларуси продуктов питания и пищевой энергии нами использованы данные Национального статистического комитета [6]. В таблице 5 представлена информация о производстве основных сельскохозяйственных продуктов, а также их калорийности.



**Производство основных видов продуктов сельского хозяйства и их калорийность**

Продукты	Объем производства на душу населения, кг	Удельная калорийность 100 г продукта, ккал	Общая калорийность, ккал
Зерно	884	250	2210000
Картофель	815	67	546050
Овощи	209	25	52250
Плоды и ягоды	32	42	13440
Мясо	108	261	281880
Молоко	687	58	398460
Яйца	19,8	157	31086
Итого	2754,8		3533166

Как следует из приведенных данных на каждого жителя Республики Беларусь в настоящее время производится около 2755 кг продуктов, причем наибольшие удельные доли имеют зерно, картофель и молоко.

Общая калорийность производимых на душу населения продуктов более чем в 3,1 раза превышает годовую потребность в пищевой энергии. На первом месте по содержанию калорий находится зерно, втором – картофель, третьем – молоко. Доля плодов и ягод в общем объеме пищевой энергии наименьшая.

Распределение продуктов с учетом их калорийности показывает, что на компоненты растительного и животного происхождения приходится соответственно 79,9 % и 20,1 % пищевой энергии. Калорийность произведенных на душу населения растительных продуктов приблизительно в 4 раза выше, чем продуктов животного происхождения.

В 2011 году калорийность основных видов продовольствия, произведенного для всего населения страны, составила 33,4 Ткал/год. В этом количестве на продукты растительного происхождения пришлось 26,7 Ткал, животного – 6,7 Ткал.

Наряду с количеством производимого продовольствия, важнейшим показателем благополучия населения является объем его потребления. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, потребление основных пищевых продуктов на душу населения (в натуральном выражении) составляет 1206 кг, или 46,8 % от объема производства. Первое место по объему потребления занимает молоко, за ним следуют картофель и хлебные продукты. Соответствующие данные представлены в таблице 6.

Таблица 6

**Калорийность основных продуктов питания и их годовое потребление на душу населения в Республике Беларусь**

Продукты	Количество, кг	Удельная калорийность 100 г продукта, ккал	Суммарная калорийность, ккал
Мясо	88	261	229680
Молоко	252	58	146160
Яйца	15,5	157	24335
Рыба	12,6	54	6804
Сахар	47	398	187060
Растительное масло	18,4	899	165416
Картофель	183	67	122610
Овощи и бахчевые	14,4	25	36000
Плоды и ягоды	58	42	24360
Хлебные продукты	93	270	251100
Итого	1206		1193525

Общая калорийность продуктов, ежегодно потребляемых на душу населения страны, практически соответствует установленной потребности (1131500 ккал). Наибольшее количество пищевой энергии обеспечивают хлебные продукты, второе место занимает мясо, третье – сахар. Доли рыбы, плодов и ягод в общем количестве получаемых среднестатистическим жителем Беларуси калорий являются наименьшими. Можно отметить высокое потребление сахара и растительного масла, на которые приходится 29,5 % от общей энергетической ценности используемых населением продуктов.

В общем объеме продовольствия, потребляемого в стране за год, доля продуктов растительного происхождения составляет 66 %, животного – 34 %. Их суммарная калорийность составляет 11,3 Ткал, из которых на первые приходится 7,5 Ткал, вторые – 3,8 Ткал.

Рассматривая динамику общей численности всего населения в Беларуси и его распределение по возрастным группам, за последние 10 – 15 лет, можно выяснить, что она не отличается стабильностью, а подвержена колебаниям. Следовательно, изменяются и потребности населения республики в питательных веществах и энергии. В этой связи для планирования потребностей в объемах питательных веществ, продуктах питания и энергии необходим более упрощенный и быстрый расчёт. С этой целью предлагается использовать расчёт определения питательных веществ и энергии на 1 условного человека. Суть расчёта состоит в

следующем. Анализ всех возрастных группы населения республики по их суточной потребности в основных питательных веществах и энергии свидетельствует, что детская группа, в возрасте 0 – 9 лет, и группа пенсионеров, в возрасте 60 лет и старше, отличаются существенно меньшими показателями потребностей в сравнении с группой 10 – 59 лет. В группе 10 – 59 лет наблюдаются самые высокие показатели. Например, потребность в энергии в данной группе колеблется от 3 до 3,5 тыс. ккал/сутки, а в первых двух – от 1,8 до 2,5 тыс. ккал/сутки. На этом основании население возраста 10 – 59 лет предлагается отнести к условной взрослой группе, как самую многочисленную и у которой самые высокие показатели потребностей, а каждого человека данной численности принять за 1 условную единицу. В условной взрослой группе суточная потребность 1 условного человека будет составлять в белках 114 г, жирах 113 г, углеводах 470 г и пищевой энергии 3450 ккал (табл. 7). Из всего количества необходимой среднесуточной энергии за счёт белков её поставляется 13,6 %, жиров – 30,4 % и углеводов – 56 % (рис.).

На данную группу условного населения приходится 70,3 % от общей численности населения страны. Остальные две группы с меньшими потребностями следует привести в условные единицы.

Таблица 7

**Средняя потребность населения в возрасте 10 – 59 лет в питательных веществах и энергии, в сутки**

Численность, тыс. чел	Белки		Жиры		Углеводы		Энергия	
	г/чел	кг/ группу	г/чел	кг/ группу	г/чел	кг/ группу	ккал/чел	Мкал/ группу
6651,55	114	757970	113	754145	470	3128597	3450	22945,6

Потребности в питательных веществах и энергии детского населения в возрасте 0 – 9 лет и населения пенсионного возраста 60 лет и старше значительно ниже. Так, суточное количество энергии необходимое для детей возраста 0 – 9 лет колеблется около 1853 ккал/сутки, что составляет 0,5 единицы от потребности 1 условного человека, а лиц пенсионного возраста – соответственно 2488 ккал или 0,7 единиц (табл. 8).



Рисунок. Среднесуточная потребность в энергии 1 условного человека, ккал

Таблица 8

**Потребности в энергии детского населения (0 – 9 лет) и пенсионного возраста (60 лет и старше), в сутки**

Группа населения, лет	Численность, тыс. чел.	Потребность в энергии	
		ккал/чел	Мкал/группу
0–9	978,63	1853	1813,1
60 лет и старше	1834,99	2488	4565,2

Использование данного подхода, основанного на переводе населения в условное, позволяет уменьшить количество возрастных групп с пятнадцати до трёх, ускорить и упростить расчёты, без ущерба точности расчётов. В результате перевода населения в условное (количество условного населения 8425,6 тыс. человек) и умножения на потребности 1 условного человека (в белках 114 г/сутки, жирах – 113 г, углеводах 470 г и энергии 3450 ккал), получаются практически одинаковые показатели республиканских потребностей, что и в первом варианте (табл. 9.).

## Количество условного населения в Республике Беларусь

Население в возрасте, лет	Численность, тыс. чел.	Коэффициент перевода	Численность условного населения, тыс. чел
10–59	6651,53	1	6651,55
0–9	978,63	0,5	489,32
60 и старше	1834,99	0,7	12,84,49
Итого	9465,15		8425,36

Например, количество необходимого для условного населения белка требуется 961 т/сутки (по предыдущему расчёту 975 т/сутки), соответственно жира – 952 т/сутки и 952 т/сутки, углеводов – 3960 т/сутки и 4019 т и энергии – 29067,5 Мккал/сутки и 29324,2 Мккал/сутки. Соотношение в пищевом рационе энергии белка, жира и углеводов имеет вид как 1:2,2:4,1, то есть такой же, что был установлен в первом случае расчёта. Из этого можно сделать вывод, что оба варианта расчётов имеют право на существование.

Таким образом, с учетом численности населения страны и научно обоснованных норм питания, для лиц различных возрастных групп, определены потребности Республики Беларусь в продуктах питания, питательных веществах и обеспечиваемой ими энергии. Полученные данные целесообразно учитывать при планировании объемов производства, экспорта и импорта продовольствия.

## Список использованных источников

1. Бабский, Е. Б. Физиология человека: учебн. для вузов / Е. Б. Бабский [и др.]; под ред. Е.Б. Бабского. – М.: Медицина, 1966. – 656 с.
2. Карпышева, В. С. Руководство по диетотерапии / В.С. Карпышева, Г. А. Татарникова. – М. : Медицина. – 1974. – 236 с
3. Адаптивные системы земледелия в Беларуси; под общ. ред. А. А. Попкова. – Минск, 2001. – С. 6–14.
4. Никончик, П. И. Почвенно-экологические возможности производства и экспорта продукции сельского хозяйства при различных уровнях ведения земледелия и животноводства в сельскохозяйственных организациях Беларуси / П. И. Никончик // Земляробства і ахова раслін. – 2010. – № 5. – С. 5–10.
5. Экологические основы природопользования: учеб. пособие; под ред. Э. А. Арустамова. – М. : Издательский дом «Дашков и К», 2001. – 236 с.
6. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – С. 55–90.
7. Гусаков, В. Нормативные показатели производственно-экономической деятельности для обеспечения конкурентоспособности сельского хозяйства / В. Гусаков, В. Бельский, А. Попков // Аграрная экономика. – 2007. – № 10. – С. 12–13.
8. Справочник нормативов трудовых и материальных затрат для ведения сельскохозяйственного производства; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Белорусская наука. – 2006. – С. 561–562.
9. Основы физиологии человека: учебн. для вузов; под ред. Б.И. Ткаченко. – Москва, 1994. – 554 с.
10. Мысик, А. Т. Справочник по качеству продуктов животноводства / А. Т. Мысик [и др.]. – М. : Агропромиздат, 1985. – С. 5.

## БАНКОВСКО-СТРАХОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В УКРАИНЕ И ЕВРОПЕ

**Т.И. Стецюк,**

канд. экон. наук, доцент

*Государственное высшее научное заведение  
«Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана» доцент кафедры страхования  
г. Киев, Украина*

В течении последних десяти лет на украинском страховом рынке активно идет процесс объединения финансовых институтов, что приводит к изменению природы взаимодействия страховых компаний и банков, к усилению тенденции консолидации на финансовом рынке. Основными мотивами объединения компаний в финансовом секторе экономики являются экономия средств за счет укрупнения своего бизнеса, а также взаимное увеличение прибылей, при этом компании стремятся помогать своим новым партнерам продвигать на рынок предлагаемые ими продукты. Новое направление в финансовом бизнесе позволяет участвующим сторонам достичь значительных преимуществ на рынке предоставления услуг.

Концепция банковского страхового (bankassurance) в последние годы активно разрабатывается банками и страховыми компаниями Украины. Наиболее популярной моделью взаимодействия банка и страховой

компания на украинском рынке является концепция финансового супермаркета. Концепция «финансового супермаркета» предполагает, кроме предоставления всех видов банковских услуг, услуги туристической фирмы, продажу авиа и железнодорожных билетов, а также услуги страховой компании. Первым банком, который открыл операционную точку именно с таким названием (и даже зарегистрировал его как торговую марку), стал в 2002 г. «Кредитпром банк». Концепция «финансового супермаркета» от «Кредитпром банка» предполагает, кроме предоставления всех видов банковских услуг, услуги туристической фирмы, продажу авиа и железнодорожных билетов, а также услуги страховой компании. Все это теперь можно получить в одном месте – в нескольких отделениях ОАО «Кредитпром банка». Физическим лицам в рамках данного проекта банк предлагает депозитные вклады, именные денежные переводы, дорожные чеки, золотые слитки, оплату коммунальных счетов и многое другое. Кроме того, характерной чертой проекта Финансовый супермаркет от «Кредитпром банка» является обслуживание не только физических лиц, но и корпоративных клиентов.

В июне 2002 года аналогичные офисы открыли «ТАС – Комерц банк» совместно с другими компаниями финансовой группы «ТАС», а также «Брокбизнес банк». Примером наиболее полномасштабной (по количеству филиалов в разных городах Украины) модели финансового супермаркета является финансовый супермаркет от «Приват Банка», который в 2002 году предложил услугу «Экспресс-страхование» не только в своих многочисленных отделениях, но и в банкоматах. Таким образом, владельцы пластиковых карт «Приват Банка» получили возможность оплачивать стоимость страховых полисов через банкоматы банка.

«Укрсоц банк» и страховая компания «Укрсоцстрах» предоставляют страховые услуги по технологии обслуживания в «одном окне» с июля 2002 г. А в сентябре 2002 года активно начались продажи еще 8 совместных страховых продуктов, что увеличило общее число предлагаемых банковских и страховых услуг до 12.

Интересен опыт финансовой группы «ТАС». Процесс формирования группы начался в январе 2001 года. В группу «ТАС» вошли:

- ЗАО «Страховая группа «ТАС» (ранее «Международная страховая группа»);
- ЗАО «Страховая компания «ТАС» (ранее Страховая компания «Приват Полис»);
- ЗАО «Международная страховая компания»;
- ЗАО «ТАС-Комерц банк» (ранее банк «Киев-Приват»);
- ЗАО «ТАС-Инвест банк».

Это первый пример украинской финансовой группы, созданной путем объединения нескольких банков и страховых компаний.

Сегодня банки контролируют от 20 до 40 % страхового рынка в Европейском Союзе [1]. В 1999 г. один из крупнейших в Великобритании банк National Westminster (Nat West) приобрел контрольный пакет (75 %) акций страховой компании Legal& General, четвертой по величине в Великобритании. Весь комплекс пенсионных услуг и услуг по страхованию жизни, а также облигации Legal& General стали реализовываться на всей территории страны через сеть банка NatWest. Положительный эффект от слияния со страховой компанией выразился для банка и в том, что в результате слияния инвестиционное направление деятельности банка утроилось в размере. Для Legal& General это слияние также является выгодным, поскольку темпы дальнейшего роста этой компании, выходящей на ведущие позиции на рынке недорогих и удобных для клиента пенсионных и страховых услуг, сдерживало отсутствие достаточно масштабной сети их распространения. Союз с одним из крупнейших британских банков открыл для Legal&General возможности существенного расширения своей деятельности.

Европейские банки стремятся приобрести статус всестороннего провайдера широкого комплекса финансовых услуг, включая пенсионные и страховые услуги. Совместные банковские страховые программы обслуживания клиентов позволяют банкам завоевать позиции на наиболее динамичном направлении этого рынка – долгосрочных сбережениях. Снижение банком Англии базовых учетных ставок в 2000-2002 гг. привело к снижению банковского процента на долгосрочные вклады в британских банках [2.231с.]. Ряд решений правительства Великобритании стимулировал дальнейшее развитие пенсионных программ и программ накопительного страхования жизни, что в свою очередь, явилось очередным аргументом для банков в пользу объединения со страховыми компаниями.

Предоставление клиентам стандартных продуктов под разными марками – продажа продуктов страхования под именем приобретенной страховой компании или предложение страхового продукта под вновь созданной маркой – является, по-видимому, одной из составляющих успешной работы европейских банковских страховых групп. Действуя в таком направлении, они постепенно захватывают ту долю европейского рынка, которая принадлежит традиционному страхованию жизни и пенсий. Другими факторами, стимулирующими сотрудничество Британских банков со страховыми компаниями, является: отлив денежных ресурсов из кредитно-финансовых институтов, конкуренция со стороны крупных универмагов, которые стали предлагать своим клиентам набор финансовых услуг на льготных условиях, инвестирование без посредника через интернет, продвижение американскими банками на британский рынок своих кредитных карт.

Самый успешный подход к модели банковского страхового сотрудничества с точки зрения европейского финансового рынка заключается в том, что банк использует свои каналы для распространения стандартных продуктов страхования жизни и пенсионного обеспечения. Существует тенденция превращения финансовых институтов в организации, предлагающие клиентам множество продуктов по различным каналам. Они могут удовлетворить все потребности своих клиентов, предлагая им продукты под своим или чужим брендом. Чужой бренд может находиться в их собственности или иметь иной источник получения в зависимости от того, будет ли компания специализироваться на производстве или распространении страховых продуктов. Развитие такой тенденции приведет к тому, что банки и страховые компании будут продолжать образовывать союзы.

Так, например, немецкая компания Allianz Versicherung способствовала слиянию двух крупнейших банков страны: Deutsche Bank и Dresdner Bank, – так как вновь образованный банк должен был предоставить ей доступ к своей объединенной сети по обслуживанию населения. В объявлении о данном проекте даже отмечались планы объединения банковской и страховой деятельности [1. С.48-53].

Процесс банковского страхования в Европе успешно развивается. По мнению финансовых аналитиков из лондонского офиса Moody's Investor Service, французские банковские страховщики добились больших успехов, в распространении стандартных страховых продуктов [3. С.199-203]. Продукты, которые они предлагают, в высшей степени стандартизированы и пользуются большим спросом, они доступны пониманию клиентов и легко продаются. Кроме того, они выгодны с точки зрения налогообложения и поэтому находят большой спрос в таких странах, как Испания, Италия и Португалия [3. С.199-203].

**Выводы произведенного исследования.** Анализируя опыт украинских финансовых институтов, можно выделить основные отличительные черты банковского страхового сотрудничества на Украине:

- одним из самых популярных на Украине совместных банковских страховых проектов является проект «Финансового супермаркета»;
- на Украине бренд крупного банка более известен и узнаваем потребителем, чем бренд крупной страховой компании. Поэтому, продавая страховые продукты под именем банка, страховщики могут получить большую лояльность клиентов и соответственно более весомый результат;
- банкиры пользуются большим доверием клиентов, чем страховщики, вкладчики часто советуются с банкирами, на какой вид вклада им размещать свои средства. Поэтому, если сотрудник банка станет предлагать в числе возможных вариантов размещение средств программы накопительного страхования жизни, это будет гораздо результативнее, чем аналогичное предложение, сделанное страховым агентом. То есть, учитывая низкую финансовую грамотность и страховую культуру населения, продажу полисов через банки страховщики считают одним из наиболее удачных способов продвижения страховых продуктов.

#### **Список использованных источников**

1. Зайцев, О. Альянс банков и страховых компаний в новых рыночных странах / О. Зайцев // Банковская практика за рубежом. – 2004. – № 5. – С. 48–53.
2. Романова, А. О. Формирование механизма взаимодействия страховых компаний с банковскими учреждениями : дис. канд. экон. наук : 08.00.10 / Анна Александровна Романова ; ФГБОУ ВПО «Всероссийская государственная налоговая академия Министерства финансов Российской Федерации»; науч. рук. Цыганов А. А. – М. : [б. в.], 2005. – 231 с.
3. Пасько, О. М. Определение понятия эффективного механизма взаимодействия страховых компаний и банков / О. М. Пасько // Економіка ринкових відносин. – 2010. – № 5. – С. 199–203.

## **СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ**

**А.Л. Дыбань**

соискатель кафедры менеджмента банковской деятельности  
*ГВУЗ «КНЭУ имени Вадима Гетьмана»*

*г. Киев, Украина*

Слияния финансовых институтов является в последнее время почти повседневным явлением. Слияние и поглощение – это общее определение для сделок, где происходит передача корпоративного контроля, включая покупку и обмен активами [1]. К сделкам слияния, поглощения относятся:

- слияние – сделки между двумя и более компаниями, в результате которых появляется новая компания, устанавливающая контроль и управление над активами и обязательствами старых компаний;

- поглощение – дружественное или недружественное (враждебное) – взятие одной компанией под свой контроль другой с целью управления и приобретения абсолютного или частичного права собственности [1; с. 27–48].

Основным признаком поглощения является то, что после объединения компаний не возникает нового юридического лица, а продолжает свое существование только одна компания – компания-поглотитель. Для враждебных поглощений характерно не согласие руководящего состава компании – цели поглощения с готовящейся сделкой и осуществление ряда противозахватных мероприятий. В этом случае приобретающей компании приходится вести на рынке ценных бумаг действия, направленные на поглощение компании – цели.

Нами исследуются процессы слияния и поглощения в финансовом секторе экономики, процессы которые происходят между банковскими учреждениями и страховыми компаниями. Сделки между этими финансовыми институтами в большинстве стран, в том числе и в Украине, с юридической точки зрения, следует относить к сделкам слияния, поскольку банковские учреждения не имеют права заниматься страховой деятельностью, а страховые организации не могут осуществлять банковские операции. Следовательно, какие бы процессы по слиянию не происходили между банковскими учреждениями и страховыми организациями, результатом их не может явиться образование одного юридического лица, осуществляющего и банковскую, и страховую деятельность.

Процесс объединения капиталов банков и страховых компаний был стимулирован решениями правительств некоторых стран, которые позволили банкам и страховым компаниям владеть значительными долями акций друг друга. Сегодня объединение этих капиталов достигло такого уровня, что по разным оценкам банки контролируют от 20 до 40 % страхового рынка в ЕС [2].

Под полной интеграцией банка и страховой компании подразумеваются экономический и управленческий аспекты такой интеграции, а не юридический аспект, так как законодательством большинства стран, в том числе и Украины, непосредственное объединение страховой и банковской деятельности в рамках одного юридического лица запрещается.

Возможны следующие варианты осуществления процесса создания и ведения совместного бизнеса в финансовом секторе экономики:

- интеграция – приобретение доли капитала страховой компании или банка или создание новой организации для осуществления недостающего вида бизнеса;
- участие в капитале и слияние – более тесная форма интеграции, выражающаяся во взаимном приобретении долей в капиталах с целью достижения максимально высокой управляемости ресурсами;
- поглощение – банк или страховая компания полностью или частично приобретают партнера для осуществления финансовой деятельности, при этом необходимо провести качественный анализ приобретаемой организации, ее соответствие целям и задачам стратегии развития бизнеса и с помощью финансово-экономического анализа оценить будущую отдачу от вложений.

Стратегические цели интеграции посредством слияний и поглощений могут достигаться различными путями. Стимулом для развития более тесных форм интеграции посредством процессов слияния и поглощения для банков и страховых компаний является ожидание синергетических эффектов (создание новой стоимости и увеличение эффективности совместной деятельности) от подобных проектов.

Основная причина сделок, где компании используют механизмы слияния и поглощения – это конкуренция, которая вынуждает активно искать инвестиционные возможности, эффективно использовать все ресурсы, снижать издержки и искать стратегии противодействия конкурентам. Расширяя свои возможности, компании создают стратегии диверсификации и реструктуризации. С данной точки зрения, сделки относительно корпоративного контроля нужны компаниям для постоянного приспособления к изменяющейся экономике и являются естественной реакцией на изменяющиеся рынки.

Слияния и поглощения расширяют возможности компаний. Менеджеры компаний обычно рассматривают внутренние и внешние инвестиционные возможности. Внутренние инвестиции касаются реорганизаций и инвестиций в саму компанию, внешние проекты связаны с приобретением новых активов и проектов [2]. Компаниям следует рассматривать еще один круг возможностей, предполагающий взаимодействие с другими игроками рынка, и самим постоянно искать такие возможности, сопоставляя потенциал внутреннего роста и слияний.

Очевидно, украинские компании, в частности компании, работающие в финансовом секторе экономики, не могут избежать тенденции к укрупнению капитала, если они хотят быть конкурентоспособными как на локальном, так и на международном уровне. Именно поэтому сейчас небезынтересно обратиться к уже имеющемуся мировому опыту, как ошибок, так и успехов.

В зависимости от характера интеграционных процессов на уровне компаний можно выделить следующие виды слияния, поглощения :

- горизонтальные слияния и поглощения – объединение компаний одной отрасли;

- вертикальные слияния и поглощения – объединение компаний разных отраслей, связанных процессом производства готового продукта, оказанием услуг, расширением наименований продуктов, т.е. расширение компанией-покупателем своей деятельности и завоевание смежного сегмента рынка;
- конгломератные слияния и поглощения – объединение компаний различных отраслей без наличия производственной общности, т.е. слияние такого типа – это слияние фирмы одной отрасли с фирмой другой отрасли, не являющейся ни поставщиком, ни клиентом, ни конкурентом. Вертикальная интеграция приносит ощутимую экономию издержек, повышение прибыли за счет расширения продуктового ряда, предоставляемого потребителю.

Однако при всей своей привлекательности интеграция финансовых институтов имеет и ряд минусов. В частности, создавая банковскую страховую группу, следует быть готовым к возможным серьезным проблемам, при подготовке корпоративной отчетности. С целью предотвращения подобных проблем необходимо грамотно построить внутреннюю информационную систему банковско-страховой группы.

Кроме того, возможно недополучение прибыли одной из компаний-членов банковско-страховой группы из-за убытков, которые понесла другая компания-партнер. Например, расположенный в Мюнхене страховой гигант А. Шапг не смог получить по итогам 2008 года плановый доход в размере \$3 млрд, т.к. по итогам второго квартала эта компания понесла убытки в размере \$350 млн из-за финансовых трудностей входящего в нее Бгезёпег Вапк. При этом объемы продаж страховых полисов А. Шапг через сеть филиалов Бгезёпег Вапк оказались гораздо меньше, чем этого ожидали в компании [2.448 с.].

В Украине процесс интеграции банков и страховых компаний начался позднее, чем в Европе. Разрабатывая различные модели взаимодействия с банками, украинские страховые компании решают такие актуальные проблемы, как низкая капитализация и недостаточное развитие сетей продаж (здесь им на помощь приходит развитая сеть банковских филиалов, отделений и представительств). В целом в настоящее время в Украине только начали появляться банковско-страховые группы, в которых банк и страховая компания выступали бы как равноправные партнеры, на лицо тот факт, что действительности банк играет главенствующую роль в банковско-страховом партнерстве и приоритет в продажах банковско-страховых групп имеют банковские, а не страховые продукты. В подавляющем большинстве случаев банковские работники относятся к страховым продуктам как к сопутствующим услугам, которые предоставляются клиентам в банковском офисе. Таким образом, в тени остается тот факт, что страхование – мощный финансовый механизм, способный не только заинтересовать клиента, но и принести при умелых продажах, грамотном страховом андеррайтинге, расширении спектра страховых услуг и комбинации банковских и страховых услуг, эффективном инвестировании страховых резервов значительную прибыль партнерам банковско-страховой группы.

Выводы произведенного исследования. В Украине процесс слияния и поглощения компаний начался позднее, чем в Европе. Разрабатывая различные модели взаимодействия с банками, украинские страховые компании решают такие актуальные проблемы, как низкая капитализация и недостаточное развитие сетей продаж (здесь им на помощь приходит развитая сеть банковских филиалов, отделений и представительств).

#### **Список использованных источников**

1. Владимирова, И. Г. Слияния и поглощения компаний / И. Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. С. 27–48.
2. Юлдашев, Р. Т. Российское страхование: системный анализ понятий и методология финансового менеджмента / Р. Т. Юлдашев, Ю. Н. Тронин. – М. : Анкил, 2000. – 448 с.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА АГРОСТРАХОВАНИЯ В УКРАИНЕ**

**Т.В. Татарина**

канд. экон. наук, доцент

*Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

Риски проявляются во всех стадиях общественного воспроизводства и в разных социально-экономических отношениях. Сельскохозяйственное производство одно из наиболее рискованных сфер деятельности человека и поэтому защита с помощью страхования возникла здесь достаточно давно. В тоже время сельское хозяйство является одной из ключевых отраслей экономики государства, его развитие определяет продовольственную безопасность страны. В связи с этим актуальными становятся вопросы усовершенствования страховой защиты сельского хозяйства и основного его сегмента – аграрной сферы, определение перспективных направлений их развития.

Исследование украинского рынка агрострахования показывает незначительный уровень охвата страхового поля в данном сегменте страхового рынка. Этот показатель в 2014 году не превышает 5 %, что свидетельствует о незащищенности большинства отечественных аграриев от рисков. «В развитых странах данный показатель составляет более 60 %, в Австралии – 78 %, а на Кипре застраховано 100 % сельскохозяйственных угодий» [1].

«Наибольший удельный вес среди случаев, которые приводят к убыткам, занимают погодные условия – 58 %, тогда как болезни, сорняки и вредители растений провоцируют в структуре убытков соответственно: 17 %; 5 % и 10 %» [1]. В табл. 1 приведены наибольшие убытки за последние десять лет, которые произошли вследствие ухудшения природно-климатических условий.

Таблица 1

**Наибольшие убытки вследствие погодных катаклизмов в Украине за последние 10 лет**

Период	Причина убытка	Величина убытка
Зима 2002–2003 гг.	Вымерзание озимых культур	уничтожено 70 % всех озимых
Лето 2007 года	Засуха в южных и восточных регионах	более чем 1 млрд.грн.
Лето 2008 года	Наводнения в западных областях	0,5 млрд.грн.
Зима 2011 года	Сильные морозы	200 млн.грн.

Источник: составлено по данным [1].

Не только кумулятивность убытков из-за природных катастроф и прогрессирующих климатических изменений влияет на повышение риска в аграрном производстве, а также:

- высокая стоимость объектов вследствие значительной площади земельных угодий;
- долговременный цикл производства (выращивание сельскохозяйственных культур), который влияет на доходность аграриев.

Поэтому сегодня страховые компании не всегда заинтересованы принимать аграрные риски на страхование, поскольку они часто сознательно идут на убытки из-за огромных сумм потенциальных объектов, их кумулятивности. Подтверждением этого – «присутствие страховых компаний на рынке, которые имеют лицензии на проведение агрострахования, но не проявляют активности («Агрополис», «Украинский Страховой Дом», «Финист»). И соответственно ранее активные страховщики, которые в текущем году отказались принимать аграрные риски на страхование («Княжа», «ТАС» и другие)» [2; с.17].

Потенциальные страхователи – фермерские хозяйства также имеют основания для отказа в заключении договоров страхования: недоверие в гарантировании выплат возмещения страховщиками; сложность программ страхового покрытия для аграриев; отсутствие государственной поддержки в данном сегменте страхования и соответственной диверсификации рисков страховых компаний для обеспечения своей платежеспособности и стабильности.

Нивелировать такие риски страховщики могут прежде всего с помощью перестраховочных операций, поскольку повышение франшизы (до 50 % как это было в текущем году по мультирисковым покрытиям) приводит к ухудшению финансовой стабильности сельскохозяйственных предприятий, ведь компенсировать убытки в размере 50 % аграрии должны были со своих карманов.

В Украине агрострахование практически не защищено перестраховочными операциями. Тогда как на международных рынках интерес перестраховщиков к агрострахованию в последние годы увеличивается. Если двадцать лет назад средний уровень удержания перестраховщиком по программе страхования агрокультур составлял 10 миллионов долларов, то сегодня даже брокеры могут легко разместить на рынке перестрахования сумму в 10 раз большую. Основной формой покрытия в данном сегменте рынка остаются пропорциональные договора, а в непропорциональном – договора эксцедента убыточности (Stop Loss). Качество услуг участников рынка перестрахования также улучшилось: более сильные компании с лучшими рейтингами увеличивают свое участие в перестраховании агрорисков. «Наиболее известные сегодня международные перестраховщики по защите сельскохозяйственных рисков: Munich Re, Swiss Re, Patner Re, Hannover Re, лондонские компании QBE/ LIMIT» [3].

Также одним из направлений, поддерживающих страхование рисков земледелия в развитых странах является государственное субсидирование. Наиболее перспективная модель участия государства в развитии сельскохозяйственных рынков – «стимулирующая» с непрямым участием государства, в основе которой создаются необходимые условия для поддержки субъектов агрорынка и развития определенных видов страховых продуктов. «Общие государственные субсидии по премиях на страхование сельхозпродукции в странах ЕС в 2007 году составили 497 млн евро. В Турции (на начальном этапе в 2005 году – 12,5 млн евро, а в 2013 году уже 250 млн.евро). В соответствии с лучшей мировой практикой, от фермерских хозяйств требуется, чтобы оплачено было 50 % от страховых премий. А остальная часть оплачивается государством непосредственно той страховой компании, которая предоставляет страхование. Но в Украине эту систему не удалось внедрить» [4].



В Украине согласно положений Закона «О государственной поддержке сельского хозяйства Украины» от 24 июня 2004 года была установлена возможность частичного субсидирования государством страховых премий аграриям, а также 50 % франшизы, если ее размер не превышает 30 % (табл.2).

Таблица 2

**Объемы предоставления государственных субсидий отечественным сельхозпроизводителям за 2005-2013 годы млн.грн.**

Показатели	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Субсидия	5,8	12,5	47,8	72,8	-	-	-	-	-

Источник: [2; с.17]

За данными таблицы видим, что государственное субсидирование производилось только включительно по 2008 год. В государственном бюджете Украины в 2013 – 2014 годах относительно норм нового Закона Украины «Об особенностях страхования сельскохозяйственной продукции с государственной поддержкой» от 9 февраля 2012 года предусматривались субсидии сельхозпроизводителям, но денежные средства так и не выплачены. Понятно, что такой механизм расчетов вредит репутации страховщиков и не увеличивает доверия аграриев к государственным органам.

Поэтому только с помощью объединения усилий всех участников рынка агрострахования страховщиков, перестраховщиков, государства и сельскохозяйственных производителей возможна эффективная защита интересов отечественных аграриев и создание предпосылок для активного развития сельского хозяйства.

**Список использованных источников**

1. В Украине разработан и обсуждается проект Концепции развития агрострахования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forinsurer.com/news/14/06/23/31086>
2. Шинкаренко, Я. Обзор рынка агрострахования Украины в 2013 году/ Я. Шинкаренко // Страховое дело. -2014. – №2(54). – С. 16–18.
3. Guy Carpenter. Обзор мирового рынка страхования и перестрахования сельскохозяйственных рисков. [Электронный ресурс] // Портал о сельскохозяйственном страховании. – Режим доступа: <http://www.agroinsurance.com/ru/practice/?pid=453>.
4. Гари Роше. Украинское агрострахование нуждается в концептуально новой стратегии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://info.dedal.ua/news/ournews/50214>.

## ПЛАТЕЖНЫЙ БАЛАНС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, МЕТОДЫ ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

**А.П. Сергеевич, И.Н. Григоренко**

студенты 3 курса

Научный руководитель: **Т.Е. Бондарь**, канд. экон. наук, доцент

*Белорусский Государственный Экономический Университет, г. Минск*

Платежный баланс имеет ключевое значение для всех стран мира. Он выступает важнейшим источником систематизированной информации о состоянии и динамике развития внешних экономических связей страны, отражает степень ее вовлеченности в международное разделение труда, отражает способность страны выполнять внешние обязательства.

Особенно остро проблема достижения устойчивого развития внутреннего и внешнего секторов стоит перед странами с переходной экономикой, в число которых входит и Республика Беларусь, находящаяся на стадии проведения структурных реформ.

Данные платежного баланса Республики Беларусь за 2014 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Представление платежного баланса Республики Беларусь за 2014 г.**

Статья	2014
<b>I. Счет текущих операций</b>	<b>-5 094,0</b>
1. Товары	-2 598,4
2. Услуги	2 198,9
3. Первичные доходы	-2 398,9
4. Вторичные доходы	-2 295,6
<b>II. Счет операций с капиталом</b>	<b>7,7</b>
<b>III. Финансовый счет</b>	<b>-5 699,2</b>
1. Прямые инвестиции	-1 799,1

2. Портфельные инвестиции	8,6
3. Производные финансовые инструменты	29,6
4. Другие инвестиции	-2 528,0
5. Резервные активы	-1 410,3
<b>IV. Статистические расхождения</b>	<b>-612,9</b>
<b>V. Общий баланс</b>	<b>0,0</b>

Источник: [5].

Анализ основных показателей платежного баланса Республики Беларусь показывает, что существует ряд проблем, которые оказывают негативное влияние на состояние отечественной экономики. Основной такой проблемой является отрицательное сальдо счета текущих операций. Динамику счета текущих операций 2005-2014 гг. можно проследить на рис. 1. Именно поэтому, основное внимание в вопросе регулирования платежного баланса государство должно уделять сокращению дефицита счета текущих операций.

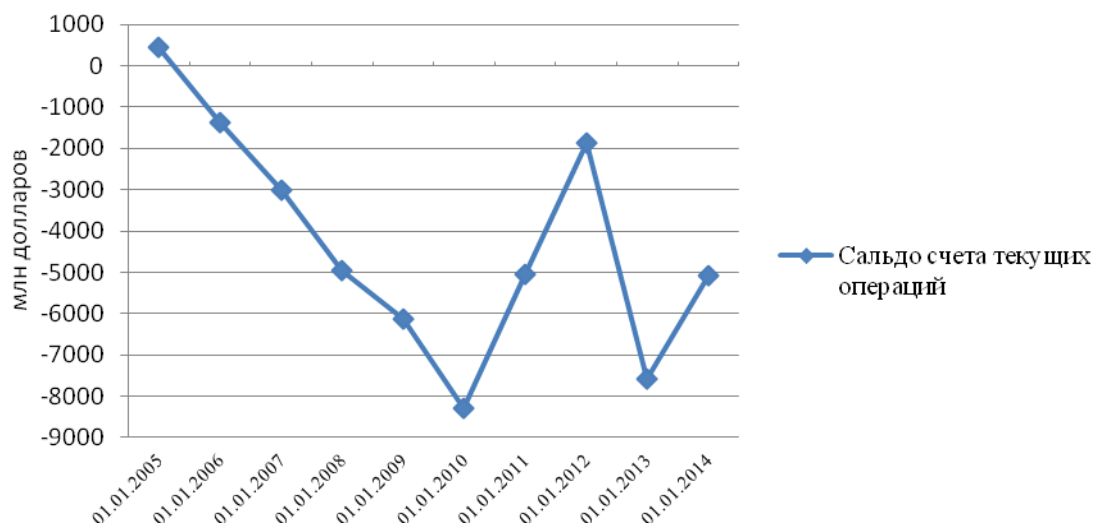


Рис. 1. Сальдо счета текущих операций Республики Беларусь 2005–2014 гг.

Источник: [6].

Можно выделить несколько основных методов регулирования платежного баланса Беларуси, направленных на сокращение отрицательного сальдо внешней торговли:

1. Политика ограничения импорта, которая включает в себя:

а) установление контроля над импортом комплектующих и материалов. В последние годы увеличение объемов импорта энергоносителей, комплектующих, сырья и материалов обусловленное активным ростом производства в стране не сопровождалось соответствующим ростом экспорта. Основные причины – закупка низкосортного сырья и материалов, комплектующих низкого качества, а также неэффективное использование импортируемых промежуточных товаров.

б) проведение дифференциации инвестиционного импорта по степени актуальности инвестиционных проектов. Большое количество крупных предприятий республики нуждается в реконструкции, которая требует инвестиционного импорта. Поэтому в краткосрочной перспективе необходимо ужесточить контроль над импортом инвестиционных товаров, а в среднесрочной и долгосрочной перспективе, по мере развития собственного Парка высоких технологий, свести его к минимуму.

2. Политика стимулирования экспорта, направленная на:

а) повышение конкурентоспособности белорусских товаров. Неконкурентоспособность некоторых белорусских товаров обусловлена, прежде всего, ценовыми факторами, так как их себестоимость довольно велика из-за отпускных цен импортируемых комплектующих и энергоносителей. Также для повышения конкурентоспособности продукции отечественных товаропроизводителей уделяется внимание сертификации выпускаемой продукции согласно международным стандартам ИСО.

б) диверсификацию экспортных поставок в региональном разрезе. На сегодняшний день основным торговым партнером нашей страны является Россия. Однако в условиях кризисных явлений, которые наблюдаются в мировой экономике, Россия будет защищать своих товаропроизводителей. В связи с этим целесообразно расширять географию поставок белорусских товаров. В первую очередь речь идет о наращивании экспортного потенциала в страны Европейского Союза, Латинской Америки (Венесуэла), Ближнего Востока (Саудовская Аравия, ОАЭ, Иран). В силу односторонней сырьевой ориентации их экономик (экс-

порт нефти) спрос на белорусскую продукцию здесь сохраняется, и существуют определенные перспективы его роста. В ближайшей перспективе необходимо максимально закрепить присутствие белорусской продукции на этих рынках.

в) снижение влияния на белорусский экспорт ограничительных мер. Так, ранее удалось добиться от Евросоюза частичного снятия квотирования экспорта белорусских текстильных изделий, отмены антидемпинговых пошлин на карбамид, полиэфирные нити и жгут, от Украины – увеличение квоты на экспорт древесноволокнистых плит, отмены антидемпинговых мер в отношении белорусских спичек.

Также одним из методов сокращения дефицита текущего счета в мировой практике является девальвация. Однако следует отметить, что согласно теоретическим расчетам в белорусских экономических условиях девальвация не дает ожидаемого экономического эффекта, что связано с большой импортностью экспортируемых товаров. В то же время эластичность белорусского импорта по цене невелика, так как объемы его поступления обусловлены в основном внутренними потребностями экономики и объемом экспортной выручки, которая полностью идет на оплату импорта. Эластичность белорусского экспорта по цене во многом определяется физическими возможностями перерабатывающих заводов, нежели курсом национальной валюты. Все это свидетельствует о том, что в нашей стране не выполняется условие Маршалла-Лернера – положительный эффект девальвации национальной валюты на сальдо счета текущих операций будет достигнут, если сумма эластичностей спроса на экспортные и импортные товары по цене больше единицы. Это, в свою очередь, означает, что снижение реального обменного курса белорусского рубля не приведет к сокращению дефицита платежного баланса. А с учетом того, что девальвация уменьшает величину ВВП в иностранной валюте, то в итоге величина внешнего дисбаланса, выраженная в процентах к ВВП, должна увеличиться [1, с.165-166].

Однако, как показала практика 2011 года, девальвация может оказывать положительный эффект на платежный баланс. Проблема заключается в том, что он не продолжителен и длится в течение 2-3 кварталов.

Компенсировать отрицательное внешнеторговое сальдо можно также за счёт привлечения иностранного капитала. Для Беларуси было бы перспективным увеличение доли внешних обязательств, не увеличивающих внешний долг государства. Однако при политике активного внешнего кредитования возрастет долговая нагрузка на экономику страны, и обслуживание внешнего долга будет оказывать значительное негативное влияние на состояние платежного баланса. Если финансирование дефицита счета текущих операций происходит за счет кредитов, то свобода действий Правительства страны в области экономической политики может быть также существенно ограничена путем выполнения предписаний кредиторов, обуславливающих получение заемных средств.

Пополнение резервов за счет кредитных ресурсов не является благоприятным для экономики страны. В мировой практике наиболее оптимальным вариантом считается пополнение резервов за счет экспортных доходов. Именно поэтому, главной задачей, которая поставлена Президентом Республики Беларусь перед Национальным банком и Правительством, является недопущение снижения государственных золотовалютных резервов и наращивание их до величины, соответствующей 3-месячному среднему импорту, что обеспечивает необходимый уровень внешнеэкономической безопасности страны.

Одним из эффективных методов регулирования дефицита платежного баланса в мировой практике является ужесточение фискальной политики путем сокращения расходов. На поддержку реального сектора экономики направляется ежегодно около 12–14 % ВВП. Данные государственные субсидии могут быть значительно сокращены. Осуществление проектов модернизации предприятий и развития инфраструктурных объектов в период посткризисного формирования экономики целесообразно осуществлять на принципах государственно-частного партнерства. Финансирование инфраструктурных проектов может осуществляться через альтернативный механизм выпуска инфраструктурных облигаций [2, с.28].

Таким образом, платежный баланс является отражением макроэкономической ситуации в стране. На основе анализа платежного баланса можно выявить существующие проблемы национальной экономики, что в свою очередь дает возможность принять своевременные меры к их устранению и разработать пути дальнейшего развития. Для решения основной проблемы платежного баланса Беларуси государство проводит политику ограничения импорта, устанавливая контроль над импортом комплектующих и материалов и проводя дифференциацию инвестиционного импорта, а также политику стимулирования экспорта, направленную на повышение конкурентоспособности белорусских товаров, диверсификацию экспортных поставок в региональном разрезе, снижение влияния на белорусский экспорт ограничительных мер. Компенсировать отрицательное внешнеторговое сальдо государство пытается также за счёт привлечения иностранного капитала, не увеличивающего внешний долг государства; проведения жесткой фискальной и денежно-кредитной политики. Проведение девальвации в белорусских экономических условиях дает лишь непродолжительный экономический эффект, продолжительностью в 2-3 квартала.

Проанализировав состояние платежного баланса Республики Беларусь, а также методы его регулирования, хотелось бы внести несколько предложений по совершенствованию государственной политики регулирования платежного баланса.

Необходимо развивать отечественный фондовый рынок и активизировать привлечение портфельных инвестиций за счет обеспечения взаимного доступа к котировкам на биржах Республики Беларусь и иностранных государств ценных бумаг друг друга. Это положительно отразится на привлечении иностранного капитала на отечественный фондовый рынок.

Также можно улучшить состояние платежного баланса, искоренив проблемы внутри самой национальной экономики. Макроэкономическую стабильность Республике Беларусь может обеспечить проведение структурных реформ, направленных на стимулирование частной инициативы, сокращение вмешательства государства в экономическую деятельность хозяйствующих субъектов, осуществление прозрачной приватизации, через открытые тендеры. Большинство антикризисных мер государства направлено на компенсацию потерь крупных предприятий традиционных секторов экономики. И направляются данные ресурсы в основном на поддержку государственных и валообразующих предприятий. В то же время принимаемых мер, стимулирующих развитие перспективного среднего и малого бизнеса, а также инноваций, недостаточно.

Основной целью структурных реформ в Беларуси должно быть сокращение объемов потребляемых промежуточных товаров. Затратные и неэффективные производства, потребляющие значительное количество промежуточных товаров, следует трансформировать.

Первый вариант трансформации предполагает переоснащение предприятия для производства иного вида продукции. Приоритет здесь следует отдавать производствам, основанным на использовании местных видов сырья.

Второй вид трансформации предполагает включение отечественных предприятий в цепочки транснациональных корпораций (ТНК), что также позволит снизить издержки белорусских субъектов хозяйствования и производить продукцию высокого качества.

Третий вариант преобразования предприятий предполагает производство качественных товаров по соответствующим лицензиям ведущих западных производителей. Это позволит сохранить занятость и реализовать программу импортозамещения.

Четвертый вариант трансформации предполагает организацию на базе убыточных и низкорентабельных предприятий структур, необходимых для эффективного внедрения инноваций: фондов посевного инвестирования, венчурных компаний, инвестиционных центров, парков высоких технологий. При этом предлагается создать особый инвестиционный центр, где в отличие от существующих структур подобного типа инвесторам будут предлагаться готовые к реализации инвестиционные проекты с согласованными в различных инстанциях необходимыми документами. Это позволит ускорить инвестиционные процессы в республике, обеспечить прозрачность совершаемых сделок, сократит временные и материальные затраты на реализацию проектов, повысит инвестиционную привлекательность Беларуси.

Пятый вариант трансформации предполагает преобразование неэффективно функционирующих предприятий в организации, оказывающие определенные виды услуг [2, с.24-25].

Одним из вариантов трансформации производственной сферы может быть создание кластеров, которые позволяют повысить конкурентоспособность продукции, сократить импорт, привлечь иностранные инвестиции.

Для активизации инвестиционного процесса необходимо организовать фонды прямых иностранных инвестиций (ФПИИ), которые привлекают средства физических и юридических лиц для последующего вложения в перспективные проекты. Фонды обычно специализируются на определенных отраслях экономики и предоставляют долгосрочные ресурсы, по которым не нужно платить ежемесячные проценты. Отечественные ФПИИ могут стать источником капитала для национальных компаний и послужить базой для привлечения средств иностранных инвесторов в страну.

Как один из эффективных механизмов вышеуказанных преобразований можно использовать *государственно-частное партнерство* [3, с.21]. На наш взгляд, для государства использование данного механизма означает сокращение бюджетных расходов, для частных инвесторов это возможность диверсификации бизнеса с обеспечением долгосрочного и гарантированного дохода. В условиях дефицита внешних источников финансирования привлечение средств частных инвесторов на отечественном рынке могло бы снизить зависимость республики от внешнего кредитования

Значительное увеличение валового внешнего долга Республики Беларусь требует создания эффективной системы управления долговыми обязательствами. Для повышения эффективности управления долгом в Республике Беларусь целесообразно создавать долговые агентства [4, с.32].

Таким образом, улучшение экономической ситуации в Беларуси можно обеспечить за счет проведения: структурных реформ, направленных на переоснащение предприятий для производства новых и качественных товаров, включение их в цепочки ТНК; создание эффективного кластерного комплекса, привлечение инвестиций путем создания ФПИИ, эффективное регулирование внешнего долга через создание долгового агентства и т.д.

### Список использованных источников

1. Набздаров, А. А. Механизмы регулирования платежного баланса в Республике Беларусь / А. А. Набздаров // Юбилейная научно-практическая конференция: [посв. 40-летию Гомел. гос. ун-та], Гомель, 11 июня 2009 г. : материалы : в 4 ч. / Гомел. гос. ун-т ; редкол.: О.М. Демиденко (отв. ред [и др.].. – Гомель, 2009. – Ч. 2. – С. 164–167.
2. Попкова, А. С. Макроэкономическое регулирование баланса международных расчетов Республики Беларусь / А. С. Попкова // Вестн. Ассоц. белорус. банков. – 2011. – № 2- С. 17-29.
3. Дрозд, Н. Платежный баланс. Нужны новые подходы / Н. Дрозд // Финансы, учет, аудит. – 2009. – № 8. – С. 20–22.
4. Долговечный, А. Прогнозирование платежного баланса в Республике Беларусь / А. Долговечный, А. Вечерский // Банк. веснік. – 2010. – № 16. – С. 28-33.
5. Платежный баланс Республики Беларусь за 2014 г. / Нац. Банк Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Беларусь, 2000-2014. – Режим доступа: <http://nbrb.by/statistics/BalPay/Analytical6/Quarterly/>. – Дата доступа: 17.03.2015.
6. Платежный баланс Республики Беларусь за 2005–2014 гг. / Нац. Банк Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Беларусь, 2000-2014. – Режим доступа: <http://nbrb.by/statistics/BalPay/Analytical/Annual/> – Дата доступа: 17.03.2015.

## ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕГО АУДИТА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ

**О.Я. Малиновская**

канд. экон. наук, доцент

*Львовская государственная финансовая академия, Украина, г. Львов*

В Украине основным посредником на рынке финансовых услуг является банковская система и небанковские кредитные институты. Особая роль отводится кредитным кооперативным организациям. Украинская кредитная кооперация представлена кредитными союзами. Основными видами услуг, оказываемых кредитными союзами, является кредитно-депозитные операции. Развитие кредитных союзов в Украине связано с созданием аналитического комплекса, включающего элементы бухгалтерского учета. Этот инструментарий способствует реализации принципов рыночных отношений, обеспечению стабильного положения и конкурентоспособности кредитных союзов на рынке финансовых услуг.

Некоторые аспекты экономической деятельности кредитных союзов исследовали В.В. Гончаренко, А.В. Фарат, В. Вайсбротт, Н.М. Жила, С.В. Романенко. Значительное внимание заслуживают исследования в области учета деятельности кредитных союзов С.В. Войцеховского, Ф. Ф. Бутинця, А. М. Герасимовича, М. Т. Белухи, А. С. Полетаев, Н. П. Шульги и др. Однако отдельные вопросы аудита кредитных союзов остались без внимания ученых. Итак, целью статьи является выяснение этапов проведения внешнего аудита финансовой отчетности кредитных союзов для улучшения финансовой устойчивости кредитных союзов.

Сегодня, в условиях финансового кризиса, наблюдается ухудшение финансового состояния кредитных союзов, которое выражается в существенном снижении показателей платежеспособности и ликвидности. В такой ситуации именно внешний аудит может помочь ряду проблем кредитных союзов, ведь высококачественный профессиональный аудит – это предоставление практической помощи руководству и экономическим службам союза по ведению дел и управления его финансами, а также по налаживанию бухгалтерского (финансового) и управленческого учета, предоставление различных консультаций [6, с. 92].

Закон Украины «Об аудиторской деятельности» дает более узкое толкование аудита: «аудит – проверка данных бухгалтерского учета и показателей финансовой отчетности субъекта хозяйствования с целью высказывания независимого мнения аудитора о ее достоверности во всех существенных аспектах и соответствии требованиям законов Украины, положений (стандартов) бухгалтерского учета или других правил (внутренних положений субъектов хозяйствования) согласно требованиям пользователей». Аудит может проводиться по инициативе субъектов хозяйствования (добровольный аудит), а также в случаях, предусмотренных законом (обязательный аудит) [5].

По форме и цели осуществления аудит делится на внешний и внутренний. Было бы ошибочно считать, что внешний аудит выполняют исключительно сторонние фирмы, а внутренний – проводят свои штатные работники организации. Основными различиями внешнего и внутреннего аудита, является то, что первый внешний аудит – это элемент инфраструктуры рынка, который совмещает пользователей информации и ее элементов, устанавливает доверие между ними, способствует прозрачности рынка и расширению деловых контактов. То есть внешний аудит работает на «внешнем поле» предприятия. Главная же цель внутреннего аудита – контроль над оптимальным функционированием всех структурных подразделений учреждения, по их адекватным поведением в конкретных условиях макросреды. Итак, внутренний аудит работает на «внутреннем поле» предприятия (табл. 1).

Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими аудиторскую деятельность является: Налоговый кодекс Украины, Гражданский кодекс Украины, Хозяйственный кодекс Украины, ЗУ «Об аудиторской деятельности», ЗУ «О банках и банковской деятельности», ЗУ «О ценных бумагах и фондовом

рынке», ЗУ «О финансовых услугах и государственном регулировании рынков финансовых услуг», ЗУ «О государственном регулировании рынка ценных бумаг в Украине», ЗУ «О страховании», ЗУ «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», ЗУ «Об акционерных обществах», ЗУ «О хозяйственных обществах», ЗУ «Об институтах совместного инвестирования (паевые и корпоративные инвестиционные фонды)», ЗУ «О кредитных союзах», ЗУ «О финансово-кредитных механизмах и управлении имуществом при строительстве жилья и операциях с недвижимостью», ЗУ «О негосударственном пенсионном обеспечении», ЗУ «О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей», ЗУ «О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом» и др. Международным стандартом контроля качества, аудита, обзора, другого предоставления уверенности и сопутствующих услуг является Международный стандарт контроля качества, аудита, обзора, другого предоставления уверенности и сопутствующих услуг (издание 2012 года).

Рассмотрим порядок проведения внешнего аудита деятельности небанковских финансовых учреждений – кредитных союзов. Так, например, годовая финансовая отчетность кредитного союза и годовые отчетные данные, которые подаются в Госфинуслуг, подлежат обязательному внешнему аудиту в соответствии с требованиями Закона Украины «О кредитных союзах». Достоверность и полнота годовой отчетности кредитного союза должна быть подтверждена независимым аудитором (аудиторской фирмой), после чего аудиторское заключение подается Госфинуслуг и представляется общему собранию кредитного союза.

Аудиторские заключения, которые подаются вместе с соответствующими отчетами в Госфинуслуг, состоят в соответствии с требованиями действующего законодательства Украины, МСА 700 «Заключение независимого аудитора по полному пакету финансовой отчетности общего назначения» и МСЗНВ 3000 «Задания по предоставлению уверенности, не являющиеся аудитом или анализом исторической финансовой информации», а также с учетом изложенных в новой редакции Методических рекомендаций, утвержденных Распоряжением Госфинуслуг № 6314 от 12.10.2006 г. «О внесении изменений в Методические рекомендации относительно формата аудита годовой финансовой отчетности и годовых отчетных данных кредитного союза и объединенного кредитного союза».

Таблица 1

#### Различия внешнего и внутреннего аудита

Название	Внешний аудит	Внутренний аудит
Место на рынке	Информационные посредники между предприятием и макросредой (третьими лицами)	Составная часть конкретной деятельности экономического субъекта
Цель аудита	Получить возможность высказать мнение о том, что финансовую отчетность составлена в соответствии с установленными требованиями	Убедить менеджеров в том, что активы используются эффективно
Основные функции	Оценка полноты, достоверности финансовой отчетности и ее соответствия установленным нормам	Оценка и совершенствование системы внутреннего контроля, минимизация рисков и повышение эффективности производства
Предмет аудита	Публичная отчетность предприятия и бухгалтерский учет, на основании которого она состоит	Информационные потоки внутри предприятия, бухгалтерский и управленческий учет
Объем проверки	Избирательно	Анализ всех процессов
Результаты аудита	Стандартизированное аудиторское заключение, установленный АПУ	Акты, отчеты, рекомендации, установленные внутренними нормами
Заинтересованные стороны	Третьи лица: контрагенты, владельцы, инвесторы, регулирующие органы и т.д.	Руководство экономического субъекта, акционеры
Основание для проведения	Договор между заказчиком аудита и исполнителем	Согласованный план аудиторских проверок, приказ руководства и т.д.
Исполнитель	Самостоятельная аудиторская фирма или аудитор-предприниматель	Отдельное подразделение (служба) в составе экономического субъекта
Оплата услуг	По условию заключенного хозяйственного договора	Заработная плата по трудовому соглашению
Правовые отношения с объектом проверки	Отношения регулируются нормами гражданского законодательства на принципах партнерства и равенства сторон	Отношения регулируются нормами законодательства о труде. Имеющаяся субординация, подчинение руководству
Независимость	Высокая	Средняя
Периодичность	Зависит от потребностей предприятия в обнародовании своей отчетности, как правило, по окончании отчетного года	Непрерывный процесс, то есть работают в постоянном контакте с бухгалтерией и другими подразделениями и службами предприятия
Зависимость от нормативных актов АПУ	Обязательное соблюдение и использование в работе	На уровне рекомендаций, принятие во внимание
Критерии аудита	Законы, регулирующие бухгалтерский учет, национальные стандарты бухгалтерского учета, другие нормативные требования к отчетности	Нормативные акты Украины, внутренние положения, планы, сметы предприятия, должностные обязанности, общая стратегия и т.д.
Степень осведомленности в делах предприятия	Средний (потребность длительного специального изучения дел клиента)	Высокий (это обусловлено непрерывным процессом аудита, структурной принадлежностью к предприятию)
Экономические субъекты обязаны проводить аудит	Банки, инвестиционные фонды, биржи, финансовые учреждения, страховые компании, торговцы ценными бумагами, предприятия и т.д.	На сегодня только коммерческие банки

Источник [10]

Аудитор в процессе проведения проверки финансовой отчетности получает понимание деятельности кредитного союза и операций, осуществляемых ней, достаточно для придания ему возможности идентифицировать и понимать события, операции и утверждение управленческого персонала, которые, по суждению аудитора могут оказывать значительное влияние на финансовую отчетность кредитного союза. Основными этапами внешнего аудита деятельности кредитных союзов являются: проверка правильности составления баланса; проверка согласованности показателей форм годовой финансовой отчетности; проверка Главной книги или другого аналогичного реестра бухгалтерского учета; проверка соответствия оборотов и остатков по всем журналам и ведомостям синтетического учета данным Главной книги; проверка правильности отражения в учете операций кредитного союза, выявление нарушений и недостатков (табл. 2).

Таблица 2

**Основные этапы внешнего аудита деятельности кредитных союзов**

<b>Этапы проверки</b>	<b>Признаки этапов проверки</b>
Проверка правильности составления баланса	- данные статей баланса на начало отчетного финансового года должны соответствовать данным баланса на конец предыдущего финансового года. - при изменении вступительного баланса на начало года по сравнению с отчетным за предыдущий год в примечаниях должны быть приведены разъяснения; - данные заключительного баланса должны соответствовать остаткам по счетам синтетического и аналитического учета, записей в Главной книге, журналах, ведомостях и других регистрах бухгалтерского учета на конец отчетного года.
Проверка согласованности показателей форм годовой финансовой отчетности	- например, в отчетных данных «О финансовой деятельности кредитного союза» данные граф 3 и 6 строки 110 должны равняться данным графы 3 и 4 строки 300 отчетных данных «О состав активов и пассивов кредитного союза».
Проверка Главной книги или другого аналогичного реестра бухгалтерского учета	- проверяется соответствие остатков по Главной книге суммам, указанным в балансе и других формах отчетности; состоит альтернативный баланс.
Проверка соответствия оборотов и остатков по всем журналам и ведомостям синтетического учета данным Главной книги	- проверяется соответствие оборотов и остатков по всем журналам и ведомостям синтетического учета данным Главной книги.
Проверка правильности отражения в учете операций кредитного союза, выявление нарушений и недостатков	- типичными ошибками при осуществлении операций с капиталом можно назвать: поступления вступительных взносов за счет внесения членами основных средств; невозврата обязательного паевого взноса при выходе члена из кредитного союза. - наиболее типичными ошибками при осуществлении операций с взносам (вкладам) на депозитные счета являются: возврат долгосрочных депозитов без перевода их на счета текущих обязательств; отсутствие начисленных процентов на депозит, который после окончания срока было перенесено на текущий счет. - при осуществлении операций по кредитованию чаще всего возникают следующие ошибки: отсутствие дополнительных соглашений на пролонгацию кредита; несвоевременное отражение в учете просроченных ссуд; несвоевременное отнесение безнадежных кредитов на отдельный 378 счет «Расчеты по безнадежным кредитам».

Источник [6, с. 93–94]

Разрабатывая общую стратегию аудита финансовой отчетности кредитного союза, аудитор уделяет особое внимание:

- 1) системе внутреннего контроля по организации и ведению бухгалтерского учета, составления финансовой отчетности кредитного союза;
- 2) рассмотрению ожидаемых оценок неотъемлемого риска и риска контроля;
- 3) оценке аудиторского риска;
- 4) оценке существенности;
- 5) операциям, которые являются характерными и нехарактерными для деятельности кредитного союза, и документации, которые касаются;
- 6) важным утверждениям для типовых статей финансовой отчетности кредитного союза;
- 7) использованию кредитным союзом программного обеспечения комплексной информационной системы;
- 8) учету нормативно-правовых актов;
- 9) непредсказуемым обязательствам;
- 10) наличию операций со связанными лицами;
- 11) существованию факторов риска мошенничества, которые свидетельствуют о возможности мошенничества в финансовой отчетности или незаконного присвоения активов;
- 12) соображениям относительно непрерывности деятельности;
- 13) определению характера, расчета времени и объема аудиторских процедур, которые следует выполнить [8, с. 34].

Аудитор получает аудиторские доказательства для формулировки обоснованных выводов, на основании составляющих аудиторский отчет, с помощью следующих процедур:

- процедуры оценки рисков, в том числе тестов внедрение процедур контроля;
- дальнейшие процедуры аудита, которые состоят из: тестов эффективности процедур внутреннего контроля, если это требуется МСА, или по решению аудитора;
- процедур по существу, включая детальные тесты и аналитические процедуры по существу.

Стоит отметить, что в процессе подбора аудитором соответствующих процедур необходимо обращать внимание на конкретные аудиторские доказательства. Например, для кредитного союза к особо важным утверждениям в финансовой отчетности относятся:

1) относительно кредитного портфеля: существование (аудитор рассматривает необходимость внешнего подтверждения существования кредитов); оценка стоимости (аудитор рассматривает приемлемость резерва на покрытие потерь от невозвращенных займов); оценка кредитоспособности заемщика и классификация кредитов по степени риска; права (аудитор рассматривает, в соответствии документально обеспечены права собственности на кредиты или контроль кредитного союза над ними); представления и раскрытия информации (аудитор рассматривает, раскрыта информация в соответствии с применимой концептуальной основы финансовой отчетности или нормативных требований);

2) относительно других финансовых инвестиций: существование (аудитор рассматривает подтверждение остатков третьими сторонами); оценка стоимости (аудитор рассматривает, нужно оценить вероятность возврата финансовых инвестиций, учитывая кредитоспособность субъекта инвестирования); представления и раскрытия информации (аудитор рассматривает, раскрыта информация в соответствии с применимой концептуальной основы финансовой отчетности или нормативных требований);

3) относительно депозитного портфеля: полнота (аудитор оценивает систему внутреннего контроля по депозитным счетам, рассматривает выполнение процедур подтверждения и аналитических процедур средних остатков и расходов на проценты для того, чтобы оценить обоснованность отраженных в учете остатков на депозитных счетах); представления и раскрытия информации (аудитор определяет, классифицированы обязательства по депозитам в соответствии с нормативными актами и соответствующими учетными принципами);

4) относительно капиталу и резервам: Нацкомфинуслуг уделяет пристальное внимание капиталу и резервам кредитного союза. При таких обстоятельствах существует большое давление на управленческий персонал на участие в обманчивой финансовой отчетности за неправильной классификации активов и обязательств или определения их как менее рискованных, чем они фактически есть. Аудитор рассматривает достаточный капитал и резервы для регуляторных целей (есть ли они требованиям достаточности капитала), есть ли должным раскрытия информации и соответствует ли оно требованиям применимой концептуальной основы финансовой отчетности;

5) относительно процентного дохода и расходов на проценты: оценка (процентные доходы и расходы на проценты обычно являются двумя основными статьями в отчете кредитного союза о финансовых результатах). Аудитор рассматривает: существование удовлетворительных процедур соответствующего учета начисленных доходов и расходов на конец года, оценку адекватности соответствующей системы внутреннего контроля, использование аналитических процедур в оценке обоснованности приведенных в отчетах сумм); наступления (аудитор рассматривает, были процентные доходы и расходы начисленные в соответствии с должным образом документально оформленных кредитов и депозитов и или начисленные доходы и расходы за соответствующие периоды);

6) относительно операциям со связанными сторонами: представление и раскрытие информации (аудитор определяет, должным ли раскрыта информация об операциях со связанными сторонами и соблюдены нормативные требования по кредитованию связанных лиц);

7) относительно примечаний к финансовой отчетности: представление и раскрытие информации (аудитор определяет, составлены примечания к финансовой отчетности кредитного союза в соответствии с применимой концептуальной основы финансовой отчетности) [8, с. 35-37].

Аудитор в процессе проведения проверки финансовой отчетности составляет два итоговых документа: аудиторское заключение и отчет о результатах аудиторской проверки.

Согласно МСА 700 аудиторское заключение – это официальный документ, заверенный подписью и печатью аудитора (аудиторской фирмы), который составляется в установленном порядке по результатам проведенного аудита и включает в себя выводы относительно полноты и соответствия действующему законодательству и установленным нормативам бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности [9].

Аудиторское заключение предназначено для широкого круга пользователей, его обнародование является свидетельством того, что годовая финансовая отчетность кредитного союза как в целом, так и во всех частях соответствует действующему законодательству Украины, правилам ведения бухгалтерского учета и является достоверным. Аудиторское заключение по результатам обязательного внешнего аудита годовой финансовой отчетности и годовых отчетных данных кредитного союза составляется согласно требованиям



действующего законодательства Украины, международных стандартов аудита, а также с учетом рекомендаций Госфинуслуг. В аудиторском заключении по результатам проведения аудита годовой финансовой отчетности должно содержаться четко сформулирована мысль аудитора по поводу того, или финансовые отчеты раскрывают информацию и отражают (или подают достоверно во всех существенных аспектах) финансовое состояние кредитного союза, а также результат ее деятельности, движение собственного капитала и движения денежных средств в соответствии с применяемой концептуальной основой финансовой отчетности. В аудиторском заключении по результатам проведения аудита годовых отчетных данных кредитного союза должно содержаться мнение аудитора о соответствии каждой составной части годовых отчетных данных требованиям Госфинуслуг.

Аудиторское заключение может быть: безусловно-положительным, условно-положительным, отрицательным или дается отказ от предоставления заключения о финансовой отчетности предприятия.

1. Безусловно-положительное заключение – предоставленная информация дает действительное и полное представление о реальном составе активов и пассивов, хозяйственная деятельность осуществляется в соответствии с действующим законодательством, система учета соответствует законодательным и нормативным требованиям, финансовая отчетность составлена на основании настоящих данных учета и достоверно отражает финансовое положение.

2. Условно-положительное заключение (есть фундаментальная неопределенность). В связи с невозможностью проверки отдельных фактов аудитор не может выразить свое мнение относительно указанных моментов, но они имеют ограниченное влияние на состояние дел в целом и не перекручивают действительное финансовое состояние.

3. Отрицательное заключение. Аудитом установлены нарушения, которые искривляют реальное состояние дел предприятия. Принятая система учета не соответствует законодательным и нормативным требованиям. Данные финансовой отчетности не соответствуют учетным данным. Таким образом, данные бухгалтерского учета и финансовой отчетности не дают достоверного представления о действительном финансовом состоянии.

4. Отказ от предоставления заключения. В связи с невозможностью проверить факты аудитор не может выразить мнение относительно указанных моментов. Представленные моменты существенно влияют на истинное положение дел в целом. В связи с отсутствием достаточных аудиторских свидетельств аудитор не может выдать объективное аудиторское заключение [3].

Например, в 2013 г. был проведен внешний аудит кредитного союза «Оберег» Обществом с ограниченной ответственностью «Аудиторская фирма «Евроаудит»» проведен аудит финансовой отчетности кредитного союза «Оберег». Согласно МСА 705 «Модификации мысли в отчете независимого аудитора» аудиторской фирмой был составлен вывод, как «условно – положительного мнения» [1]. В случаях, когда на основе полученных аудиторских доказательств аудитор приходит к выводу, что финансовая отчетность в целом содержит существенные искажения, или не имеет возможности получить достаточные и приемлемые аудиторские доказательства, чтобы прийти к выводу, что финансовая отчетность в целом не содержит существенных искажений, аудитор должен модифицировать мнение в аудиторском отчете [2].

Аудитор выражает условно-положительное мнение, если: получив достаточные и приемлемые аудиторские доказательства приходит к выводу, взятые отдельно или в совокупности искривление являются существенными, однако не всеобъемлющими для финансовой отчетности, или не имеет возможности получить достаточные и приемлемые аудиторские доказательства для обоснования мысли, однако приходит к выводу, что возможное влияние на финансовую отчетность выявленных искажений может быть существенным, но не всеобъемлющим [2].

Одновременно с составлением аудиторского заключения, аудитор готовит и подает заказчику (руководству кредитного союза) аудиторский отчет в письменной форме. Международные стандарты аудита не устанавливают специальных требований относительно содержания и структуры аудиторского отчета. Отчет аудитора перед заказчиком составляют в произвольной форме. Его разделы, содержание, количество приложений не регламентируют – каждая аудиторская фирма (аудитор) выбирает удобные для себя и клиента формы представления информации. Основная цель аудиторского отчета – оказать практическую помощь руководству и экономическим службам кредитного союза по ведению дел и управления его финансами, а также по налаживанию бухгалтерского (финансового) и управленческого учета. В аудиторском отчете обязательно называются все выявленные ошибки в работе и финансовых отчетах и обязательно предоставляется их характеристика по существенности, а в итоге даются рекомендации относительно возможного исправления выявленных ошибок [6, с. 96].

Сегодня кредитная кооперация развивается в жестких условиях, а именно: несовершенство законодательных актов, финансовой нестабильности, снижения доверия населения к финансово-кредитным учреждениям. Главной проблемой развития кредитных союзов все еще остается недоверчивое отношение населения. Граждане Украины отдают предпочтение банковским учреждениям, поскольку те несут большую юридическую ответственность и контролируются государственными органами власти [7, с. 59].

24 мая 2011 г. Всеукраинская ассоциация кредитных союзов (ВАКС) и Аудиторская палата Украины подписали договор о сотрудничестве, на основании которого стороны договорились сотрудничать по следующим направлениям:

- проведение с участием Сторон научных, научно-практических конференций, семинаров, симпозиумов с целью подготовки научно обоснованных подходов к решению проблем в сфере предоставления аудиторских услуг кредитным союзам;
- создание совместных авторских коллективов для разработки и внедрения методик аудиторских проверок кредитных союзов, учебников, пособий и т.п. по вопросам деятельности;
- подготовка и издание методической литературы и экспертиза методических пособий;
- создание программ по переподготовке и повышению квалификации специалистов кредитных союзов с участием Аудиторской палаты Украины;
- взаимный обмен текущей информацией, которая представляет интерес для другой Стороны.

Плодотворное сотрудничество ВАКС с Аудиторской палатой Украины для улучшения качества и профессионализма аудиторских услуг, предоставляемых кредитным союзам, по нашему мнению, сделает более достоверной ежегодную информацию о финансовом учреждении, которую обнародуют для ознакомления участников рынка в соответствии с требованиями законодательства, и будет способствовать повышению доверия граждан к кредитным союзам как финансового института кредитной кооперации [4].

Рассмотрев вопрос особенностей проведения внешнего аудита деятельности кредитных союзов, можно сделать вывод, что он является обязательным при осуществлении любых финансовых операций. Важна достоверность информации, которая предоставляется аудиторскими фирмами. Такое развитие услуг аудита обусловлено в первую очередь потребностями субъектов хозяйствования государства, а также аудиторских фирм. Анализ финансовой отчетности является важной частью аудита, без которой невозможно ведение учета любого предприятия. По нашему мнению необходимо глубокое рассмотрение проблемы совершенствования аудита на основе применения зарубежного опыта.

#### **Список использованных источников**

1. Аудиторское заключение (отчет независимого аудитора) по полному пакету финансовой отчетности общего назначения и годовых отчетных данных Кредитного союза «Оберег» за 2013 год. – М.: ООО «Аудиторская фирма «Евроаудит». – 9 с.
2. Аудиторское заключение: от простого к осложненного [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://p-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive/538?view=material](http://p-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/538?view=material).
3. Войчук, Н. Г. Особенности предоставления различных видов аудиторских заключений / Н.Г. Войчук, Д.В. Станивчук // Вестник Винницкого аграрного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/9\\_NND\\_2012/Economics/7\\_104999.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/7_104999.doc.htm).
4. Всеукраинская ассоциация кредитных союзов и Аудиторская палата подписала договор о сотрудничестве [Электронный ресурс]. – Всеукраинская ассоциация кредитных союзов. Режим доступа: [http://www.vaks.org.ua/?id\\_news=300](http://www.vaks.org.ua/?id_news=300).
5. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс] Закон Украины, 22 апр. 1993 г., № 3125-ХП. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.
6. Кот, А. В. Особенности внешнего аудита деятельности кредитных союзов / А. В. Кот // Финансы, учет и аудит. – 2012. – №19. – С. 91–97.
7. Малиновская, А. Я. Перспективы развития кредитных союзов в качестве необходимого инструмента предоставления финансовых услуг / А. Я. Малиновская // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 5/3 (19). – С. 59–62.
8. Методические рекомендации по проведению аудита финансовой отчетности кредитных союзов в соответствии с международными стандартами аудита: Утвержден решением Аудиторской палаты Украины от 01.11.2012 №260 / 6.
9. Международный стандарт аудита 700 Аудиторское заключение о финансовой отчетности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pro-u4ot.info/?section=browse&CatID=162&ArtID=773>
10. Потопальская, Г. Г. Внешний и внутренний аудит в Украине [Электронный ресурс] / Г. Г. Потопальская. – Режим доступа: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=8&n=54&c=1160>

## ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА ЧИЛИ

**В.А. Демченко,**

ассистент кафедры страхования

*Государственное высшее учебное заведение*

*«Киевский национальный экономический университет*

*имени Вадима Гетьмана», г. Киев*

Введение пенсионной реформы является очень важным шагом для государства. Фактически во всех странах или активно обсуждаются, или уже реализуются меры для усовершенствования действующих пенсионных систем. Поэтому необходимо отметить, что реформы должны быть рассчитаны на определенный уровень развития экономики, степень прозрачности фондового рынка, потребности граждан. Пенсионные системы работают лучше только в тех странах, которые не испытывают демографических проблем. Но таковых все меньше. Государства по-разному пытаются спланировать достойную старость своему населению, увеличив нормы сбережений населения и обеспечить экономику дополнительными финансовыми ресурсами.

Одним из таких государств является Чили. Пенсионная система Чили, которая существует уже более двух десятилетий, и считается достаточно зрелой, введена А. Пиночетом в 1981 году. Основная задача этой модели – исключить влияние государства и политики на систему пенсионного обеспечения. Чили успешно осуществила переход на новую систему, поскольку правительство подкрепило реформы ужесточением бюджетной дисциплины и снизило налоги на фонд заработной платы, отказавшись от солидарной системы в пользу личных накопительных вкладов. Наемный работник может самостоятельно выбрать не только управляющего, но и один из пяти видов фондов, отличающихся степенью рисковости инвестиционной стратегии. Самым рисковым является пенсионный фонд «А», 80 % активов которого вложены в акции. Портфель самого консервативного фонда «Е» почти полностью состоит из облигаций с фиксированной ставкой. Чилийская пенсионная программа рассчитана на 40 лет. В конце этого срока размер пенсии должен достичь 400 долл. США.

Модель двухуровневая. *Первый уровень* – это обязательные отчисления средств из заработной платы работника в один из частных пенсионных фондов, строго контролируемых государством. Каждый работник формирует личный накопительный вклад, который затем становится его будущей пенсией. Пенсионные фонды обеспечивают минимально гарантированную доходность и защиту от риска своих вкладчиков. Каждому гражданину предоставлено право перехода из одного фонда в другой. В случае достижения пенсионного возраста застрахованное лицо получает выплаты накопленной суммы либо использует накопленный капитал для приобретения пожизненной личной пенсии. Если стратегия того или иного фонда не приносит достаточной прибыли, пенсия при определенных условиях предоставляется государством. *Второй уровень* – это страхование на случай наступления инвалидности или потери кормильца (3 % от заработной платы). За 20 лет реализации этой модели уровень пенсии в Чили достиг 200 долл. США. Эту же модель взяли за основу Аргентина, Перу, Колумбия и Казахстан [1].

Пенсионная система Чили считается лучшей по финансированию пенсий. Она гарантирует государственную выплату, дополняющую обязательное накопительное страхование в частных фондах. Внедрение новой пенсионной системы в Чили повлияло на экономику этой страны и способствовало развитию национальной финансовой системы.

Конечно, такая система имеет и свои недостатки. Главный – слишком высокая зависимость от колебаний на финансовых рынках. К примеру, в 2008 году фонды показали отрицательную годовую доходность: фонды группы «А» – минус 40 %, группы «Е» – минус 1 %. Однако уже в 2009 году ситуация выровнялась и фонды стали вновь получать прибыль.

Недостатки такой системы также в том, что большой процент населения оказался вне пенсионной системы. В 2006 г. ее участниками были 60 % работающего населения, тогда как самозанятые и безработные не могли обеспечить регулярность взносов в фонды. В связи с этим с 1 июля 2008 г. в Чили вступила в силу пенсионная реформа, внедрила солидарную пенсионную систему, финансируемую за счет общих налогов, в частности НДС. Самые бедные жители страны старше 65 лет и оставшиеся без частной пенсии получают выплаты из солидарной системы в размере \$115 в месяц. Поскольку с 2012 г. сумму увеличили до \$145 и самозанятое население, которое участвовало до 2012г. в частной пенсионной системе было добровольное, то с 2012г. отчисляли на свой накопительный счет 10 % из 40 % налогооблагаемого дохода. А с 2015г. начали отчислять на свой накопительный счет 10 % со всего заработка [1]. Пенсионные компании руководят фондовым взносом, прибыль какого перечисляется на отдельные индивидуальные счета вкладчиков. После выхода на пенсию у пенсионеров есть возможность снимать накопительные средства постепенно со своего счета. Также в Чили пенсия индексируется с расчетом инфляции на основе государственных индексированных облигациях.

Таким образом, можно отметить, что реформа пенсионного обеспечения в Чили была составной частью общей программы преобразование национальной экономики, которая предусматривала значительные меры по реформированию финансовой и банковской систем, а также фондовых рынков до начала проведения собственно пенсионной реформы. Также следует заметить, что в Чили реформа системы пенсионного обеспечения началась во время роста ВВП и профицита в государственного бюджета. Эти факторы способствовали успеху программы реформирования пенсионного обеспечения.

Подводя итоги, стоит отметить что из восьми стран, которые представляют регион Латинской Америки, только в Чили был достигнут положительный результат пенсионной реформы. Пенсионная система Чили считается лучшей по финансированию пенсий. Она гарантирует государственную выплату, что подкрепляется обязательным накопительным страхованием в частных фондах. Введение новой пенсионной системы существенно повлияло на экономику этой страны и способствовало развитию национальной финансовой системы.

#### **Список использованных источников**

1. Яценко, В. Уроки чилийской пенсионной революции / В. Яценко, Н. Винер // Украина : аспекты труда. – 2000. – № 5. – С. 38–45.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spensiones.cl/portal/informes/581/w3-article-8557.html>. – Дата доступа: 16.03.2015.

## **ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ**

**В.М. Недведцкий,**  
аспирант

**О.Л. Шулейко,**  
канд. экон. наук

*Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск*

Существенной проблемой для любой экономики страны является наличие естественных монополий. Монополисты занимают доминирующее положение, что дает им право, извлекать больший доход по сравнению с другими производителями. Естественные монополии в сфере жилищно-коммунального хозяйства – это также один из важнейших вопросов экономики Республики Беларусь на сегодняшний день.

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является важнейшей отраслью национальной экономики Республики Беларусь, в состав которой входят жилищное хозяйство и ремонтно-эксплуатационное производство, водоснабжение и водоотведение, коммунальная теплоэнергетика, благоустройство населенных пунктов, включая дорожное хозяйство, санитарную очистку, озеленение.

Задачи ЖКХ в настоящее время сводятся к обеспечению сохранности и эффективного использования жилищного фонда страны, повышению уровня благоустройства и санитарного состояния городов, бесперебойному и качественному обеспечению населения коммунальными услугами [3].

ЖКХ является важным сектором экономики, от состояния которого зависит жизнеобеспечение населения и производственная инфраструктура. На современном этапе хозяйствования ЖКХ является практически неконкурентным звеном экономики с множеством технологических особенностей, с преобладанием государства в управлении и решении всех проблем отрасли [4]. Преобладающей организационно-правовой формой собственности в жилищно-коммунальном хозяйстве Республики Беларусь являются унитарные предприятия.

Количество организаций, оказывающих коммунальные и прочие услуги в национальной экономике по состоянию на 01.01.2014 года – 10452 единицы; жилищно-коммунальное хозяйство в экономике страны занимает не ведущее, но существенное место – активная часть основных средств в общем объеме основных средств организаций составляет 16,0 % (предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг).

Важными проблемами, стоящими перед отраслью ЖКХ на современном этапе хозяйствования, является наличие задолженности по коммунальным платежам в связи с ростом тарифов, наличие перекрестного субсидирования, наличие большого количества предприятий, работающих в отрасли, необходимость экономики топливно-энергетических ресурсов.

Часто вопросы роста тарифов связывают с задачами модернизации и развития ЖКХ. Однако, как показывает практика, решение проблемы ЖКХ нужно искать не в объемах финансирования и высоких тарифах, оно кроется в современных технологиях, которые увеличат эффективность отрасли, и в пересмотре всей экономики отрасли – начиная с тарифов.

Платежи по тарифам на услуги естественных монополий закладываются в цены практически всех товаров и услуг в экономике. Рост цен на электричество, воду, газ и транспортные услуги приводит к росту стоимости проезда, продовольствия, жилищно-коммунальных услуг и т. д. Значительный или незначительный рост тарифов монополистов провоцирует цепную реакцию повышения цен, что превращается в стремительный разгон темпов инфляции. Такая ситуация особенно опасна, если тарифы монополистов не имеют под собой экономической основы.

Проблема индексации тарифов естественных монополий сложна. С одной стороны, индексация становится фактором, разгоняющим инфляцию. Кроме того, рост тарифов естественных монополий влияет на инфляцию и через другой канал: более дорогая электроэнергия повышает издержки компаний, которые, в свою очередь, стараются перекладывать их на конечного потребителя. С другой стороны, от тарифов зависит выручка и, соответственно, прибыль компаний естественных монополий. А уровень прибыли данных компаний влияет на инвестиционные программы и капитальные вложения, поскольку модернизация сетей является приоритетным проектом для экономики. И конечно, снижение выручки энергетических и транспортных компаний будет снижать их эффективность [2].

В национальной экономике сложилась следующая практика формирования и регулирования тарифов на ЖКУ в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2011 г. № 72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь»:

- тарифы на теплоснабжение, электроснабжение, газоснабжение для нужд населения устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь, а тарифы на водоснабжение, водоотведение (канализацию), пользование лифтом, техническое обслуживание, капитальный ремонт жилого дома – облисполкомами и Минским горисполкомом (по согласованию с Министерством экономики), тарифы на услуги по вывозу, обезвреживанию и переработке твердых коммунальных отходов, оказываемых населению, – облисполкомами и Минским горисполкомом;
- тарифы на услуги по тепло- и водоснабжению, водоотведению (канализации), вывозу, обезвреживанию и переработке твердых и жидких коммунальных отходов, оказываемые юридическим лицам организациями системы Министерства жилищно-коммунального хозяйства, а также физическим лицам (в том числе индивидуальным предпринимателям), эксплуатирующим нежилые помещения, устанавливаются облисполкомами и Минским горисполкомом [6].

Проводимая в Республике Беларусь социально ориентированная тарифная политика в исследуемой сфере обуславливает зависимость сектора от постоянной бюджетной поддержки. Тарифы на жилищно-коммунальные услуги отражают значимость социальной защиты потребителей и гарантируют им доступ к услугам по доступной цене. Тем не менее, по данным исследований Всемирного банка перекрестное субсидирование в Республике Беларусь представляет собой слабое звено для всего сектора, например, так 30 % водопотребления и 77 % доходов данного сектора приходится на долю менее 2 % потребителей. Даже в условиях перекрестного субсидирования около 25 процентов предприятий сектора имеют очень низкий уровень возмещения затрат. Субсидии на операционную деятельность выделяются систематически для покрытия убытков, понесенных предприятиями, и это практика не способствует эффективной работе. Однако Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. было предусмотрено ликвидация субсидий на операционную деятельность и перекрестного субсидирования к 2015 году, очевидно, что эта задача не выполнена.

Одной из основных причин опережения роста тарифов на жилищно-коммунальные услуги (ЖКУ) по сравнению с ростом реальной заработной платы населения является незаинтересованность монопольных предприятий, оказывающих ЖКУ, в повышении эффективности своей деятельности. Это связано прежде всего с использованием затратного метода ценообразования, которое основано на использовании установленных нормативов затрат и рентабельности, что влечет за собой включение в тарифы неэффективных затрат и способствует их росту. Если говорить о создании рыночных стимулов к инновациям, необходимо принципиально менять методологию определения эффективности и обоснованности тарифов. При этом нужно учитывать инвестиционную составляющую, но только те инвестиции, которые действительно идут на модернизацию [1].

Проводимая в Республике Беларусь тарифная политика в сфере оказания коммунальных услуг нацелена на обеспечение баланса интересов между населением, пользователями данных услуг, организациями ЖКХ, оказывающими данные услуги, и государством, ориентированным на снижение величины государственных дотаций. Все это возможно в условиях переходной экономики только через поэтапное доведение тарифов до уровня окупаемости затрат для населения по мере роста реальных доходов населения.

Международный опыт говорит о том, что тарифная политика разрабатывается так, чтобы население оплачивало услуги в полном объеме, организации-поставщики услуг окупали свои затраты и получали прибыль необходимую для дальнейшего развития.

Динамика роста тарифов ЖКХ, ИПЦ и реальной заработной платы населения представлена в таблице.

**Рост тарифов ЖКХ по отношению к росту инфляции и реальной заработной платы  
в Республике Беларусь за 2010-2014 гг.  
(в % к декабрю прошлого года)**

Год	Рост тарифов ЖКХ, %	ИПЦ, %	Рост реальной заработной платы, %
2010	101,7	109,9	115,0
2011	142,5	208,7	101,9
2012	127,9	121,8	121,5
2013	147,8	116,5	116,4
2014	133,7	116,2	100,3 <sup>1)</sup>

1) Без микроорганизаций и малых организаций ведомственной подчиненности

Источник:[5,7].

По данным представленным в таблице можно утверждать, что рост цен на ЖКУ дает существенный прирост в динамике инфляции. Из таблицы также видно, что для Республики Беларусь характерен стабильный рост коммунальных тарифов, причем рост тарифов ЖКХ опережает рост реальных доходов работников. Одной из основных причин опережения роста тарифов на жилищно-коммунальные услуги (ЖКУ) по сравнению с ростом реальной заработной платы населения является незаинтересованность монопольных предприятий, оказывающих ЖКУ, в повышении эффективности своей деятельности. Это связано прежде всего с использованием затратного метода ценообразования, которое основано на использовании установленных нормативов затрат и рентабельности, что влечет за собой включение в тарифы неэффективных затрат и способствует их росту. Если говорить о создании рыночных стимулов к инновациям, необходимо принципиально менять методологию определения эффективности и обоснованности тарифов [1].

Правительство Республики Беларусь в последнее время все больше внимания стало уделять индексации тарифов естественных монополий, так как серьезно оценивает их влияние на темп инфляции в стране. Однако это не решение возникшей проблемы, так как тарифы продолжают расти.

Очевидно, что дальнейшее развитие ЖКХ должно основываться на сочетании рыночных и государственных регуляторов функционирования отрасли, включая тарифное регулирование и реформирование самой отрасли, включая организационные преобразования.

Таким образом, формирование тарифов должно производиться исходя из уровня себестоимости, утвержденного при формировании планово-расчетных цен, и механизма, предусмотренного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 11 апреля 1997 г. № 329 «О формировании цен на коммунальные услуги для юридических лиц» исходя из уровня себестоимости услуг, предельного уровня рентабельности и суммы перекрестного субсидирования по невозмещенным тарифами и бюджетными субсидиями затратам на оказание услуг населению.

Также при формировании тарифов на жилищно-коммунальные услуги в Республике Беларусь необходимо учитывать и социальный аспект – обеспечение реального увеличения денежных доходов средних и малообеспеченных слоев населения, так как возможна и обратная реакция: резкое увеличение тарифов может негативно сказаться на благосостоянии указанных групп населения страны. Значительные затраты на подключение к сетям, перекрестное субсидирование за счет промышленных потребителей формируют стимулы к созданию объектов собственной генерации у промышленных потребителей.

Проведенный анализ показывает, что проводимая тарифная политика должна обеспечивать формирование необходимых источников поддержки и развития инфраструктурных отраслей.

### Список использованных источников

- Герасименко, В. В. Принципы тарифной политики и задачи стимулирования экономического роста / В. В. Герасименко // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2014. – Вып. 3. – С. 11–17.
- Обухова, Е. Решение проблемы ЖКХ в пересмотре всей экономики начиная с тарифов / Е. Обухова, Е. Огородников // Эксперт. 2013. № 23 (854).
- Сакович, Т. В. Тарифная политика в жилищном хозяйстве РБ: социально-экономический аспект / Т. В. Сакович // Труды Минского института управления. 2008. № 2. С. 120.
- Сачёк, А. Н. Государственно-частное партнерство в жилищно-коммунальном хозяйстве: зарубежный опыт в интересах Беларуси / А. Н. Сачёк // Вестник ГрГУ им. Я. Купалы. – 2011. Серия 5. – № 2 (120).
- Статистический ежегодник Республика Беларусь 2014 / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол. В.И. Зиновский [и др.]. – Минск: Нац. статист. комитет Респ. Беларусь, 2014. – 534 с.
- О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 25 февраля 2011г. № 72 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
- Фактический материал Национального статистического комитета Республики Беларусь.

# ОСОБЕННОСТЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

**Н.В. Юрова,**

магистр экономических наук

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Рынок труда представляет собой сложный социально – экономический механизм, отражающий совокупность отношений между людьми по поводу воспроизводства трудового потенциала в условиях товарного производства и по его законам.

Как экономическая категория рынок труда представляет собой систему производственных отношений между работниками, предпринимателями и государством, во-первых, по поводу обмена индивидуальной способности к труду на фонд жизненных средств, необходимых для воспроизводства рабочей силы, и, во-вторых, по поводу размещения работников в системе общественного разделения труда в соответствии с законами товарного производства и обращения [1, с. 95].

Компоненты рынка труда – цена, конкуренция, спрос и предложение рабочей силы. Цена выступает в виде заработной платы, спрос – в форме потребности той или иной отрасли, того или иного региона, предприятия в рабочей силе, а предложение – в форме численности и структуры наличных трудовых ресурсов [1, с.96].

Рынок труда обладает рядом особенностей, отличающих его от других рынков.

Во-первых, спрос на рынке труда является производным от спроса на товары и услуги производственного и личного потребления. Преломленность спроса на рынке труда через спрос на рынке товаров и услуг замедляет, а иногда и трансформирует импульсы потребительских ожиданий.

Во-вторых, специфичность реализуемого на нем товара рабочая сила связана с непосредственной ее слитностью с личностью работника, что значительно социализирует экономические процессы, происходящие на рынке труда. За проблемами реализации рабочей силы непосредственно стоят судьбы работников, а при определенных условиях — и судьбы правительств.

В-третьих, на нем невозможно в полной мере осуществить характерный для рыночной экономики принцип «примата потребителя», поскольку даже самый высокий уровень развития рыночной экономики не отменяет предложения на рынке труда таких слабозащищенных социальных групп работников, как молодежь, женщины, инвалиды и др. [2, с.311].

В 2014 г. на рынке труда в целом наблюдалась относительно благоприятная ситуация. Основные его индикаторы демонстрировали положительную динамику увеличения спроса на рабочую силу, роста численности занятых в экономике, улучшения показателей использования рабочего времени. Численность занятых в экономике в декабре 2014 г. составила 4 470,8 тыс. человек [3].

В соответствии с Прогнозом социально-экономического развития на 2015 г. целевой параметр занятости населения составляет 4432 тыс. чел. [4]. Однако в случае сокращения производства в экспортоориентированных отраслях может, вследствие мирового финансово-экономического кризиса, возникнуть ситуация, когда субъекты хозяйствования вынуждены будут высвобождать часть невостребованной рабочей силы.

Относительно стабильный уровень занятости в 2015 году будет сопровождаться увеличением масштабов вынужденной неполной занятости, которая, по оценкам, может достигнуть 3–5 %.

Одним из последствий мирового финансово-экономического кризиса стало расширение скрытых форм безработицы при относительно низком ее официальном уровне. Предложение органами по труду, занятости и социальной защите в большинстве случаев низкооплачиваемых рабочих мест, низкий размер пособия по безработице снижают мотивацию незанятых граждан к официальной регистрации. По оценке специалистов, в Беларуси уровень общей безработицы, рассчитанной по методологии Международной организации труда (МОТ), превышает официально регистрируемый показатель в 8-9 раз и достигает 4,8 % от экономически активного населения. Для получения более достоверных данных о незарегистрированных безработных необходимо по опыту России и других стран проводить ежеквартальные выборочные обследования домашних хозяйств по проблемам занятости в соответствии с методологией МОТ [4].

Далее рассмотрим данные об уровне безработицы в Республике Беларусь (табл. 1–2, рис. 1).

## Показатели безработицы в Республике Беларусь

Показатель	Значение по годам					
	1995	2000	2011	2012	2013	2014
Численность безработных, тыс. чел.	131,0	95,8	28,2	24,9	20,9	24,2
Уровень безработицы к численности экономически активного населения	2,9	2,1	0,6	0,5	0,5	0,5

Источник: [3].

В Республике Беларусь показатель регистрируемой безработицы, достигший максимального значения – 2,9 % – в 1995 году, снизился до 0,6 % в 2011 году, а в 2014 году составил 0,5 %.

## Данные об уровне безработицы в Республике Беларусь в 2013-2014 гг.

	2013 год	2014 год	2014 год к 2013 году, %
	Зарегистрировано безработных, тыс. человек	Зарегистрировано безработных, тыс. человек	
январь	15,7	13,0	82,8
февраль	14,5	12,4	85,5
март	13,9	12,7	91,4
апрель	15,1	11,1	73,5
май	11,7	11,9	101,7
июнь	11,9	11,8	99,2
июль	12,9	11,3	87,6
август	11,8	11,6	98,3
сентябрь	13,0	12,9	99,2
октябрь	14,2	14,3	100,7
ноябрь	12,7	13,0	102,4
декабрь	11,0	12,2	110,9

Источник: [5].

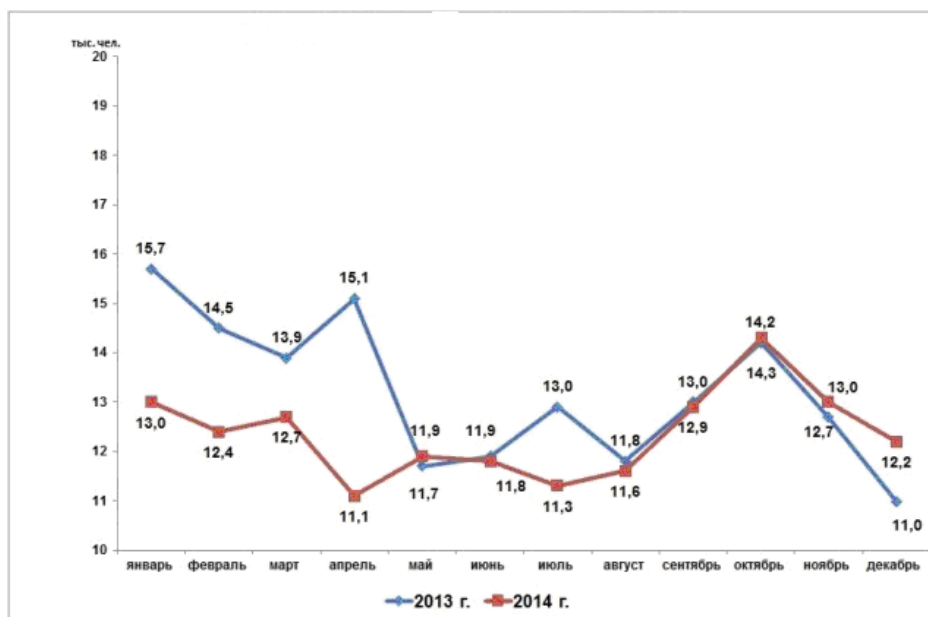


Рис. 1. Данные об уровне зарегистрированной безработицы в Республике Беларусь в 2013–2014 гг.  
Источник: [5].

Итоги 2013 года свидетельствовали о стабильной ситуации на рынке труда. Уровень безработицы удерживался в социально допустимых пределах и на конец декабря составлял 0,5 % к численности экономически активного населения. Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите, на конец декабря 2013 г. составила 20,9 тыс. человек, что на 16,0 % меньше, чем на конец декабря 2012 г. [4].

В январе – декабре 2014 г. в органы по труду, занятости и социальной защиты обратилось за содействием в трудоустройстве 231,1 тыс. человек (89,9 процента от уровня 2013 года), из которых 148,1 тыс. человек зарегистрированы в качестве безработных (93,6 процента от уровня 2013 года). С учетом 34,3 тыс. граждан, состоящих на учете на 1 января 2014 г., всего нуждалось в трудоустройстве 265,4 тыс. человек, из них 169,1 тыс. безработных.



Уровень зарегистрированной безработицы на конец декабря 2014 г. составил 0,5 процента к численности экономически активного населения (в 2013 году – 0,5 процента) [5].

В экономике Республики Беларусь в декабре 2014 г. было занято 4 470,8 тыс. человек, что на 1,1 % меньше, чем в декабре 2013 г. По данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь численность зарегистрированных безработных на конец декабря 2014 г. составила 24,2 тыс. человек, что на 15,4 % больше, чем на конец декабря 2013 г., и на 2,6 % больше, чем на конец ноября 2014 г.

Уровень зарегистрированной безработицы в Республике Беларусь на конец декабря 2014 г., как и на конец декабря 2013 г., составил 0,5 % от экономически активного населения [3].

Далее рассмотрим объем спроса и предложения на рынке труда в 2004–2014 гг. (рис. 2).

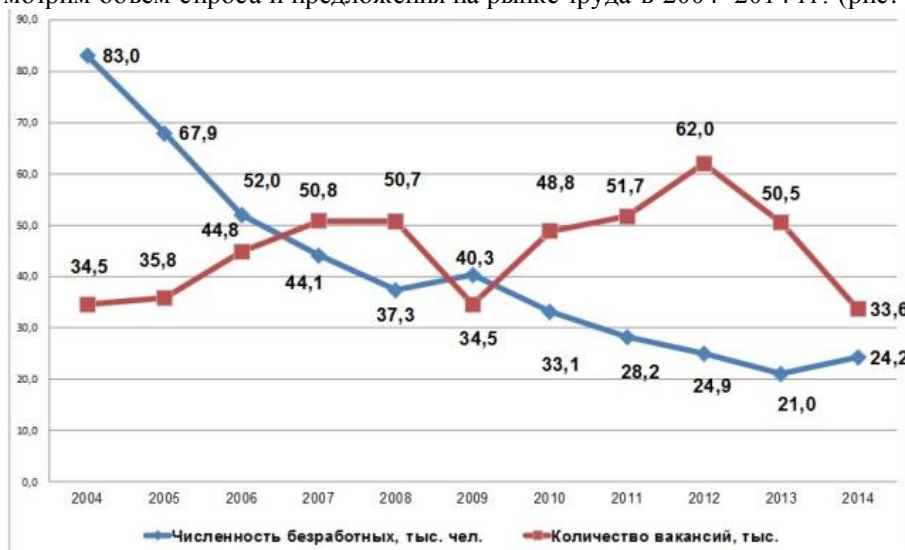


Рис 2. Объем спроса и предложения на рынке труда Республики Беларусь в 2004-2014 гг. Источник: [5].

Спрос на рабочую силу в 2015 году по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снизился.

На 01.01.2015 в органы по труду, занятости и социальной защите поступили сведения о наличии 33,6 тыс. вакансий, что составило 66,5 процента к уровню 2013 года. При этом рынок труда ориентирован на рабочие профессии, которые составили 67,3 процента от общего количества, заявленных нанимателями вакансий (75,5 процента в 2013 году).

Напряженность на рынке труда варьируется от 1,3 безработного на 1 вакансию в Гомельской области до 0,2 безработного на 1 вакансию в г. Минске, где вакансий в 4,3 раз больше, чем безработных.

В январе-декабре 2014 г. регистрация безработных, особо нуждающихся в социальной защите и не способных на равных условиях конкурировать на рынке труда (инвалидов, детей-сирот, родителей в многодетных и неполных семьях, а также воспитывающих детей инвалидов, освобожденных из мест лишения свободы, ветеранов боевых действий на территории других государств, молодежи в возрасте до 21 года, впервые ищущей работу и др.), составила 18,5 процента от общей численности зарегистрированных безработных (в январе-декабре 2013 года – 17,2 процента).

Средняя продолжительность безработицы на конец 2014 г. снизилась и составила 2,9 месяца против 3,1 месяца на конец 2013 г.

В 2014 г. средний период трудоустройства стабилизировался на уровне прошлого года и составил 1,4 месяца. В то же время у женщин он более длительный – 1,7 месяца (у мужчин и молодежи – 1,3 месяца).

Списочная численность работников в январе-декабре 2014 г. составила 3223,9 тыс. человек, или 97,6 процента от показателя за аналогичный период 2013 года.

В январе-декабре 2014 г. соотношение принятых работников и уволенных составило 93,6 процента (в январе-декабре 2013 г. – 91,2 процента). Принято на работу 808,8 тыс. человек, уволено – 864,1 тыс. человек.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь вынужденная неполная занятость составила 184,8 тыс. человек, или 5,7 процента от списочной численности работников (в январе-декабре 2013 г. 127,1 тыс. человек, или 3,8 процента).

Численность работников, переведенных на работу с неполной рабочей неделей (днем), составила 80,1 тыс. человек, или 161,4 процента к январю-декабрю 2013 г. (49,6 тыс. человек).

Численность работников, которым были предоставлены отпуска по инициативе нанимателя, составила 104,7 тыс. человек, или 135,2 процента к январю-декабрю 2013 г. (77,4 тыс. человек).

При этом численность работников, которым были предоставлены отпуска без сохранения заработной платы, составила 39,1 тыс. человек или 37,4 процента общей численности работников, которым были

предоставлены отпуска по инициативе нанимателя (в январе-декабре 2013 г. – 24,1 тыс. человек или 31,1 процента).

Численность занятых в экономике в январе-декабре 2014 г. составила 4486,7 тыс. человек. Численность занятых в декабре 2014 г. составила 4470,8 тыс. человек [5].

Деструктивные последствия мирового финансово-экономического кризиса являются системными и отрицательно проявляются в социально-экономическом развитии, сказываются на состоянии рынка труда Республики Беларусь. Среди таких последствий следует отметить: снижение ВВП, рецессию в промышленности, существенное сокращение активности во внешней торговле товарами и услугами, падение темпов роста производительности труда и резкое снижение уровня рентабельности реализованной продукции, существенное отставание темпов роста производительности труда от темпов роста среднемесячной заработной платы, рост внешнего государственного долга страны, который достиг 5 млрд долл. США и вплотную приблизился к установленному лимиту – 6 млрд долл. США, что сдерживает финансирование мероприятий по развитию рынка труда в стране.

Продолжение проявления совокупности негативных процессов в экономике страны может привести к деградации реального сектора экономики, обострению проблем занятости и социальной защиты населения.

На наш взгляд, решение основных проблем рынка труда требует:

- усиления активной политики занятости, направленной на создание, сохранение и модернизацию рабочих мест прежде всего в конкурентоспособных и жизнеобеспечивающих отраслях и производствах, что вызывает необходимость формирования, со стороны государства, благоприятных условий для создания рабочих мест, совершенствования (с учетом зарубежного опыта) экономического механизма создания рабочих мест в условиях внедрения новых технологий и инновационного развития экономики;
- создания научно-методологического и методического обеспечения проблемы определения перспективной дополнительной потребности экономики в квалифицированных кадрах и на этой основе методик прогнозирования подготовки кадров;
- улучшения подготовки и переподготовки кадров в профессионально-квалификационном разрезе в соответствии с текущими и перспективными потребностями экономики в квалифицированной рабочей силе. Для этого необходимо, используя организационно-экономические и финансовые стимулы, добиться гибкой реакции учебных заведений страны на меняющийся спрос экономики на профессии;
- увеличения объемов обучения безработных под заказ нанимателей, восстановления системы профессионально-технического обучения кадров непосредственно на производстве, осуществления всеобщей профессионализации выпускников общеобразовательных школ в соответствии с потребностями экономики в кадрах;
- разработки специальных программ обеспечения занятости граждан, неспособных на равных условиях конкурировать на рынке труда (инвалидов, молодежи до 18 лет, лиц предпенсионного возраста и т.д.);
- создания (с учетом зарубежного опыта) системы обязательного государственного страхования граждан на случай безработицы;
- сохранение контролируемой ситуации и удержание уровня регистрируемой безработицы в социально допустимых пределах; переход к персонализированному социальному страхованию работающих от безработицы.

Для предотвращения негативного влияния глобального финансово-экономического кризиса на рынок труда представляется необходимой реализация следующих мероприятий упреждающего характера:

- увеличение инвестиций во все сегменты образовательной системы страны;
- опережающая переподготовка работников, находящихся под риском увольнения по профессиям, востребованным на рынке труда;
- принятие широкого спектра программ по переобучению и адаптации населения, потерявшего работу, разработка программ развития общественных и временных работ для временно безработных граждан, направление высвобождающихся из производства на работу по ремонту и модернизации социальной инфраструктуры, в первую очередь, жилищно-коммунального хозяйства и жилья, благоустройству территорий малых городов и сельских поселков;
- осуществление постоянного мониторинга ситуации на рынке труда, введение в обязанности нанимателей заблаговременно сообщать в органы по труду, занятости и социальной защите о переходе на режим вынужденной неполной занятости или временной приостановке производства в связи с последствиями мирового финансово-экономического кризиса;
- ограничение использования иностранной рабочей силы в случае обострения ситуации на рынке труда страны;
- стимулирование развития малого бизнеса и самозанятости населения, развитие народных промыслов и ремесел;

- усиление материальной поддержки высвобождаемых работников и безработных граждан, в том числе повышение размера пособия по безработице до бюджета прожиточного минимума, предоставление права на получение пособия лицам, уволенным по собственному желанию, наравне с другими категориями безработных граждан.

#### Список использованных источников

1. Боровик, В. С. Занятость населения / В. С. Боровик. – Ростов Н/Д.: Феникс, 2012. – 318 с.
2. Экономическая теория: учебник / Н. И. Базылев [и др.] ; под ред. Н. И. Базылева, С.П. Гурко. – Минск: БГЭУ, 2009. – 752 с.
3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 18.03.2015.
4. Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 18.03.2015.
5. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by>. – Дата доступа: 18.03.2015.

## ВНЕДРЕНИЕ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В РОССИИ

Н.С. Сергиенко,

канд. экон. наук, доцент

*ФГБОУ ВПО «Финансовый университет*

*при Правительстве Российской Федерации», г. Калуга*

В российской политологии с середины 90-х годов прошлого века ведется дискуссия о складывающемся в России политическом режиме. При этом характер взаимосвязи между институтами российской политической системы, между властью и структурами гражданского общества, в значительной мере определяются его типом.

В современной политической науке различают несколько теорий демократии, среди которых особое внимание заслуживает Теория демократии участия («парципаторной», «делиберативной», «совещательной» демократии). По своему содержанию теория парципаторной демократии отрицает необходимость политического разделения труда: личность должна обладать правом на всестороннее политическое участие. На рубеже XX – XXI веков она выражается в форме «парципаторного планирования», суть которого состоит в том, что вопросы муниципального значения и предполагаемый бюджет предварительно рассылаются гражданам для обсуждения) или «гражданских жюри» (общественные проблемы решаются в рамках малых групп состоящих из сотрудников местных вузов и культурных центров и соединенных через Интернет) [2, 43].

На основе этой теории и возникло понятие парципаторное бюджетирование (планирование и финансирование).

Общепризнанным считается то, что партиципаторное бюджетирование было впервые введено в Латинской Америке в 80-е гг. XX века. С тех пор это успешная практика, применяемая более чем в 20 странах мира: в Западной и Восточной Европе, США, Латинской Америке и, с недавних пор, в Китае.

Партиципаторное бюджетирование (далее – ПБ) призвано расширить рамки участия граждан в бюджетном процессе путем созыва специальных комиссий, которые занимаются распределением выделенных им средств. Разумеется, речь идет только о тех бюджетных решениях, при которых мнение граждан может быть учтено. Другими словами, ПБ – это процесс распределения части бюджетных средств при участии комиссии, состоящей из граждан и представителей муниципалитета. Иными словами, совместная комиссия решает, как и куда в рамках муниципалитета тратить определенное количество денег. Непосредственно процесс ПБ включает в себя следующие составляющие:

1. Обсуждение специально выделенной части бюджета или внешних привлеченных средств (в большинстве случаев – до 5 % от муниципального бюджета);
2. Необходимое участие в процессе муниципальной и городской администрации;
3. Повторяемость обсуждения (ПБ не может ограничиваться одним собранием, на котором не могут быть рассмотрены все мнения сторон);
4. В процесс ПБ должны быть включены делиберативные процедуры в виде специальных встреч, форумов или обучения (для предоставления гражданам информации о том, как и куда расходуются бюджетные средства, обучения их основам построения бюджетного процесса);
5. Необходимое последующее подведение отчетности о расходовании средств бюджета, выносимого на обсуждение по модели партиципаторного бюджетирования.

В России в 2015 году в целях приведения бюджетной терминологии в соответствие с практической реализацией Научно-исследовательским институтом Минфина России было предложено заменить термин «партиципаторное» на «инициативное», которое по своей сути наиболее близко к значению политологического термина.

Проекты по партиципаторному бюджетированию «Народный бюджет» и «Я планирую бюджет» были запущены Фондом Кудрина по поддержке гражданских инициатив и Европейским университетом в Санкт-Петербурге совместно с администрациями городов и городских поселений в начале 2014 года, после успешного опыта «пилотных» проектов в Череповце и Сосновом Бору в 2013 году [1].

Таким образом, в России практика внедрения, так называемого, инициативного бюджетирования реализуется через различные проекты с использованием средств населения [2,3, 4,].

В широком смысле содержание инициативного бюджетирования включает реализуемую в отдельных регионах Программу поддержки местных инициатив.

В России Программа поддержки местных инициатив реализуется с 2007 года в нескольких субъектах РФ. Первым субъектом РФ, начавшим участие в Программе на региональном уровне, стал Ставропольский край. Свою значимую роль для запуска Программы предлагает Всемирный банк, эксперты которого на протяжении всего проекта сопровождают запуск и реализацию программы.

С 2009 года Программа поддержки местных инициатив при консультационной и экспертной помощи представителей Всемирного банка осуществляется в Кировской области. С 2013 года проект запущен в Нижегородской, Тверской, Тульской областях, Республике Башкортостан.

Программа поддержки местных инициатив (далее – ППМИ) реализуется через проекты муниципальных образований субъекта РФ. Суть подхода состоит в выборе объекта финансирования в рамках проекта населением поселения. Реализация ППМИ позволяет решить на региональном уровне множество задач, среди которых особо выделяются:

- строительство или восстановление объектов социальной и инженерной инфраструктуры;
- поддержка социальной активности населения в муниципальных образованиях;
- развитие механизмов взаимодействия власти и населения, повышение уровня доверия населения к власти за счет его участия в выявлении и согласовании социально-экономических проблем, выборе, реализации и мониторинге проектов;
- повышение эффективности бюджетных расходов за счет вовлечения населения муниципальных образований, где ППМИ реализуется, в процессы принятия решений на местном уровне и усиление общественного контроля над действиями органов местного самоуправления и др.

Как правило, ППМИ объединяет в своем проекте участие в каждом инвестиционном проекте: соответствующего Министерства (департамента), ответственного за реализацию ППМИ в регионе, органов местного самоуправления, реализующих проект в рамках ППМИ, инициативной группы в лице представителей населения соответствующего муниципального образования, конкурсной комиссии и консультантов со стороны Всемирного банка.

Консультанты-представители Всемирного банка в организации финансового обеспечения проектов не принимают участия, поскольку их основная функция состоит в подготовке и проведении информационно-разъяснительной кампании на уровне поселения. Свою деятельность представители Всемирного банка, являющегося некоммерческой организацией в структуре ООН, осуществляют на основании Соглашения о техническом содействии по реализации ППМИ, которое подписывают Всемирный банк и орган исполнительной власти субъекта РФ (в лице Губернатора, представителя Правительства субъекта Федерации).

Важно отметить, что консультантами Всемирного банка становятся жители региона, участвующего в Программе на конкурсной основе. С таким гражданином представительство Всемирного банка в России заключает договор на конкретный объем работ. Согласно договору расходы за оказание возмездных услуг консультантов берет на себя представительство Всемирного банка в Российской Федерации.

В начале реализации проекта представители Всемирного банка проводят обучение с отобранными жителями муниципальных образований по вопросам участия населения в ППМИ, оказывают свое содействие в распространении информации в и поселениях о ходе подготовки и реализации инвестиционных проектов в рамках ППМИ, помогают в подготовке конкурсных заявок, участвуют в мониторинге реализации ППМИ. Кроме того, представители и эксперты Всемирного банка принимают участие в подготовке предложений по оценке и отбору проектов, помогают в подготовке и анализе конкурсных заявок муниципальных образований.

Кроме того, представители Всемирного банка способствуют распространению информации о ходе реализации ППМИ на территории субъекта РФ на межрегиональном, федеральном и международном уровне [1].

Следует отметить, что в настоящее время механизм взаимодействия институтов, участвующих в реализации проектов, сформирован в Ставропольском крае, Кировской, Тверской и Нижегородской области.

Уполномоченными органами исполнительной власти в регионах, ответственными за реализацию проектов в рамках ППМИ являются: в Ставропольском крае – Министерство экономического развития (с 2013 года Министерство финансов); в Кировской области – Департамент социального развития; в Тверской об-

ласти – Министерство финансов и Министерство по работе с территориальными образованиями; в Нижегородской области – Министерство внутренней региональной и муниципальной политики. Взаимодействие участников реализации проектов в рамках ППМИ подчинено выполнению главного условия Программы – участия Министерства или Департамента, ответственного за реализацию ППМИ в регионе, муниципально-го образования, населения в проектах на условии софинансирования, при этом самая большая доля инвестиций на каждый проект выделяется из регионального бюджета в виде субсидий.

Так, в Ставропольском крае, где ППМИ реализуется начиная с 2007 года, объемы запланированного и фактического финансирования ППМИ в 2011 году из краевого бюджета было сокращено, в 2012 году размер финансирования был на уровне 2010 года. В 2013 году в региональном бюджете Ставропольского края был предусмотрен увеличенный объем субсидий на ППМИ (превышающий объем 2012 года более чем в два раза), а в 2014 году в краевом бюджете на софинансирование Программы поддержки местных инициатив было запланировано 61,7 млн рублей.

В Кировской области общий объем субсидий, предусмотренных в региональном бюджете на ППМИ, увеличивался ежегодно, так в 2013 году общий объем субсидий, предусмотренных в областном бюджете, увеличился по сравнению с первым годом реализации Программы в 15 раз.

В других регионах, начавших реализацию программы в 2013 г. (Тверская, Нижегородская области, Республика Башкортостан) пока наблюдается накопление опыта и работа по организации софинансирования проектов.

Однако, необходимо отметить, что в Тверской области в 2014 году по сравнению с 2013 годом, общий объем денежных средств, предусмотренных на софинансирование проектов, увеличился более чем в 3 раза. В первый год осуществления ППМИ в Тверской области из регионального бюджета было выделено 25 миллионов рублей, а сумма одной региональной субсидии в среднем составила 471 тыс. руб. на проект [6]. Управление реализацией ППМИ в Тверской области осуществляет Министерство финансов Тверской области. К участию в конкурсном отборе проектов в 2014 году было представлено 72 заявки от городских и сельских поселений Тверской области, что составляет 20 процентов от их общего количества.

При этом необходимо отметить, что не во всех субъектах РФ, реализующих Программу, общий объем инвестиций запланированных к выделению из регионального бюджета совпадает с фактическим.

Такое несоответствие в Кировской области общего объема запланированных к выделению из регионального бюджета средств на ППМИ с фактически выделенными объемами связано с отсутствием единой нормативной базы реализации ППМИ. В Кировской области, согласно нормативным документам регионального значения, конкурсный отбор заявок от муниципальных поселений происходит в один этап, и никаких возможных вариантов перераспределения субсидий нет, а в других регионах в случае остатка разрабатывается механизм повторного конкурса. Подобный подход приводит к тому, что количество запланированных субсидий из регионального бюджета на ППМИ в Кировской области всегда выше фактического. Это объясняется, как правило, появлением обстоятельств и факторов, влияющих на реализацию проектов, которые на стадии планирования учесть было сложно или невозможно.

Согласно нормативным документам, принятым в Ставропольском крае, Тверской области при высвобождении части объема субсидий, выделяемых из регионального бюджета, такая часть перераспределяется между другими участниками конкурсного отбора, набравшими наибольший балл, по сравнению с другими муниципальными образованиями, так же не прошедшими конкурсный отбор на первом этапе.

Несмотря на то, что порядок предоставления региональных субсидий в каждом субъекте РФ, осуществляющем ППМИ, устанавливается в соответствии с нормативными документами регионального уровня, анализ этих документов позволяет обозначить общие подходы к выделению субсидий из регионального бюджета, характерные для всех субъектов РФ, осуществляющих ППМИ. Так, во всех регионах, осуществляющих ППМИ, после отбора конкурсной комиссией конкурсных заявок Правительство субъекта РФ издает Постановление о распределении субсидий между муниципальными образованиями. Министерство (департамент), ответственное за реализацию ППМИ в регионе, в течение 10-15 рабочих дней (срок устанавливается в нормативно-правовых актах субъекта РФ) после издания Постановления приглашает представителей органов местного самоуправления муниципальных образований, прошедших конкурсный отбор, для подписания Соглашения о предоставлении субсидии. После подписания Соглашения представители инициативной группы совместно с органами местного самоуправления осуществляют сбор средств, сумма которых была определена и зафиксирована в протоколе общего собрания, необходимых для осуществления проекта с жителей муниципального образования и спонсоров. Население муниципального образования, заявка на проект которого прошла конкурсный отбор, может передавать денежные средства непосредственно инициативной группе или через систему платежей.

Важным в проекте является тот факт, что в рамках ППМИ население, так же как и спонсоры проектов, могут совершать вклад в различных формах: в денежной форме, форме неоплачиваемого труда, безвозмездного предоставления материалов, необходимых для реализации проекта в рамках ППМИ, безвозмездного предоставления технических средств (оборудования, механизмов, автомобилей и т.д.), необходимых для реализации проекта в рамках ППМИ, а так же в других формах.

Вклад населения в форме неоплачиваемого труда подразумевает выполнение работ населением или спонсором, не требующих специальной квалификации: при подготовке объекта, который финансируется в рамках проекта ППМИ; к началу строительных (ремонтных) работ, а так же во время строительных (ремонтных) работ. Примером других форм вклада населения и спонсоров проекта является организация бытовых условий строительных организаций (отдых, питание и т.д. Однако, осуществление населением вклада в проект в рамках ППМИ не в денежной форме, не подменяет обязательного участия населения муниципального образования в проекте на условиях софинансирования.

В каждом регионе, участвующем в ППМИ, в нормативных документах регионального значения, самостоятельно устанавливается относительный минимум софинансирования проекта физическими лицами муниципального образования в рамках Программы, однако, чем больше доля софинансирования проекта, тем больше баллов получает заявка проекта на конкурсном отборе. Участие дополнительного финансового института реализации проектов в рамках ППМИ (спонсоров) минимальными и максимальными пределами не ограничено. В 2013 году в регионах, для участия проектов в конкурсном отборе в рамках ППМИ были установлены пределы.

Как правило, установленный порядок предусматривает механизм, при котором субсидии из бюджета субъекта РФ перечисляются в муниципальное образование только после предоставления в Министерство (департамент, ответственный за ППМИ в регионе), документов, подтверждающих в полном объеме фактическое выполнение работ, оказание услуг по проекту, на реализацию которого и было предусмотрено предоставление региональной субсидии.

Министерство (департамент) субъекта РФ обеспечивает предоставление субсидии муниципальным образованиям. Они направляются на реализацию соответствующих проектов в объемах, утвержденных лимитов объемов финансирования. Лимит объемов финансирования одного инвестиционного проекта в рамках ППМИ во всех регионах, участвующих в Программе, меняется ежегодно. Лимиты финансирования на один проект из регионального бюджета во всех субъектах РФ, осуществляющих ППМИ различны.

Так в 2013 году в Тверской области на каждый проект из регионального бюджета было выделено максимум 0,5 млн рублей, в Ставропольском крае 3 млн рублей, в Кировской области 0,5 млн рублей и 1,5 млн рублей.

Кроме того, в Кировской области можно отметить одновременное существование в 2013 году двух лимитов объемов финансирования, что обусловлено тем, что в Кировской области каждое муниципальное образование могло представить до 4-х заявок. При этом на один проект, в данном муниципальном образовании, можно было получить субсидию 1,5 млн рублей и на три проекта, в этом же муниципальном образовании, по 0,5 млн рублей на каждый.

Кировская область выделяется на фоне других регионов и объемами средств, собранных в качестве самообложения. Лидирует Кировская область по этому показателю на протяжении последних четырех лет. Уже в 2012 году средства самообложения собирались в 217 поселениях региона, что составляет почти 60 % от общего количества поселений [2,3,4].

В случае если в процессе закупок и реализации проектов в рамках ППМИ стоимость закупленных работ, оборудования и услуг оказывается выше, чем это предполагалось при планировании проекта, недостающую сумму восполняет муниципальное образование за счет средств местного бюджета.

Все участники проектов реализуемых в рамках ППМИ выполняют определенную функцию: организации, финансирования и контроля. Однако функция планирования и нормотворчества закреплена только за органом исполнительной власти, ответственным за реализацию Программы в регионе. Содержанием функции планирования, выполняемой уполномоченным органом региональной исполнительной власти (Министерства или Ведомства), ответственным за реализацию ППМИ в регионе, является разработка детального плана-графика реализации проектов и определение даты проведения конкурсного отбора проектов.

Региональное Министерство (департамент) в рамках ППМИ осуществляет кроме того следующие функции:

- координацию деятельности группы консультантов Всемирного банка, связанной с предоставлением обучения и экспертной помощи муниципальным образованиям, участвующим в проектах, с мониторингом всех этапов реализации проектов в муниципальных образованиях;
- отбор региональных консультантов ППМИ;
- организацию конкурсного отбора, рассылку извещений о проведении конкурсного отбора муниципальным образованиям;
- обеспечение приема, учета и хранения, поступивших от муниципальных образований заявок на участие в конкурсном отборе, а также документов и материалов к ним;
- техническое обеспечение деятельности конкурсной комиссии, включая предоставление членам конкурсной комиссии необходимой информации по конкурсным заявкам, а также обработку и предварительную оценку заявок;

- определение значений показателей по каждому критерию и количество соответствующих им баллов для конкурсного отбора проектов;
- информирование участников конкурсного отбора о его результатах.

Все эти действия можно характеризовать как выполнение региональным органом исполнительной власти, ответственным за реализацию ППМИ в регионе функций организации, координации и контроля. Решение об участии муниципального образования в ППМИ принимают органы местного самоуправления.

Органы местного самоуправления муниципальных образований, где реализуются проекты в рамках ППМИ, организуют участие населения во всех этапах реализации проектов в рамках ППМИ, подготавливают и проводят собрания, сходы населения, осуществляют его информирование о проекте на всех этапах его реализации. Кроме того, органы местного самоуправления, при реализации проектов в рамках ППМИ участвуют в обучающих мероприятиях, подготовке и подаче заявки на участие в конкурсном отборе, осуществляет конкурсный отбор подрядчиков для выполнения работ. Население муниципального образования (инициативная группа) контролирует реализацию проекта, сдачу-приемку работ в рамках проекта, обеспечения последующей эксплуатации и содержания объекта инвестиций проекта, реализуемого в рамках ППМИ. Выявленные функции участников реализации проектов в рамках ППМИ, позволяют рассматривать данную Программу в Ставропольском крае, Кировской, Тверской, Нижегородской области, как инструмент осуществления региональной экономической политики направленной на устойчивое развитие не только конкретного муниципального образования, но и всего региона в целом. Проведенный в статье анализ позволяет сделать вывод о том, что во всех регионах, реализующих проекты в рамках Программы поддержки местных инициатив, объемы софинансирования проектов различны, различна и динамика выделения и использования региональных субсидий на проекты Программы. Однако базовые принципы софинансирования проектов, которые строятся на функциях, выполняемых институтами, участвующими в проектах, имеют достаточные сходства для того, что бы рассматривать их как базовые принципы софинансирования проектов в рамках ППМИ для всех регионов, реализующих Программу.

Так, в Тульской области запущен проект «Народный бюджет». Цель проекта состоит в развитии потенциала органов местного самоуправления и более активном привлечение граждан к деятельности органов местного самоуправления. Поэтому среди задач проекта:

- повышение заинтересованности жителей Тульской области в участии и решении проблем местного значения;
- формирование активной жизненной позиции населения; развитие механизмов взаимодействия власти и населения;
- повышение уровня доверия населения к власти за счет его участия в выявлении и согласовании путей решения острых проблем, в выборе, реализации и мониторинге программ;
- повышение эффективности бюджетных расходов за счет вовлечения общественности в процессы принятия решений на местном уровне и усиления общественного контроля за действиями органов местного самоуправления [5].

Суть проекта состоит в запуске и реализации механизма, позволяющего обеспечить участие населения в решении таких задач, как:

- строительство или восстановление объектов коммунальной инфраструктуры в муниципальных образованиях Тульской области (ремонт крыш многоквартирных жилых домов), приобретение необходимых материалов и (или) комплектующих, дорожной сети – внутрипоселенческих и межпоселенческих дорог, тротуаров, придомовых территорий;
- благоустройство территорий центральных площадей, населенных пунктов, парков, сооружение спортивных и детских площадок, опиловка деревьев, очистка водоемов и оборудование пляжей, ремонт гидротехнических сооружений;
- восстановление объектов культуры и исторического наследия и др.

Среди основных принципов проекта: соревновательный подход, обязательность софинансирования проектов в денежной форме со стороны муниципального образования-получателя субсидии, населения муниципального образования и спонсоров (юридических и физических лиц) – в любой разрешенной законодательством форме; активное участие жителей на всех этапах реализации проекта, обязательность последующего сохранения результатов реализации проектов; открытость информации.

Таким образом, основная идея проекта – активное участие населения в выявлении и определении степени приоритетности проблем местного значения, а также в подготовке, реализации и контроле качества и в приемке работ, выполняемых в рамках проектов, а также в последующем содержании и обеспечении сохранности объектов.

Принцип софинансирования проектов в рамках «Народного бюджета – 2014» реализуется через финансовое обеспечение мероприятий проекта в пределах выделенных субсидий из областного бюджета. Суб-

сидии предоставляются муниципальным образованиям, выигравшим в конкурсе, которые со своей стороны должны обеспечить софинансирование программы за счет средств местного бюджета в размере не менее 10 % от стоимости программы, со стороны населения городского округа, городского поселения не менее 8 % от стоимости программы, со стороны населения сельского поселения не менее 5 % от стоимости программы, за счет средств спонсоров не менее 5 % для сельских поселений и 8 % для городских поселений и городских округов. Кроме того, обязательным участием в проектах жителей МО г. Тула является софинансирование за счет средств депутатских программ депутатов Тульской городской Думы не менее 15 % стоимости проекта.

Стоимость проекта с учетом всех источников софинансирования не может превышать 2 млн рублей для сельских поселений и 3 млн рублей для городских поселений и округов. Субсидии в 2014 г. предоставлялись на мероприятия, связанные с объектами ЖКХ, находящимися в муниципальной собственности, автомобильные дороги и дворовые территории; кровли многоквартирных жилых домов; учреждения культуры, объекты развития местного традиционного народного художественного творчества; объекты культурного наследия; объекты физической культуры и массового спорта; детские площадки; места захоронения; объекты размещения (захоронения) бытовых отходов и мусора; объекты для обеспечения первичных мер пожарной безопасности; объекты благоустройства и озеленения территории поселения; места массового отдыха; туристические объекты; опилочка деревьев.

Субсидии бюджетам МСУ – участникам проекта предоставляются на основании отдельного распоряжения правительства Тульской области в пределах лимитов бюджетных обязательств, предусмотренных сводной бюджетной росписью бюджета Тульской области на текущий финансовый год. Средства из бюджета региона выделяются при подтверждении софинансирования со стороны муниципальных образований, жителей и спонсоров. Механизм предполагает перечисление субсидий в бюджеты муниципальных образований на счет, открытый Управлению Федерального казначейства по Тульской области на балансовом счете 40101 «Доходы, распределяемые органами Федерального казначейства между бюджетами бюджетной системы Российской Федерации» для перечисления в доход соответствующего бюджета. А учет операций, связанных с использованием субсидий, осуществляется на лицевых счетах получателей средств местных бюджетов, открытых в территориальных ОФК или в финансовых органах администраций муниципальных образований

Аналогичные подходы используются и в Программах поддержки местных инициатив (ППМИ), которые реализуются в других регионах. Положительный опыт наработан в Кировской области, Тверской области и Республике Башкортостан и других регионах.

Механизмы софинансирования, используемые в регионах на реализацию программ, различны и включают разные источники.

Программы предполагают выделение субсидий местным бюджетам на реализацию микропроектов в небольших населенных пунктах с обязательным участием населения в отборе, софинансировании, реализации и контроле. Микропроекты направлены на развитие общественной инфраструктуры.

Среди проблем реализации ППМИ можно выделить следующие:

- слабая активность работы органов местного самоуправления;
- невысокое качество подготовки заявок и комплектов документации;
- сложности для ОМСУ подготовки проектно-сметной документации;
- несовершенство механизма оформления объектов в собственность;
- недоверие местных жителей к Программе поддержки местных инициатив, сложившееся в условиях отсутствия диалога с властью по проблемам поселений;
- отсутствие мотивации к участию, а также заинтересованности в проведении работ на объектах и др.

Однако опыт работы органов власти, как на уровне регионов, так и на уровне муниципальных образований, позволяет сделать выводы о необходимости продолжения таких программ, запуске такого механизма, который бы при отсутствии вмешательства или участия органов государственной власти, способен был продолжать начатые проекты в среднесрочной перспективе. Влияние граждан на бюджетный процесс через инициативное бюджетирование должно развить заинтересованность в адекватной обратной связи между властью и населением и новые формы финансирования задач МСУ.

Представляется, что ещё одним важным аспектом такого бюджетирования выступает годовой цикл программы. Проект выбирается только с учетом реализации его в течение календарного года. Однако такой порядок в перспективе будет выступать сдерживающим фактором, поскольку объем мелких проблем постепенно сократится, и у граждан возникнет необходимость и потребность в решении задач, нацеленных на среднесрочную реализацию. Поэтому постепенно встанет вопрос о необходимости разработки альтернативного варианта, предусматривающего среднесрочную перспективу реализации.



### Список использованных источников

1. Димке Д., Хархордин О. Res Publica: Власть пространства [Электронный ресурс] / Д. Димке, О. Хархордин // Вестник, – 2014. – 3 июня [Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2014/06/03/vlast-prostranstva>]
2. Сергиенко, Н. С. Самообложение как форма добровольного участия населения в социально – экономическом развитии поселения [Текст] / Н. С. Сергиенко // Современные исследования социальных проблем. – 2015. – №1(21). – С. 266.
3. Сергиенко, Н. С. Самообложение граждан: исторический аспект и современный опыт [Текст] / Н. С. Сергиенко, Н. А. Щербакова // Современные исследования социальных проблем. 2015, – №1 (21). – С.119
4. Сергиенко, Н. С. Самообложение граждан в современной России [Текст] // Деньги, кредит, бюджет России: история и современность: Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 125-летию Г.Я. Сокольникова: научное издание / МФЮА.- М.: ООО «ИПЦ «Маска»», 2014 -330 с. Проект «Народный бюджет – 2014» в Тульской области. Операционное руководство [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.schekino.ru/upload/files/doc/metretnarbudj.pdf>
5. Операционное руководство: Проект по поддержке местных инициатив в Тверской области. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.reg.tverfin.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=237&Itemid=166](http://www.reg.tverfin.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=237&Itemid=166)
6. Министерство финансов Тверской области [Электронный ресурс] URL: [http://www.reg.tverfin.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=237&Itemid=166](http://www.reg.tverfin.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=237&Itemid=166) (дата обращения: 27.01.2015)
7. ППМИ: региональная специфика [Электронный ресурс] URL: [http://www.socialkirov.ru/project/Wb\\_2.pdf](http://www.socialkirov.ru/project/Wb_2.pdf) (дата обращения: 31.01.2014) 3. Постановление Правительства Нижегородской области от 21 февраля 2013 года № 97 «О реализации на территории Нижегородской области пилотного проекта по поддержке местных инициатив». СПС «Гарант» [Электронный ресурс] URL: [http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/702212\\_96/](http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/702212_96/) (дата обращения: 31.01.2015)
8. Бюджет Ставропольского края продолжает выделять средства на проект по поддержке местных инициатив / общественно-политическая газета Ставропольского края: Ставропольская правда [Электронный ресурс] URL: [http://www.stpravda.ru/20130529/byudzhet\\_stavropolskogo\\_kraya\\_prodolzhaet\\_vydelyat\\_sredstva\\_na\\_p\\_68685.html](http://www.stpravda.ru/20130529/byudzhet_stavropolskogo_kraya_prodolzhaet_vydelyat_sredstva_na_p_68685.html) (дата обращения: 02.02.2014)

## ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ СТАНДАРТОВ SOLVENCY II НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

**Е.В. Баранова,**

канд. экон. наук, доцент,

**А.Л. Баранов,**

канд. экон. наук, доцент,

*ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана», г. Киев*

Интеграция страхового рынка Украины в международное экономическое пространство предусматривает проведение ряда структурных преобразований, в том числе в сфере государственного надзора и контроля. Актуальным является вопрос гармонизации внутреннего законодательства в соответствии с международными нормами.

На страховом рынке Украины действуют условия обеспечения платежеспособности, установленные Законом Украины «О страховании». В соответствии с требованиями украинского законодательства, государственный надзор осуществляется по принципу контроля на основе соблюдения требований деятельности.

При осуществлении страховой деятельности контролируются:

- надлежащий уровень уставного фонда и других резервных фондов;
- соблюдение соответствующего уровня чистых активов и требование их расчета на основании справедливой стоимости активов;
- превышение фактического запаса платежеспособности над расчетным нормативным (маржа платежеспособности);
- размещение средств страховых резервов в активы определенных категорий, соответствующих требованиям качества и диверсификации;
- правильность применения методики расчета всех видов страховых резервов в соответствии с учетной политикой страховой компании;

- максимальный размер риска, который может содержать страховщик по одному объекту страхования (собственное удержание);
- надлежащий уровень финансовой устойчивости (надежности) перестраховщиков путем установления требований к наличию соответствующего рейтинга, присвоенного международными рейтинговыми агентствами [1].

Национальная комиссия, осуществляющая государственное регулирование рынков финансовых услуг, с целью приведения отечественного законодательства к требованиям европейского утвердила Концепцию внедрения пруденциального надзора за небанковскими финансовыми учреждениями и Программу развития системы пруденциального надзора за небанковскими финансовыми учреждениями в 2010 году. Основные положения данной Концепции предусматривают введение на страховом рынке Украины пруденциального надзора и осуществление стандартов Solvency II [2]

Solvency II – это Директива Европейского Союза, которая была принята Европейским парламентом 22 апреля 2009 г. и направлена в Совет Министров 5 мая 2009 г. [3]. Solvency II – это фундаментальный пересмотр режима достаточности капитала в отрасли страхования Европейского Союза. Под действие Solvency II будут подпадать все страховые и перестраховочные компании с валовым доходом страховщика больше чем 5 000 000 евро или техническими резервами большими чем 25 000 000 евро. Установление более жестких требований достаточности капитала и риск-менеджмента будет способствовать уменьшению рисков неплатежеспособности страховщиков, убытков потребителя и дестабилизации рынка.

Требования к платежеспособности более сложные, чем это представлено в рамках Solvency I. Действующие требования к платежеспособности сконцентрированы на обязательствах страховой компании. Solvency II также концентрирует внимание на активах страховой компании. Страховщики будут обязаны учитывать рыночный риск (риск снижения стоимости инвестированных активов страховщиков), кредитный риск (риск неплатежеспособности третьего лица) и операционный риск (системный риск).

Согласно утвержденной Концепции в Украине будут введены стандарты Solvency II в два этапа:

#### **Этап I**

Устанавливаются количественные и качественные требования к капиталу, платежеспособности, активам, другим показателям, рассчитанным на основании финансовой и регуляторной отчетности. В первую очередь, необходимо установить пруденциальные нормативы по достаточности капитала (превышение имеющегося регулятивного капитала над размером, требуется согласно законодательству) и качества активов, которыми представлен регулятивный капитал [2].

Важным инструментом пруденциального надзора являются тесты раннего предупреждения, с помощью которых выделяются проблемные компании для детального финансового анализа и своевременного выявления риска наступления неплатежеспособности.

#### **Этап II**

Будут введены элементы надзора за страховыми компаниями на основе оценки рисков в соответствии с принципами директивы Solvency II. Страховщик обязан иметь имеющиеся ресурсы для покрытия как минимальных требований к капиталу (Minimum Capital Requirement, MCR), так и требований к капиталу по платежеспособности (Solvency Capital Requirement, SCR). SCR исчисляется или с помощью Стандартной Европейской Формулы (European Standard Approach, ESA) или на основе внутренней модели страховщика, согласованной с регулятором [2].

Стандарты пруденциального надзора будут введены на отечественном рынке в течение определенного периода, что позволит украинским страховщикам привести собственные финансовые ресурсы в соответствии с требованиями, а не обанкротиться.

Внедрение европейских методологий повысит управляемость и прогнозируемость страховой системы Украины, в свою очередь, позволит полноценно выполнять свойственные ей функции и поддерживать платежеспособность компаний на должном уровне.

### **Список использованных источников**

1. Про страхування [Електронний ресурс] : Закон України, 07.03.1996 // Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Про затвердження Концепції запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами та Програми розвитку системи пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 15 липня 2010 року N 585 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
3. Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II) // Official Journal of the European Union 335, 17.12.2009, P.1.

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ В БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В ПОЛЬШЕ

Божена Рудницка

доктор экономических наук

*Государственная высшая профессиональная школа им. Вителона в Легнице, г. Легница, Польша*

## 1. Введение

Бюджетные организации в Польше обязаны вести бухгалтерский учет в соответствии с Законом о бухгалтерском учете (далее Закон), который определяет также принципы проведения инвентаризации активов и пассивов. За нарушение требований к проведению инвентаризации, установленных Законом, руководителям бюджетных организаций грозят санкции как за нарушение дисциплины государственного финансирования. Это, в первую очередь, касается сроков, методов и периодичности проведения инвентаризации, поскольку Закон не устанавливает организационные и технические требования к ее проведению.

Целью данной статьи является анализ проблем, чаще всего возникающих в практике польских бюджетных организаций, которые могут привести к нарушению дисциплины государственного финансирования. В частности, были проанализированы положения Закона, касающиеся инвентаризации и опубликованных разъяснений Министерства финансов Польши в части интерпретации сроков и периодичности проведения инвентаризации.

## 2. Сроки и периодичность инвентаризации

Сроки и периодичность проведения инвентаризации, как для бюджетных, так и для коммерческих организаций, определены ст. 26 Закона [9]. Упомянутой статьей устанавливаются не только сроки и периодичность, но и конкретное время проведения инвентаризации. Согласно действующим положениям, инвентаризация активов и пассивов проводится ежегодно на дату составления баланса:

- путем описи фактического наличия в последнем квартале отчетного года материалов, продукции, товаров и основных средств, находящихся на неохраемой территории, с обязательным ее завершением до 15 числа следующего финансового года; раз в год товаров в розничных магазинах, а также раз в два года запасов, подлежащих количественно-стоимостному учету и хранимых на охраняемых складах, либо раз в течение четырех лет недвижимости и основных средств, находящихся на охраняемой территории;
- путем сверки сальдо в последнем квартале отчетного года с обязательным ее завершением до 15 числа следующего финансового года для перечисленных в Законе видов обязательств и активов, переданных другим организациям на хранение или в пользование.

В соответствии с п. 2 ст. 27 Закона, инвентаризации должны быть проведены в сроки, позволяющие отразить их результаты в регистрах бухгалтерского учета и при составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности того года, на который приходится срок проведения инвентаризации.

Как следует из выше представленного перечня, в Законе не определено никаких других конкретных сроков и периодичности инвентаризаций для:

- Активов, инвентаризация которых осуществляется путем проверки их фактического наличия;
- Пассивов, которые согласно Закону следует инвентаризировать исключительно путем сверки;
- Имущества, не являющегося активами и учитываемого на забалансовых счетах (речь идет об основных средствах незначительной стоимости);
- Активов, не являющихся собственностью организации и инвентаризируемых путем описи их фактического наличия.

Логично было бы инвентаризацию этих активов и пассивов проводить на дату составления баланса и в сроки, позволяющие отразить ее результаты в регистрах бухгалтерского учета и учесть эти результаты при составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности того года, на который приходится срок проведения инвентаризации. Поскольку обороты и сальдо счетов главной книги необходимо отразить до 85 дня следующего финансового года, следовательно, и результаты инвентаризации должны быть отражены до указанной даты.

На протяжении многих лет, в соответствии с инструкциями Министерства финансов, инвентаризации проводились ежегодно, причем дата проведения могла приходиться на последний квартал отчетного года и заканчиваться до 15 числа следующего финансового года. Для бюджетных организаций это означало, что

непроведение инвентаризации до 15 января (для бюджетных организаций в Польше финансовый год совпадает с календарным), грозило штрафом из-за нарушения дисциплины государственного финансирования. Руководствуясь буквальным пониманием положений Закона, у специалистов возник вопрос к Министерству финансов: действительно ли из ст. 26 Закона следует возможность проведения инвентаризации в последнем квартале отчетного года и необходимость ее окончания до 15 числа следующего финансового года?

Касаясь этого вопроса и заметив ошибку в своих прежних разъяснениях, специалисты министерства решили, что это не так. Это следует из размещенных на сайте Министерства финансов ответов на часто задаваемые вопросы по бухгалтерскому учету. На сайте Министерства финансов суть вопроса представлена следующим образом: *«В случае инвентаризации путем сопоставления данных бухгалтерских регистров с соответствующими первичными документами и путем проверки фактического наличия ценностей организаций, указанных в ст. 26 п. 1 пп. 3 Закона о бухгалтерском учете, возможным сроком ее проведения является только последний день финансового года»* [11].

В ответе Министерство финансов установило, что инвентаризация методом сверки фактического наличия касается основных средств, доступ к которым значительно усложнен, земель и прав, недвижимости, спорной и сомнительной дебиторской задолженности, дебиторской задолженности и обязательств в отношении лиц, не ведущих регистры бухгалтерского учета, по расчетам с государственными и административными органами, активов и пассивов, не включенных при инвентаризации в описи фактического наличия, а также сальдо по счетам учета активов и пассивов, проведение описи фактического наличия имущества по которым не было возможно по объективным причинам [8].

В заключение ответа было указано, что Законом имеется ввиду соблюдение сроков и периодичности проведения инвентаризации активов в последний день финансового года и необходимость проведения в определенное время (не ранее, чем за 3 месяца до конца финансового года и не позднее, чем до 15 числа следующего года), при инвентаризации по факту или путем подтверждения сальдо. А следовательно, в отношении активов и пассивов, инвентаризируемых методом сверки данных регистров бухгалтерского учета с соответствующими первичными документами и проверка стоимости этих активов, – срок и периодичность будут соблюдены, если инвентаризация будет проведена в последний день финансового года [8].

Тем самым Управление бухгалтерского учета Министерства финансов признало, что срок инвентаризации путем проверки фактического наличия организация устанавливает самостоятельно, а 15 января не является датой обязательного окончания этой инвентаризации.

Этот ответ имеет большое практическое значение. В практике коммерческих и бюджетных организаций на указанную дату, как правило, не отражены все записи на счетах бухгалтерского учета, поскольку в организации продолжают поступать документы прошлого года. Принимая во внимание, что срок составления финансового отчета – конец первого квартала, организации могут провести проверку фактического наличия значительно позже 15 января, тогда, когда записи на счетах, проверка которых подпадает под такой способ инвентаризации, должны быть уже отражены.

Как уже отмечалось, инвентаризацию запасов путем описи фактического наличия организации могут проводить не каждый год, а раз в течение двух лет, если эти запасы подлежат количественно-стоимостному учету и находятся на охраняемом складе. Контролирующие органы предполагали, что такая опись должна проводиться в квартале, завершающем финансовый год. Принципиальность такой интерпретации положений Закона вызывала недовольство со стороны организаций. Правоту организаций признало Управление бухгалтерского учета Министерства финансов, объясняя, что, по его мнению, *«в течение»* означает в равной степени как право на разовое (в произвольный день одномоментно), так и на постепенное (в данном периоде) установление реального состояния отдельных групп вышеупомянутых активов, подпадающих под инвентаризацию путем описи фактического наличия. Это должно произойти таким образом, чтобы в назначенный период были описаны все являющиеся собственностью организации активы, охваченные установленным способом инвентаризации. Закон не устанавливает, таким образом, в приказном порядке проведения разовой описи указанных активов полностью одномоментно. Это означает, что возможно проведение описи указанных активов в течение определенного времени, но с выполнением требований Закона, то есть:

- 1) проведение полной инвентаризации путем описи фактического наличия активов в отчетном периоде;
- 2) сравнение каждый раз результата частичной описи данного актива на данный день с его учетным состоянием на тот же день, а также выявление и расчет инвентаризационной разницы;
- 3) соблюдение частоты предусмотренных Законом инвентаризаций для каждого инвентаризируемого актива.

Принимая во внимание вышесказанное, срок и частота инвентаризации указанных активов, находящихся на охраняемых складах и подпадающих под количественно-стоимостной учет, будут соблюдены, если инвентаризация будет проведена в произвольный день финансового года, при условии, что от даты предыдущей инвентаризации не прошло два года [12].

Обращаясь к проблеме, как следует понимать возможность проведения описи фактического наличия раз в два года, Министерство не рассмотрело в предоставленном объяснении, идет речь о календарных 24 месяцах, или о финансовых годах. С точки зрения опасности нарушения дисциплины государственного финансирования, для бюджетных организаций важно рассмотрение этой дилеммы. В другом более раннем комментарии Управление бухгалтерского учета Министерства подчеркнуло, что следует принимать во внимание финансовые года, а не количество месяцев, которые прошли от предыдущей описи фактического наличия [8].

Если, например, организация проводила последнюю опись фактического наличия в июле 2013 г., то следующая должна быть проведена самое позднее в 2015 г., при этом не имеет значения, будет ли срок назначен на июль или на другой месяц этого года. Аналогичная ситуация в случае с основными средствами, для которых периодичность проведения описи фактического наличия не может быть ниже, чем раз в течение четырех лет [1].

Управление бухгалтерского учета считает, что согласно положениям Закона, если организации установят, что опись фактического наличия запасов проводится раз в течение 2-х лет, а основных средств – один раз в течение 4-х лет, то в годы, когда не проводятся описи фактического наличия, обязательным является выявления реального состояния этих активов путем сверки учетных данных. В опубликованных на страницах ежесеместника «Бухгалтерский учет» пояснениях, согласованных с Управлением бухгалтерского учета Министерства финансов, как обычно и считалось, содержится мнение, что в том году, в котором не предвидится планируемая опись фактического наличия, обязательно проведение проверки сальдо. А это пример вопроса и ответа на него, опубликованного в апреле 2014 г.: «Государственная бюджетная организация просит пояснить, следует ли материальные активы, например, основные средства, которые в данном году не были фактически проинвентаризованы, инвентаризовать путем сверки записей бухгалтерского учета» [2].

В ответе утверждается, что если организация пользуется упрощенной схемой инвентаризации путем описи фактического наличия, проводя ее не ежегодно, а раз в течение нескольких лет, то в те годы, когда не проводится инвентаризация путем описи фактического наличия, основные средства или запасы должны быть проинвентаризованы путем сравнения данных регистров бухгалтерского учета с соответствующими первичными документами с подтверждением их реальной стоимости. Подчеркнуто, что это необходимо для правильной оценки их состояния (например, как доказательство того, что основные средства не были ликвидированы, не утратили свою ценность) и отражения в бухгалтерской (финансовой) отчетности (ст. 28, п. 1 пп. 1 вместе с п. 7 Закона) [2]. Многие бухгалтеры как бюджетных, так и коммерческих организаций, не согласны с подобным подходом.

В практике такая верификация сводится к проверке правильности записей, отраженных в бухгалтерских регистрах по приходу и расходу, а также к анализу вероятной утраты ценностей, если для этого есть основания.

### **3. Инвентаризация материалов, после покупки списанных в расходы**

Закон предоставляет организациям возможность отказаться от ведения складского учета материалов и связанного с этим количественно-стоимостного учета запасов материалов, предоставляя руководителю самостоятельно принять решение о том, как покупка материалов напрямую, минуя склад, влияет на затраты организации. Организации, отказываясь от ведения складского учета, в рамках оперативного контроля состояния закупленных, но еще не использованных материалов достаточно часто решаются на ведение количественного учета этих материалов одним из работников. Он не выполняет функции кладовщика, складское помещение организационно тоже не выделено. На близко расположенной территории, соответственно защищенной, этот работник хранит материалы, количественно контролирует их состояние с момента последней закупки и до дня их выдачи конкретным работникам для использования (например, тонера, бумаги). И здесь, так как того требует Закон в ст. 17 п.2 пп. 4, так и в ст. 26 п. 3 пп. 1, Министерство финансов подтвердило, что необходимо провести опись физического наличия на дату составления баланса, и скорректировать расходы в соответствии с установленным состоянием запасов и их оценкой [2].

Часто в практике польских бюджетных организаций существует проблема описи физического наличия на день баланса горючего, остающегося в баках автомобилей. Многие контролеры, особенно инспекторы Высшей контрольной палаты, считают, что в соответствии с требованиями Закона неписание этого горючего является нарушением дисциплины государственного финансирования. Дела, связанные с расследованием этой ответственности, часто принимают курьезный характер, приводя к несению убытков организациям по процедуре выяснения, в несколько раз превышающих стоимость самого горючего. К сожалению, до сих пор случаются ситуации, когда контролеры не хотят признать, что обязательства делать такую опись нет, а с момента заправки автомобиля, горючее в баках не является уже активом, а должно быть отражено как расходы организации, по которым описи фактического наличия невозможно составить. В одном из пояснений Министерство финансов обратилось к этой проблеме и признало, что согласно ст. 3 п. 1 пп. 9 Закона, к активам относится горючее, которое в частности является материалом, приобретенным для пере-

продажи без переработки. В дальнейшем пояснении подчеркивается, что материальные активы, как и другие активы организации, подлежат учету и инвентаризации в порядке, предусмотренном в ст. 26 и 27 Закона. В случае с горючим в баках автомобилей, оно классифицируется как материал, переданный для использования организацией. В таком случае его стоимость увеличивает текущие расходы организации [3]. Как и предполагалось, в этой части пояснения Министерство поддерживает выраженное в предыдущие годы мнение, что расходы не подлежат инвентаризации [4].

Как следует из анализа результатов контрольных проверок, проведенных в бюджетных организациях, в том числе инспекторами региональных счетных палат (RIO) и Высшей контрольной палаты (NIK), непроведение инвентаризации горючего – весьма частое нарушение требований Закона. Поскольку состояние горючего в баках автомобилей легче всего установить, если эти баки залиты полностью, это приводит иногда к внесению в инструкции по инвентаризации неправильных, но передающих суть рассматриваемого случая требований: опись фактического наличия горючего в баках автомобилей проводится через их наполнение до полна [10].

#### **4. Инвентаризация фондов школьных библиотек**

Наибольшее число бюджетных организаций в Польше составляют школы. На протяжении нескольких лет в профессиональных СМИ, на Интернет форумах, курсах повышения квалификации идет дискуссия, каким способом и как часто надо проводить инвентаризацию библиотечных фондов, собранных в школьных библиотеках. Прежде всего, речь идет о решении, может ли проводиться эта инвентаризация с применением сканеров штрих-кодов, или же должна быть составлена опись фактического наличия с обязательным выполнением всех процедур в соответствии Законом о бухгалтерском учете.

Идущий спор уходит своими истоками в разработанную уже за многие десятки (если не сотни) лет практику проведения инвентаризации в библиотеках и правовые нормы, проведения инвентаризации и ответственности за нарушение дисциплины государственного финансирования.

Закон предписывает способы, сроки и периодичность проведения инвентаризации, но не навязывает принципы документирования ее результатов. В ст. 27. п. 1 лишь указано, что проведение и результаты инвентаризации следует надлежащим образом документировать. Какие это должны быть документы, в скольких экземплярах и каким образом составленные, используя какую технику, в какие сроки определяет сама организация в соответствии с инструкцией по инвентаризации и контролю документов. Если речь идет об описи фактического наличия обычно понимается, что факт составления описи должен быть задокументирован и отражен в ведомостях, которые являются бланками строгой отчетности. Однако следует отметить, что это не является непосредственным требованием положений Закона о бухгалтерском учете, а вытекает из практики ведения бухгалтерского учета, которая доказала, что ведение ведомостей удобно и надежно.

Если идет речь о периодичности и сроках инвентаризации библиотечных фондов, то нарушение дисциплины государственного финансирования может отсутствовать, если организация имеет право на основании особых правил проводить инвентаризации иным образом и с другой периодичностью, чем указано в Законе. Такими особыми правилами считаются правила, установленные Министром культуры и национального наследия в распоряжении о способе учета библиотечных фондов [5]. Правилами установлено, что в библиотеках, входящих в национальную сеть государственных библиотек, к которым согласно Закону о библиотеках не относятся школьные библиотеки, оценка реального состояния библиотечных фондов может быть проведена с помощью сканеров штрих-кодов, в зависимости от количества томов и их доступности, с периодичностью раз в 5 или 10 лет.

Таким образом, в практике польских школ появилась достаточно серьезная проблема надлежащего проведения инвентаризации в соответствии с требованиями Закона. Решением является допущение в особых правилах, устанавливающих принципы проведения бухгалтерского учета бюджетными организациями, возможности инвентаризации школьных библиотечных фондов несколько иным способом, чем дословно устанавливает Закон: с применением сканеров штрих-кодов и подготовкой соответствующей документации.

#### **Заключение**

В рамках настоящей статьи не представлялось возможным решение всех проблем, связанных с инвентаризацией. Были рассмотрены лишь вопросы о сроках, периодичности и способах проведения инвентаризаций, которые должны соблюдать польские бюджетные организации в соответствии с требованиями дисциплины государственного финансирования. Не рассмотрены такие важные и обсуждаемые в практике проблемы, как проведение инвентаризации:

- земель, особенно в случае больших гмин (административно-территориальная единица), которые составляют несколько десятков тысяч наделов, что значительно затрудняет ежегодную проверку их фактического наличия;

- инженерной инфраструктуры, включая дороги, в отношении которых дискутируется проблема правильности использования описей фактического наличия или сверка учетных данных (последний вариант, по мнению автора, наиболее правильный);
- задолженностей по государственным долгам, количество видов которых насчитывает десятки тысяч наименований;
- оружия и военной техники, в том числе складских комплексов военных логистических единиц.

Часть этих, а также описанных выше проблем, вероятно, будет решена после принятия нового Закона о бухгалтерском учете в Польше в 2016 г.

*перевод: И.К. Кочар*

### Список использованных источников

1. Konsultacje, *Terminy spisu z natury środków trwałych w razie zmiany roku obrotowego*, „Rachunkowość” z 2014 r. nr 6.
2. Konsultacje, *Inwentaryzacja aktywów rzeczowych*, „Rachunkowość” z 2014 r. nr 6.
3. Iwaniec M., *Inwentaryzacja w pytaniach i odpowiedziach*, Presscom, Wrocław 2014.
4. *Inwentaryzacja. Zasady i praktyka*, Rachunkowość Sp. z o.o., Warszawa 2009.
5. Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 29 października 2008 r. w sprawie sposobu ewidencji materiałów bibliotecznych, Dz. U nr 205, poz. 1283.
6. Rudnicka B., *Dylematy inwentaryzacji zbiorów w bibliotekach szkolnych*, „Doradca” nr 152, październik 2014.
7. Rudnicka B., *Inwentaryzacja zbiorów biblioteki szkolnej*, „Finanse Publiczne” z 2014 r. nr 11.
8. Rudnicka B., *Terminy inwentaryzacji*, „Doradca” nr 153, Listopad 2014.
9. *Ustawa z 29 września 1994 r. o rachunkowości*, Dz. U. z 2013 r., poz. 330 z późn. zm.
10. Zarządzenie nr 185/2011 Prezydenta Miasta Kalisza z dnia 18 kwietnia 2011 r. w sprawie wprowadzenia Instrukcji inwentaryzacyjnej w urzędzie miejskim w Kaliszu, pkt. 4.7 <http://www.bip.kalisz.pl/ogloszenia/zarz/185zarz2011.pdf>.
11. <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/najczesciej-zadawane-pytania2>.
12. <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/najczesciej-zadawane-pytania>.

## ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**О.Ю. Король,**

старший преподаватель кафедры  
профессионально-прикладной физической подготовки

*Учреждение образования*

*«Академия Министерства внутренних дел Республики Беларусь»,*

*г. Минск*

**Введение.** История государственного контроля и развитие контрольно-ревизионной работы современной Беларуси начинается с момента образования Белорусской Советской Социалистической Республики. В январе 1919 года был создан Комиссариат государственного контроля, ставший первым органом финансового контроля советской Белоруссии. С тех пор государственный контроль в Беларуси претерпел множество изменений, прошел несколько этапов становления и реформирования.

Сегодня, по итогам работы за январь – июнь 2014 г., общее количество проверок субъектов хозяйствования, проведенных контрольными органами, составило 871 проверки. В бюджет взыскано 775,5 млрд руб. денежных средств, что в 2,1 раза больше, чем в соответствующем периоде прошлого года, сэкономлено (предотвращено необоснованных выплат) государственных средств на сумму 1,17 трлн. руб. (на 61,2 % больше). Экономический эффект от одной проверки в среднем по системе Комитета составил 3,4 млрд руб. (увеличился на 35,8 %).

**Ведомственный контроль.** В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 22 июня 2010 г. № 325 «О ведомственном контроле в Республике Беларусь» [1] к государственным органам и иным государственным организациям, республиканским государственно-общественным объединениям, их структурным подразделениям (подчиненным организациям), осуществляющим ведомственный контроль, относятся:

1. Генеральная прокуратура;
2. Комитет государственного контроля (Департамент финансовых расследований);

3. Национальный банк;
4. Государственная инспекция охраны животного и растительного мира при Президенте Республики Беларусь;
5. Национальный статистический комитет;
6. Управление делами Президента Республики Беларусь (государственное производственно-торговое объединение «Белхудожпромисль»);
7. Верховный Суд;
8. Министерство архитектуры и строительства (республиканское унитарное предприятие «Служба ведомственного контроля при Министерстве архитектуры и строительства Республики Беларусь»);
9. Министерство внутренних дел (Департамент исполнения наказаний, Департамент охраны и др.);
10. Министерство жилищно-коммунального хозяйства и др.

Наряду с этим, Указом Президента Республики Беларусь от 22 июня 2010 г. № 325 «О ведомственном контроле в Республике Беларусь» было разрешено для осуществления ведомственного контроля создавать в контролирующих органах структурные подразделения с правом (либо без права) юридического лица. Руководителям контролирующих органов предоставлено право в установленном порядке возлагать осуществление ведомственного контроля за деятельностью подчиненных или входящих в их состав (систему) организаций (в том числе их обособленных подразделений, имеющих учетный номер налогоплательщика, и нотариальных контор) на структурные подразделения контролирующих органов с учетом специфики выполняемых ими функций без создания ведомственных контрольных служб.

Основными задачами органов, осуществляющих ведомственный контроль, являются:

- обеспечение контроля за соответствием требованиям законодательства деятельности, осуществляемой подведомственными организациями;
- своевременное предупреждение, выявление и пресечение нарушений законодательства;
- принятие мер по обеспечению сохранности, целевого и эффективного использования имущества подведомственных организаций;
- выявление неиспользуемых резервов повышения эффективности деятельности подведомственных организаций;

Основными функциями контролирующих органов являются:

1. Организация и проведение:
  - плановых проверок подведомственных организаций;
  - внеплановых проверок подведомственных организаций по поручениям органов уголовного преследования по возбужденным уголовным делам, руководителей органов уголовного преследования и судов по находящимся в их производстве делам (материалам);
  - камеральных проверок;
  - мероприятий по наблюдению, анализу, оценке, установлению причинно-следственных связей и прогнозированию факторов, влияющих на результаты деятельности подведомственной организации (мониторинг);
2. Оказание методологической помощи подведомственным организациям в целях повышения эффективности их деятельности;
3. Обеспечение контроля за устранением подведомственными организациями выявленных в ходе проведения проверок нарушений, учета проведенных проверок в подведомственных организациях и их результатов;
4. Проведение анализа применения подведомственными организациями актов законодательства и выработка на его основе предложений о совершенствовании таких актов.

В соответствии с Указом № 325 ответственность за организацию и состояние ведомственного контроля в соответствующих органах государственного управления возлагается на их руководителей, служба ведомственного контроля – самостоятельное структурное подразделение органа государственного управления, подчиняющееся непосредственно его руководителю.

Разработка методологии, организации и осуществления ведомственного контроля, подготовка и представление отчетности о контрольной деятельности, а также надзор за состоянием ведомственного контроля в стране возложены на:

- Министерство финансов – за финансово-хозяйственной деятельностью организаций;
- Национальный банк, Национальную академию наук Беларуси, Государственную инспекцию охраны животного и растительного мира при Президенте Республики Беларусь, республиканские органы государственного управления и иные государственные организации, подчиненные Правительству Республики Беларусь, Национальный статистический комитет, Управление делами Президента Республики Беларусь, Государственную службу медицинских судебных экспертиз, Национальную государ-



- ственную телерадиокомпанию, местные исполнительные и распорядительные органы – за состоянием ведомственного контроля в иных сферах деятельности в соответствии с их компетенцией;
- Министерство образования – за координацию деятельности в сфере подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров для осуществления ведомственного контроля, включая организацию обучения, определение перечня соответствующих учреждений образования, их научно-методическое и кадровое обеспечение.

**Система органов вневедомственного контроля.** Органы, осуществляющие вневедомственный контроль, можно классифицировать на две группы:

1. Органы общей компетенции, для которых контрольные функции не являются основными;
2. Специально созданные органы для осуществления вневедомственного контроля.

К органам общей компетенции, для которых контроль за выполнением национальных программ по экономическому и социальному развитию является одним из направлений (но не основным) управленческой деятельности, относятся органы государственной власти и государственного управления. Их права и обязанности в этой области регламентированы законами, уставами, положениями.

Органы общей компетенции проводят контрольные мероприятия периодически, в процессе выполнения своей основной деятельности. Национальное собрание Республики Беларусь и местные Советы депутатов осуществляют финансовый контроль при рассмотрении и утверждении бюджетов, заслушивании отчетов исполнительной власти о ходе исполнения бюджета. Постоянные комиссии Совета Республики и Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь также в процессе своей деятельности анализируют и проверяют финансовую информацию. До представления на рассмотрение Парламентом проекта республиканского бюджета они рассматривают указанный проект на предмет его соответствия действующему законодательству.

Правительство Республики Беларусь, являясь высшим исполнительным и распорядительным органом, выполняет функции вневедомственного контроля в части осуществления финансового контроля за формированием и расходованием валютного фонда Республики Беларусь.

Высшим специализированным органом вневедомственного контроля является Комитет государственного контроля Республики Беларусь.

История государственного контроля в нашей стране ведется с 1919 года, когда был создан первый контрольный орган советской страны, получивший название Комиссариат государственного контроля Временного рабоче-крестьянского Советского правительства Белоруссии.

За время существования органы контроля в нашей стране не раз меняли названия и принадлежность: из партийного контроль сначала стал народным, а затем и государственным. Несмотря на это, его основные задачи и функции оставались неизменными: контроль за соблюдением законодательства, выявление резервов экономики, борьба с нарушителями дисциплины.

Отчет летописи государственного контроля в современной Беларуси принято вести со 2 августа 1994 года, когда была образована Служба контроля при Администрации Президента Республики Беларусь. На смену ей пришла Служба контроля Президента Республики Беларусь, а в 1996 году был создан Комитет государственного контроля Беларуси.

В соответствии с Положением о Комитете государственного контроля Республики Беларусь, утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 27.11.2008 № 647 [2], Комитет государственного контроля решает следующие задачи:

- защита интересов государства от противоправных посягательств в экономической сфере, обеспечение экономической безопасности Республики Беларусь;
- проверка выполнения поручений Президента Республики Беларусь, контроль за исполнением которых в соответствии с законами и решениями Президента Республики Беларусь возложен на Комитет;
- осуществление государственного контроля за эффективным и рациональным использованием организациями и индивидуальными предпринимателями бюджетных средств и государственной собственности;
- осуществление государственного контроля за исполнением актов Президента Республики Беларусь, Парламента Республики Беларусь, Правительства Республики Беларусь и других государственных органов, регулирующих отношения государственной собственности, хозяйственные, финансовые и налоговые отношения, а также по иным вопросам в соответствии с законами и решениями Президента Республики Беларусь и т.д.

В пределах своей компетенции Комитет государственного контроля осуществляет государственный контроль за:

- исполнением республиканского и местных бюджетов (включая государственные целевые бюджетные фонды), бюджетов государственных внебюджетных и инновационных фондов, соблюдением законо-

- дательства в области отношений государственной собственности, хозяйственных, финансовых и налоговых отношений в системе местных бюджетов и государственных внебюджетных фондов;
- использованием (расходом) средств республиканского и местных бюджетов на финансирование деятельности государственных органов, иных государственных организаций;
  - принятием мер по де бюрократизации государственного аппарата;
  - исполнением законодательства по вопросам аренды, а также приватизации и иного распоряжения объектами государственной собственности;
  - соблюдением государственными органами, иными организациями, включая резидентов свободных экономических зон, и индивидуальными предпринимателями законодательства в области инвестиционной деятельности;
  - использованием (расходом) организациями и индивидуальными предпринимателями бюджетных средств, средств государственных целевых бюджетных и внебюджетных фондов, инновационных фондов, государственного имущества, мер государственной поддержки;
  - законностью использования организациями и индивидуальными предпринимателями материальных ресурсов, приобретенных за счет государственных средств и т.д.
  - основными функциями Комитета государственного контроля являются:
  - сбор и анализ информации о подозрительных финансовых операциях, проверка поступившей информации и выявление признаков, свидетельствующих о том, что финансовые операции связаны с легализацией доходов, полученных преступным путем, либо финансированием террористической деятельности;
  - координация плановых проверок, проводимых контролирующими (надзорными) органами, определение перечня методов и способов осуществления проверок органами Комитета;
  - принятие мер профилактики правонарушений в экономической сфере в соответствии с законами и решениями Президента Республики Беларусь;
  - участие в установленном порядке в борьбе с коррупцией и организованной преступностью, в том числе во взаимодействии с другими государственными органами и иными организациями;
  - принятие нормативных правовых актов и др.

Отдельными структурными подразделениями в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 2 ноября 2001 г. № 617 (с изменениями и дополнениями) «О мерах по совершенствованию системы органов Комитета государственного контроля Республики Беларусь» [3] в состав Комитета государственного контроля входят Департамент финансовых расследований и Департамент финансового мониторинга.

Департамент финансовых расследований (ДФР) осуществляет непосредственное руководство системой органов расследований Комитета государственного контроля Республики Беларусь, которую образует сам департамент, управления департамента по областям и Минску, межрайонные отделы управлений департамента по областям и Минску.

Органы финансовых расследований выявляют преступления и осуществляют дознание по уголовным делам, предусмотренным такими статьями Уголовного кодекса Республики Беларусь, как:

- статья 224. Нарушение порядка открытия счетов за пределами Республики Беларусь;
- статья 225. Невозвращение из-за границы валюты;
- статья 226. Незаконный выпуск (эмиссия) ценных бумаг;
- статья 226-1. Незаконное использование либо разглашение сведений, внесенных в реестр владельцев ценных бумаг, или информации о результатах финансово-хозяйственной деятельности эмитента ценных бумаг
- статья 233. Незаконная предпринимательская деятельность;
- статья 234. Лжепредпринимательство и др.

Департамент финансового мониторинга (ДФМ):

- принимает меры по созданию и обеспечению функционирования автоматизированной системы учета, обработки и анализа информации о финансовых операциях, подлежащих особому контролю;
- осуществляет контроль за деятельностью лиц, осуществляющих финансовые операции, в части соблюдения ими законодательства о предотвращении легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования террористической деятельности;
- разрабатывает и проводит мероприятия по предупреждению нарушений законодательства о предотвращении легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования террористической деятельности;
- в соответствии с законодательством применяет меры ответственности к организациям и физическим лицам, в том числе индивидуальным предпринимателям, нарушившим законодательство о предотвра-

щении легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования террористической деятельности и т.д.

К специализированным органам вневедомственного контроля относится Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. Министерство по налогам и сборам (МНС) является республиканским органом государственного управления:

- проводящим государственную политику и осуществляющим регулирование и управление в сфере налогообложения, государственного контроля за производством и оборотом алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции, пищевой этилового спирта и табачных изделий, оборотом табачного сырья, а также координирующим деятельность в этой сфере других республиканских органов государственного управления;
- реализующим государственную политику в сфере игорного бизнеса, в том числе осуществляющим лицензирование деятельности в данной сфере, а также координирующим деятельность республиканских органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов в сфере игорного бизнеса.

Правовое регулирование деятельности этого субъекта вневедомственного контроля осуществляется постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 октября 2001 г. № 1592 «Вопросы Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь» (с изменениями и дополнениями). Данным постановлением определены основные задачи министерства по налогам и сборам Республики Беларусь:

- осуществление в пределах своей компетенции контроля за соблюдением налогового законодательства, законодательства о предпринимательстве, лицензировании отдельных видов деятельности, ремесленной деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, декларировании физическими лицами доходов и имущества, а также правильностью исчисления, своевременностью и полной уплатой налогов, сборов (пошлин), иных обязательных платежей, в том числе в государственные целевые бюджетные фонды, в случаях, установленных законодательными актами, пеней, штрафов;
- осуществление контроля за соблюдением законодательства, регулирующего производство и оборот алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции, пищевой этилового спирта и табачных изделий, оборот табачного сырья;
- осуществление контроля за деятельностью в сфере игорного бизнеса и соблюдением законодательства при осуществлении деятельности в этой сфере;
- учет причитающихся к уплате и фактически уплаченных сумм налогов, иных обязательных платежей в бюджет;
- осуществление в пределах своей компетенции валютного контроля;
- Предупреждение, выявление и пресечение нарушений законодательства в пределах своей компетенции и др.

МНС в соответствии с возложенными на него задачами выполняет следующие *функции*:

- осуществляет в соответствии с законодательством контроль за:
  - соблюдением налогового законодательства, законодательства о предпринимательстве, лицензировании отдельных видов деятельности, ремесленной деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, декларировании физическими лицами доходов и имущества, а также правильностью исчисления, своевременностью и полной уплатой иных обязательных платежей в бюджет;
  - соблюдением установленного порядка приема наличных денежных средств при реализации товаров (работ, услуг), использования кассового оборудования, расчетов между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь;
  - деятельностью в сфере игорного бизнеса и соблюдением законодательства при осуществлении деятельности в этой сфере и т.п.;
- соблюдением законодательства:
  - регулирующего производство и оборот алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции, пищевой этилового спирта и табачных изделий, оборот табачного сырья;
  - регулирующего действия с простыми и (или) переводными векселями;
  - по вопросам бухгалтерского и налогового учета, учета доходов и расходов, осуществляемого индивидуальными предпринимателями, учета доходов и расходов, применяемого при упрощенной системе налогообложения;
  - устанавливающего особые режимы налогообложения и др.
- осуществляет валютный контроль (контроль за принятием иностранной валюты в качестве платежного средства, осуществлением валютно-обменных операций, обязательной продажей иностранной валюты);

- изучает и анализирует складывающуюся ситуацию на рынке алкогольной продукции и табачных изделий, обобщает практику применения законодательства, регулирующего производство и оборот алкогольной продукции и табачных изделий, вырабатывает предложения о совершенствовании государственного регулирования и контроля в сфере производства и оборота алкогольной продукции и табачных изделий, координирует деятельность других республиканских органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов по этим вопросам;
- проводит разъяснительную работу по вопросам применения налогового законодательства, законодательства о предпринимательстве, декларировании физическими лицами доходов и имущества, издает нормативные правовые акты по вопросам, отнесенным к его компетенции, разрабатывает и утверждает формы налоговых деклараций (расчетов), отчетов и других документов, связанных с исчислением и уплатой налогов, иных обязательных платежей в бюджет, а также отчетов инспекций МНС;
- рассматривает в пределах своей компетенции в порядке, установленном законодательством, обращения (предложения, заявления, жалобы) граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей, и юридических лиц (далее – обращения);
- осуществляет проверки соблюдения в инспекциях МНС и государственных организациях, подчиненных МНС, порядка рассмотрения обращений, в случаях, предусмотренных законодательством, организуя выездные проверки работы с обращениями;
- проводит анализ отчетных данных, результатов проверок, осуществляемых налоговыми органами, на основании которого разрабатывает предложения о совершенствовании деятельности инспекций МНС и т.д.

Практически все задачи и функции, права и обязанности налоговых органов сконцентрированы в области контроля. В целях реализации полномочий МНС в административно-территориальных единицах Республики Беларусь создаются инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь по областям и г. Минску, районам, городам, районам в городах, являющиеся территориальными органами МНС. МНС осуществляет руководство деятельностью инспекций МНС.

Министерство финансов Республики Беларусь – важнейшее звено финансово-кредитной системы страны.

В соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 октября 2001 г. №1585 «Вопросы Министерства финансов Республики Беларусь» (с изм. и доп.) основными задачами Министерства финансов являются:

- проведение единой финансовой политики, осуществление регулирования и управления в финансовой сфере деятельности и координация деятельности в этой сфере других республиканских органов государственного управления;
- обеспечение активного использования финансов в целях повышения эффективности производства, роста национального дохода, создания и развития прогрессивных рыночных форм и структур;
- разработка предложений по обеспечению роста финансовых ресурсов, совершенствованию форм финансовых взаимоотношений организаций и граждан с государством и использованию кредитных ресурсов;
- эффективное проведение бюджетно-финансовой и налоговой политики;
- контроль за соблюдением финансовых интересов государства, в том числе в процессе интеграции Республики Беларусь в мировое хозяйство;
- государственное регулирование страховой деятельности, проведение государственной политики в области страховой деятельности, надзор и контроль за страховой деятельностью на территории Республики Беларусь;
- государственное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;
- государственное регулирование аудиторской деятельности, контроль соблюдения аудиторскими организациями, аудиторами, осуществляющими деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей, аудиторами законодательства Республики Беларусь об аудиторской деятельности (за исключением законодательства Республики Беларусь об аудиторской деятельности в банках, небанковских кредитно-финансовых организациях, банковских группах и банковских холдингах);
- государственное регулирование рынка ценных бумаг, осуществление контроля и надзора за выпуском, обращением и погашением ценных бумаг, деятельностью профессиональных участников рынка ценных бумаг и фондовых бирж и т.д.

Сфера контрольной деятельности Министерства финансов реализуется в форме:

- контроля за состоянием ведомственного контроля за финансово-хозяйственной деятельностью организаций;

- контроля за соблюдением бюджетного законодательства, а также законодательства, предусматривающего использование бюджетных средств, в том числе целевым и эффективным использованием средств, выделяемых из бюджетов и государственных внебюджетных фондов, по всем направлениям и видам расходов;
- проведения проверок субъектов, не имеющих собственной контрольно-ревизионной службы, по поручениям органов уголовного преследования по возбужденному уголовному делу, руководителей органов уголовного преследования и судов по находящимся в их производстве делам (материалам).

В системе Министерства финансов исключительно контрольные функции выполняет Главное контрольно-ревизионное управление (ГКРУ) и его органы на местах. Основными задачами ГКРУ являются:

- контроль за деятельностью подчиненных Минфину территориальных органов и государственных организаций;
- проведение проверок по поручениям органов уголовного преследования по возбужденному уголовному делу, руководителей (их заместителей) органов уголовного преследования и судов по находящимся в их производстве делам (материалам) в государственных органах и руководящих органах общественных объединений.

Вневедомственный контроль в ряде случаев проводят и банки. Стабильность денежно-кредитных отношений обеспечивается посредством контроля и надзора за поведением их субъектов. Одним из органов, обладающих правом такого контроля, является Национальный банк Республики Беларусь, на который наряду с другими функциями возложена функция надзора за коммерческими банками. Это закреплено в Банковском кодексе Республики Беларусь от 25 октября 2000 г. 441-3 (с изменениями и дополнениями). Коммерческие банки являются агентами валютного контроля и в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь обязаны контролировать порядок ведения кассовых операций и организацию работы с наличными денежными средствами в белорусских рублях и с наличной иностранной валютой на территории Республики Беларусь.

Как видно, система органов, осуществляющих контрольно-ревизионную деятельность в Республике Беларусь, имеет стройную систему, постоянно развивается и совершенствуется. Очередным этапом такого развития стал Указа Президента Республики Беларусь от 16 окт. 2009 г., № 510 [4], который будет способствовать дальнейшему развитию контрольно-ревизионной работы в нашей стране.

#### **Список использованных источников**

1. О ведомственном контроле в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 22 июн. 2010 г., № 325 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 24.06.2010. – № 1/11733.
2. Положение о Комитете государственного контроля Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 27 нояб. 2008 г., № 647 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 28.11.2008. – № 1/10260.
3. О мерах по совершенствованию системы органов Комитета государственного контроля Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 нояб. 2001 г., № 617 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 06.11.2001. – № 1/3169.
4. О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь : Указа Президента Респ. Беларусь, 16 окт. 2009 г., № 510 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 20.10.2009. – № 1/11062.

# СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

**М.А. Зайцева,**

канд. экон. наук, доцент

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск*

**Н.С. Антонович,**

ассистент

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск*

В экономике развитых государств роль страхования чрезвычайно велика. Страховщики выступают важнейшими институциональными инвесторами, как в рамках национальных экономик, так и в международном масштабе. Они обеспечивают необходимый уровень социальной защиты населения, являясь дополнением, а зачастую и заменой государственной системы социального страхования и обеспечения и др.

Страховой рынок Республики Беларусь за последние годы существенно изменился. Вместе с тем, ассортимент страховых услуг, предлагаемых белорусскими страховщиками национальным потребителям незначителен, преобладающее развитие имеет государственное страхование (обязательные формы его проведения), ограничены финансовые ресурсы страховщиков страны и др.

Как показывает практика, доля страховых премий в ВВП в Республике Беларусь незначительна и составила в 2013 г. лишь 1,02 %. Достигнутый макроэкономический показатель развития страхования значительно ниже, чем в развитых странах Европейского союза, а также и в Восточной Европе, Прибалтике. В большинстве стран Европейского союза при среднедушевом уровне ВВП свыше 20 000 евро доля страховых взносов в ВВП составляет 5 – 16 %. В Прибалтийских странах, странах Восточной Европы отношение страховых взносов к ВВП сложилось на уровне 2 – 4 % при объеме ВВП на душу населения 8 000 – 14 000 евро. Средний показатель страховых взносов на душу населения в Беларуси в 2013г. составил 457,7 тыс. рублей, или 42,7 евро, в Российской Федерации – 122 евро, в Казахстане – 70 евро.

За последние годы значительно увеличился уровень капитализации страхового рынка страны, что обусловлено положениями национального страхового законодательства. Так, были повышены требования к минимальному размеру уставных фондов страховщиков, а также увеличены размеры уставных фондов государственных страховых организаций из средств республиканского бюджета. По данным Главного управления страхового надзора Министерства финансов Республики Беларусь на 01.01.2014 г. собственный капитал страховых организаций республики составил 11 799,4 млрд рублей и увеличился по сравнению с 2012 годом в действующих ценах на 943,2 млрд рублей. Уставный капитал составил 9 649,1 млрд рублей, или 81,8 % от величины собственного капитала. Общая сумма страховых резервов, сформированных страховыми организациями республики, по состоянию на 01.01.2014 г. составила 4 697,4 млрд рублей. Страховые резервы по видам страхования иным, чем страхование жизни, составили 3 831,5 млрд рублей, а по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, – 865,9 млрд рублей (на 01.01.2013 г. – 2 119,8 млрд рублей и 555,3 млрд рублей соответственно). Наиболее мощными по данному показателю среди государств ближнего зарубежья являются рынки Российской Федерации и Казахстана. Доля проникновения иностранных страховщиков в уставный капитал страховых организаций Республики Беларусь невысока и составила 2,4 %.

В 2013 году объем собранных страховыми организациями республики страховых взносов по прямому страхованию и сострахованию составил 6 645,1 млрд рублей. Прирост страховых премий за 2013 год по сравнению с 2012 годом в действующих ценах составил 2 307,5 млрд рублей, или 53,2 %. В общем объеме поступлений страховых премий по обязательным и добровольным видам страхования в стране за последние годы наметилась тенденция увеличения доли добровольных видов страхования: Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме собранных страховых взносов составил 54,7 % (за 2012 год – 49,0 %).

В 2013 году сумма выплат страхового возмещения и страхового обеспечения в Республике Беларусь составила 2 761,3 млрд рублей, из них на долю добровольных видов страхования приходится 1 157,2 млрд рублей (41,9 %), обязательных видов страхования – 1 604,2 млрд рублей (58,1 %). Уровень страховых выплат в сумме страховых взносов за 2013 год составил 41,6 % (за 2012 год – 47,6 %).

Как показала практика, для страхового рынка Беларуси особенно важным является формирование страхового портфеля по добровольным видам страхования путем активного взаимодействия с потенциальными страхователями. В настоящее время перед страховщиками страны, как и перед зарубежными компаниями, стоит задача стимулирования спроса на страхование. Возможности административного стимулирования спроса посредством введения новых видов обязательного страхования у белорусских страховщиков еще существуют, а вот у западных компаний они ограничены. В этой связи особенно важным является

опыт зарубежных страховщиков по формированию страхового портфеля путем стимулирования спроса на страховые услуги с помощью внедрения новых технологий обслуживания страхователей. Зарубежные страховщики испытывают давление со стороны банков, инвестиционных фондов, лизинговых, юридических, торговых компаний, оказывающих финансовые услуги в комплексе с другими видами услуг. Таким образом, идет борьба за клиента-покупателя (страхователя). Наблюдается тенденция выхода неспециализированных на страховании организаций непосредственно на рынок страховых услуг. Процесс создания и использования универсальных банковско-страховых продуктов для защиты от различных рисков – это проявление конвергенции в современной финансовой сфере. Конкурируя между собой при обслуживании клиентов, страховщики выходят за рамки непосредственно страховых операций. Они оказывают все больший спектр дополнительных услуг, превращаясь в сервис – провайдеров, сочетающих в своей деятельности страховые, финансово-инвестиционные, консультационные и другие виды услуг. Таким образом, в рамках системы страхования формируются качественно новые участники рынка, действующие не только на страховом сегменте, но и обеспечивающие комплексное обслуживание своих страхователей с использованием принципов конвергенции. В данном случае нестраховые услуги выполняют роль стимула при реализации услуг по страхованию. Функционирование участников финансового рынка с использованием технологий конвергенции становится организационно-экономическим механизмом активизации спроса на страховые услуги, одной из форм увеличения объема страхового портфеля. Опыт зарубежного страхового рынка по организационно-экономическому, а не административному стимулированию спроса на страховые услуги через механизм конвергенции, может быть применен и на страховом рынке Республики Беларусь.

Для активизации предпринимательской деятельности в стране важную роль приобретает страхование. Существующие на отечественном страховом рынке стандартные и классические страховые продукты не обеспечивают защиту предпринимателя по всему пакету существующих рисков. Важным является поиск дополнительных, а иногда альтернативных страхованию методов управления рисками. В настоящее время некоторые зарубежные консалтинговые компании создают портфельные модели управления риском. Они рассматривают все риски компании в совокупности в качестве разных частей единого целого. Данный подход наиболее привлекателен для предпринимателя, однако для страховщиков портфельные модели могут обернуться серьезными потерями. В них не всегда есть место классическому традиционному страхованию. В то же время портфельный метод позволяет определить совокупный риск компаний и качественно его оценить. Страховщики, в свою очередь, должны быть готовы количественно оценить предложенный им риск.

Важным направлением развития страхового рынка Республики Беларусь является интеграция банков и страховых компаний в виде совместных проектов по продаже страховых полисов через банковскую сеть. Интеграция и движение страховщиков в сферу финансового сектора, расширение набора предлагаемых ими продуктов становятся важным фактором успешного развития страховых компаний. В то же время проблема расширения состава страховых портфелей в Беларуси стоит не так остро, как за рубежом, поскольку существует неудовлетворенный спрос на классические наборы страховых продуктов. Западные страховщики, например, конкурируют между собой за определенный круг страхователей в течение десятков лет. Страховые компании Беларуси в данной ситуации имеют преимущества: они могут комбинировать и продавать на национальном рынке как классические, так и новые специфические виды страхования.

Важнейшим приоритетом в развитии страхования на современном этапе является глобализация страхового рынка. Она приводит к увеличению на отечественном рынке числа иностранных страховщиков, созданию различных альянсов и совместных проектов со страховщиками страны. Для западного потребителя, например, при покупке страхового полиса такой фактор, как страна происхождения страховщика, не имеет принципиального значения. Важными условиями являются: сервис, цена и ассортимент предлагаемых услуг. В этой связи особую актуальность приобретает продажа страховых продуктов через Интернет. Данное направление в страховом бизнесе является очень перспективным, позволяет охватывать наибольший круг страхователей с наименьшими затратами для страховщика. В будущем оно будет служить одним из факторов, определяющих успех страховой компании на рынке. В Республике Беларусь продажа страховых продуктов через Интернет находится на начальной стадии развития.

Особенно важным для страхового рынка Беларуси является расширение сферы долгосрочного страхования жизни, являющейся мощным каналом привлечения средств в экономику. В странах Западной Европы, например, средства страховых компаний по страхованию жизни составляют 35 – 50 % всех инвестиционных вложений, в США – около 1/3. В современной мировой практике на долю накопительного страхования приходится 59 % от общего объема собранных страховых взносов. В Республике Беларусь данный показатель составляет менее 10 %. Национальные страховые компании по страхованию жизни неконкурентоспособны по сравнению с западными страховщиками, имеют незначительный объем финансовых ресурсов, ограниченный ассортимент страховых продуктов. Рынок страхования жизни в Республике Беларусь монополизирован дочерней структурой Белгосстраха – РДУСП «Стравита», что сдерживает его дальнейшее развитие.

Значимая роль в современной системе страхования принадлежит страховым посредникам. Они ускоряют продвижение страховых услуг, консультируют страхователей и сопровождают их на этапах заключения, исполнения, модификации и прекращения договоров страхования. Выделяют две категории посредников, играющих особую роль на страховом рынке: специализированные, у которых операции по страхованию являются основным видом деятельности (страховые агенты и страховые брокеры); а также предприятия, которые при обслуживании клиентов по своим основным видам деятельности не связаны напрямую со страхованием, но могут одновременно осуществлять страхование как дополнительную, сопутствующую услугу при реализации товаров (автосалоны, туристические агентства, предприятия связи и др.).

В Республике Беларусь посредническую деятельность по страхованию осуществляют страховые брокеры и страховые агенты. Развитию страхового рынка способствует расширение брокерской сети, в стране осуществляют деятельность 9 страховых брокеров. Основными видами страховых услуг, которые продают на рынке брокеры, являются добровольное страхование: от несчастных случаев; транспортных средств предприятий и граждан; имущества предприятий и организаций и ряд других. Перспективным направлением деятельности страховых брокеров является увеличение объёмов продаж на так называемом сегменте страхового рынка «low-cost». Данный способ предусматривает предложение стандартизированных страховых продуктов низкой стоимости, а также быстрый и удобный способ получения услуги. Эти страховые продукты ориентированы на клиентов, для которых решающим фактором при заключении договора страхования, является цена страховой услуги.

В настоящее время на страховом рынке страны по-прежнему недостаточно развито перестрахование: остается невысокой степень его проникновения в систему страхования в целом, преобладает активное перестрахование, перестраховочный рынок является недостаточно емким и т.д. Перестрахование наиболее широко развито в имущественном страховании, которое включает крупные и дорогостоящие риски, не позволяя покрывать их страховщикам самостоятельно. Развитие в стране обязательного страхования ответственности предопределило распространение механизма перестрахования и на данном сегменте страхового рынка. Особенно широко представлено перестрахование в страховании гражданской ответственности, в том числе по договорам страхования «Зеленая карта». В личном страховании по-прежнему сохраняются ограничения на перестрахование жизни, что негативно сказывается и на динамике перестраховочной премии. Зарубежный опыт подтверждает то, что использование перестрахования в данной сфере позволит страховщикам совершенствовать формы и виды страховой защиты и повышать ее эффективность.

На практике перестрахование активно используется не только внутри страны, но и за рубежом, что влечет за собой отток валютных средств за границу. На страховом рынке Республики Беларусь распространены упрощенные формы и виды перестрахования, не позволяющие страховщикам в полном объеме применить весь потенциал перестраховочной защиты и повысить ее эффективность. Страховые портфели ведущих страховщиков страны несбалансированы, преобладают обязательные виды страхования, что негативно влияет на результативные показатели деятельности страховщиков, в том числе и на уровень выплат.

Приоритетными направлениями развития страхового рынка Республики Беларусь на современном этапе являются следующие: повышение уровня капитализации страховых организаций страны; укрупнение страховщиков (их слияние, присоединение), а также повышение степени участия иностранных инвесторов в деятельности национальных страховых организаций; преодоление монопольных тенденций на страховом рынке, создание равных условий для функционирования страховщиков различных форм собственности; постепенное развитие классического страхования жизни и стимулирование спроса на него; внедрение новых страховых продуктов и технологий их продвижения; интеграция банков и страховых компаний в виде совместных проектов по продаже страховых полисов через банковскую сеть. Эти и ряд других направлений позволят модернизировать страховое дело в стране, повысить инвестиционную привлекательность сферы страхования, качество страховых продуктов, усилить конкурентоспособность национальных страховщиков на международном уровне.

#### **Список использованных источников**

1. Страхование: учебник для бакалавров / под ред. Л. А. Орланюк – Малицкой, С. Ю. Яновой. – М. : Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. – 828 с.;
2. Страхование : учеб. для студентов вузов/ Ю. Т. Ахвледзани. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2014. – 567 с.
3. Страховой маркетинг : учеб. пособие / Эриашвили Н.Д., Никулина Н.Н., Суходоева Л.Ф. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 507 с.
4. Основные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь за 2013 год. Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://minfin.gov.by>.



## **ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Т.Е. Бондарь,**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования*

*Белорусский государственный экономический университет,*

*г. Минск*

**В.И. Якубович,**

доцент

*Учреждение образования*

*Белорусский государственный экономический университет,*

*г. Минск*

Эффективное развитие инновационной деятельности во всем мире все чаще требует объединения усилий государства и частного бизнеса. Подобный вид сотрудничества получил название государственно-частное партнерство («Public-Private-Partnership») или «ГЧП» [1]. ГЧП представляет собой особую юридически закрепленную форму сотрудничества государства и частного сектора. В такой системе отношений происходит объединение их ресурсов и потенциалов. Вклад государства выступает в виде собственности, оказания услуг (образовательных, консультационных и др.), предоставления гарантий (например, банкам за кредиты частного сектора) и т.п. В качестве вклада частного сектора выступают финансовые ресурсы, имущество, менеджмент, профессиональный опыт, способность к новаторству.

ГЧП облегчает выход на мировые рынки капиталов, стимулирует привлечение иностранных инвестиций в реальный сектор экономики и оказывает положительное влияние на развитие бизнеса. Анализ проектов, реализуемых по схемам ГЧП, показал, что 80 % из них были реализованы ниже предполагаемого бюджета и 60 % проектов были завершены ранее, чем было запланировано [2].

Традиционно принято считать, что альянс между государственным и частным секторами характерен только для высокоразвитых стран. Однако, как показывает практика, термин «государственно-частное партнерство» получает распространение и в среднеразвитых, и в развивающихся экономиках. В Республике Беларусь, к примеру, с ГЧП связываются надежды по активизации инновационной деятельности. К выводу о необходимости такой активизации пришла Европейская экономическая комиссия ООН, которая по просьбе Правительства Республики Беларусь подготовила Обзор инновационного развития Беларуси [3].

В ходе проведенной аналитической работы, эксперты выявили ряд проблем, которые создают серьезные препятствия для успешного инновационного развития национальной экономики.

1. Обращено внимание на несопоставимость национальных и международных показателей инновационной деятельности. Принятые в Беларуси методология и практика статистического учёта инновационной деятельности, не гармонизированы с международными стандартами. Это существенно затрудняет прямые международные сопоставления на микро – и макроуровнях а, следовательно, снижает эффективность бенчмаркинга (эталонных сравнений сильных и слабых сторон инновационной деятельности). Например, в международной практике выделяются четыре типа инноваций (товарные, технологические, маркетинговые и организационные), то в Республике Беларусь инновациями считаются простое обновление технологий и прикладные научные исследования (т.е. то, что в строгом смысле инновациями не является).

2. Отмечена преимущественно вертикальная структура управления инновационной деятельностью в Беларуси. Успешность инновационного развития зависит от эффективности и динамичности горизонтальных связей между субъектами науки, образования и производства. В инновационной системе Беларуси основное внимание уделяется административным и институциональным аспектам деятельности НИС, а не укреплению взаимосвязей между ее различными подсистемами (предпринимательство, наука, образование, инфраструктура). В результате инновационная система оказалась перегруженной институтами, программами по вертикали и – нежизнеспособной по горизонтали. Отсюда вытекают проблемы с финансированием инновационной деятельности: отбор заинтересованных сторон и выделение ресурсов осуществляется не по ключевым проблемам инновационной деятельности и наиболее эффективным направлениям их решения, а по принципу ведомственной принадлежности. Это приводит к разобщенности ключевых подсистем инновационной системы (наука и промышленность), бюрократической имитации инноваций.

3. Указано на диспропорции в региональном инновационном развитии экономики страны. Эксперты установили, что центром инновационного развития является Минск, где создана основная масса инновационно – активных организаций и сосредоточена основная доля инфраструктурных звеньев НИС (Национальной инновационной системы) – Парк высоких технологий, научно-исследовательские центры и лаборатории, бизнес-центры, технопарки и т.д. В областях республики такой активности не наблюдается и это может привести к дисбалансу во всей цепочке инновационного развития Беларуси.

4. Установлена недостаточность финансирования инновационной деятельности в Республике Беларусь. На протяжении ряда последних лет наблюдалось снижение затрат на НИР в процентах к ВВП. Достигнув своего максимума в 2007 г. (0,97 %), затраты на инновационную деятельность в последующие годы только снижались и в настоящее время составляют – 0,7 %. Между тем программой инновационного развития ЕС определено оптимальное значение этого показателя на уровне 2-3 % от ВВП. Недооценка фактора финансирования инноваций стало мощным тормозом развития государства.

Просуммировав результаты проведенной аналитической работы, Европейская экономическая комиссия ООН, рекомендовала Республике Беларусь начать работу по активизации инновационной деятельности с увеличения объемов ее финансирования, в том числе, и за счет развития государственно-частного партнерства. Значение механизмов государственно-частного партнерства в решении задач инновационного развития экономики страны было признано в Беларуси на государственном уровне. Это нашло отражение в программных документах: в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы, в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы.

К положительным результатам работы специалистов Европейской экономической комиссия ООН следует отнести и всплеск творческой активности белорусских ученых на тему государственно-частного партнерства. Ими проделана большая работа по изучению подходов к формированию **государственной стратегии развития государственно-частного партнерства в Беларуси** в составе государственной инновационной стратегии. Основные направления этой важной работы исследователи видят в следующем[4,5]:

- содействие, продвижение и распространение знаний о ГЧП, разработка программ развития ЧПП в отдельных секторах экономики;
- проведение мероприятий для повышения доверия между партнерами и развитие культуры кооперирования между ними;
- разработка форм и методов взаимодействия органов государственной власти, государственных и частных научных и инновационных институциональных единиц;
- содействие и партнерство в формировании научно-инновационной инфраструктуры (технологические центры, технопарки, центры коллективного пользования оборудованием и др.);
- финансирование государством развития венчурных фондов, сети бизнес-ангелов, стартап-школ;
- государственная поддержка малого и среднего бизнеса в инновационной сфере;
- формирование элементов институциональной среды ГЧП: финансово-экономических институтов, обеспечивающих инвестирование и гарантирование частных инвестиций, независимых организаций, осуществляющих экспертизу проектов и консалтинг, управляющих компаний, ассоциаций и т. п.
- подготовка специалистов в области ГЧП и кадров инвестиционных менеджеров и т.п.

Совокупность указанных мер, на наш взгляд, должна активизировать инновационную деятельность в Республике Беларусь и обеспечить получение дополнительных источников ее финансирования. Более того, государственно-частное партнерство может явиться тем решающим фактором, который разорвет так называемый «порочный круг инновационной недостаточности» [4,5]. Этот термин введен белорусскими учеными для отражения, имеющей место на практике, ситуации, при которой недостаточность одного звена инновационного развития вызывает недостаточность следующего и т.д., образуя круговую, совокупную недостаточность инновационного развития экономики. Все это требует рассмотрения государственно-частного партнерства в инновационной сфере в роли действенного инструмента экономического развития Республики Беларусь

#### Список использованных источников

1. Going global: The world of public private partnerships. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbi.org.uk/pdf/goingglobal0707>. – Дата доступа: 10.03.2015г.
2. Ларин, С. Н. Государственно-частное партнерство: зарубежный опыт и российские реалии / С. Н. Ларин // Государственно-частное партнерство в инновационных системах / под общ. ред. С. Н. Сильвестрова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 312 с.
3. Обзор инновационного развития Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belisa.org.by/ru/nis/gospr/news/gospr/c89c067690e0d190.html> –Дата доступа:10.03.2015г.

4. Лутохина, Э. А. Особенности инновационной экономики и проблемы ее формирования / Э. А. Лутохина // Академия управления при Президенте Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.pac.by/dfiles/001395\\_676218\\_lutohina\\_innov\\_econ.pdf](http://www.pac.by/dfiles/001395_676218_lutohina_innov_econ.pdf) – Дата доступа: 10.03.2015г.
5. Яшева, Г. А. Теоретико-методологические основы и механизмы государственно-частного партнерства в инновационном развитии экономики Беларуси / Г.А. Яшева // Белорусский эконом. журн. – 2011. – № 3.

## **ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Н.К. Волочко,**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет»,*

*г. Минск*

Переход к рыночным отношениям в Республике Беларусь требует эффективного управления финансовыми ресурсами организации. Это связано с тем, что в рыночной конкурентной борьбе выигрывает та организация, которая имеет достаточно финансовых ресурсов и может эффективно их использовать. Вместе с тем, ряд вопросов теории и практики управления финансовыми ресурсами остаются дискуссионными и не до конца исследованными в финансовой науке. В исследованиях, касающихся содержания финансовых ресурсов организации, отмечается неоднозначность, а порой и противоречивость трактовок этого понятия. Однозначное и обоснованное рассмотрение сущности финансовых ресурсов имеет важнейшее значение не только для теории, но и для практики управления финансовыми ресурсами.

По мнению ученого-экономиста Романовского М.В. финансовые ресурсы организации – это «все источники денежных средств, аккумулируемые предприятием для формирования необходимых ему активов в целях осуществления всех видов деятельности, как за счет собственных доходов, накоплений и капитала, так и за счет различного вида поступлений» [4].

Павлова Л. рассматривает финансовые ресурсы как «собственные источники финансирования расширенного воспроизводства, остающиеся в распоряжении предприятия после выполнения текущих обязательств по платежам и расчетам» [3].

Ученый-экономист Бланк И.А. определяет финансовые ресурсы организации как «совокупность дополнительно привлекаемого и реинвестируемого им собственного и заемного капитала в денежной форме, предназначенного для финансирования его предстоящего развития в детерминированном плановом периоде, формирование и использование которого контролируется им самостоятельно в соответствии с предусматриваемым целевым назначением с учетом фактора риска» [1].

На наш взгляд, сущность финансовых ресурсов тесно связана с сущностью финансов. Известно, что первоначально финансовые отношения возникают в процессе первичного распределения стоимости общественного продукта на составляющие ее элементы: старую и вновь созданную стоимость. Последняя, в свою очередь, распределяется на стоимость необходимого продукта и стоимость прибавочного продукта. На уровне конкретного субъекта хозяйствования распределению подлежит выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, в составе которой выделяются такие элементы, как прибыль, налог на добавленную стоимость, заработная плата, амортизационные отчисления и др. Формирование денежных поступлений и накоплений в результате распределения выручки происходит на основе финансовых отношений.

Распределение и перераспределение стоимости с помощью финансов обязательно сопровождается движением денежных средств, принимающих специфическую форму финансовых ресурсов. Они формируются у субъектов хозяйствования и государства за счет различных видов доходов, отчислений и поступлений и используются на расширенное воспроизводство, материальное стимулирование работающих, удовлетворение социальных и других потребностей общества. Финансовые ресурсы выступают материальными носителями финансовых отношений.

Финансовые ресурсы организации потенциально образуются на стадии производства, когда создается новая стоимость и осуществляется перенос старой. Реальное формирование финансовых ресурсов начинается только на второй стадии общественного воспроизводственного процесса, когда стоимость реализована и в составе выручки вычлняются конкретные экономические формы реализованной стоимости.

На уровне организации финансовые ресурсы используются как в фондовой, так и нефондовой форме. Часть финансовых ресурсов субъекта хозяйствования используется на образование денежных фондов целевого назначения: амортизации, оплаты труда т.д. Использование финансовых ресурсов на выполнение платежных обязательств перед бюджетом и банками осуществляется в нефондовой форме. Создание целевых денежных фондов за счет финансовых ресурсов и использование их позволяет обеспечить денежными

средствами воспроизводственный процесс на микроуровне. Фондовая форма использования финансовых ресурсов predetermined потребностями расширенного воспроизводства и обладает некоторыми преимуществами по сравнению с нефондовой формой. Она дает возможность полнее увязать общественные, коллективные и личные интересы и тем самым активнее воздействовать на производство. Фондовая форма финансовых ресурсов – самый эффективный путь их использования, так как обеспечивает концентрацию ресурсов на основных направлениях развития общественного производства.

На практике как единое целое часто воспринимаются такие понятия, как денежные средства, финансовые ресурсы, денежные фонды и финансовые фонды. Но все же финансовые ресурсы – это часть денежных средств, находящихся в обороте организации, тем самым денежные средства шире понятия финансовые ресурсы, соответственно денежные фонды шире понятия финансовые фонды. Различие между денежными средствами и финансовыми ресурсами организации можно рассмотреть на примере такой финансовой категории как выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, которая представляет собой величину денежных средств, поступивших на счет субъекта хозяйствования в банке. Из общей суммы денежных средств организация формирует финансовые фонды: амортизации, оплаты труда и др., содержание которых составляют финансовые ресурсы. Именно поэтому денежные средства шире понятия финансовые ресурсы.

На наш взгляд, формирование денежных поступлений и накоплений организации таких как амортизационные отчисления, заработная плата, прибыль и др. происходит в результате распределения выручки от реализации продукции (работ, услуг) на основе финансовых отношений.

Таким образом, финансовые ресурсы организации – это денежные поступления и накопления, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и используемые на цели расширенного воспроизводства, материальное стимулирование работающих, выполнение финансовых обязательств, удовлетворение социальных и других потребностей.

Такое понимание сущности финансовых ресурсов дает возможность сформировать отдельные виды финансовых ресурсов в следующие группы:

- 1) собственные и приравненные к ним средства (прибыль, амортизационные отчисления, устойчивые пассивы);
- 2) финансовые ресурсы, мобилизуемые на финансовом рынке (продажа собственных акций, облигаций и других видов ценных бумаг, кредитные инвестиции);
- 3) финансовые ресурсы, поступающие в порядке перераспределения (страховое возмещение по поступившим рискам, бюджетные субсидии, финансовые ресурсы, поступающие от отраслевых структур и др.).

Использование финансовых ресурсов осуществляется организациями по многим направлениям, главными из которых являются:

- платежи органам финансово-банковской системы, обусловленные выполнением финансовых обязательств. Сюда относятся налоговые платежи в бюджет, уплата процентов банкам за пользование кредитами, погашение ранее взятых ссуд, страховые платежи и др.;
- инвестирование собственных средств в капитальные затраты, связанное с расширением производства и техническим его обновлением, переходом на новые прогрессивные технологии.
- инвестирование финансовых ресурсов в ценные бумаги, приобретаемые на рынке. К ним относятся акции и облигации других фирм, государственные ценные бумаги и др.;
- направление финансовых ресурсов на образование денежных фондов поощрительного и социального характера;
- использование финансовых ресурсов на благотворительные цели и спонсорство.

Следует отметить, что одной из наиболее распространенных точек зрения на содержание финансовых ресурсов организации является их полное отождествление с категорией «капитал». Так, некоторые современные исследователи под финансовыми ресурсами организации понимают используемый ею собственный и заемный капитал, считая, что эти понятия тождественны. Ученые-экономисты Незамайкин В.Н. и Юрзинова В.Л. отмечают, что «с точки зрения экономической теории финансовые ресурсы представляют собой капитал, который, будучи вложенным в хозяйственную деятельность и последовательно пройдя все стадии производственно-коммерческого цикла (кругооборот капитала), приносит доход».

По нашему мнению, такую точку зрения нельзя признать правомерной. Необходимо отметить, что используемый организацией капитал имеет как денежную, так и другие формы – материальную и нематериальную, которые нельзя рассматривать как финансовые ресурсы. Формируемый организацией уставный капитал в материальной и нематериальной формах, характеризует привлечение материальных и нематериальных ресурсов, а не финансовых. Только определенная часть используемого организацией капитала может рассматриваться как финансовые ресурсы организации, обеспечивающая ее развитие. Следовательно, количественное отождествление капитала и финансовых ресурсов происходит в момент создания новой организации, когда уставный капитал формируется в денежной форме.

Отражаемый в балансе организации пассивный капитал включает такую статью как доходы будущих периодов, которая отражает информацию о доходах, полученных организацией в отчетном периоде, но относящихся к будущим периодам. Доходы будущих периодов являются источником формирования финансовых ресурсов, а не видом финансовых ресурсов и поэтому они не тождественны капиталу.

Таким образом, можно выделить и сформулировать основные существенные характеристики финансовых ресурсов организации:

- 1) понятие «финансовые ресурсы» тесно связано с понятием «финансы» и существование одного невозможно без существования другого. Формирование и использование финансовых ресурсов является одним из специфических признаков финансов, отличающим их от других распределительных категорий; финансовые ресурсы выступают материальным содержанием финансовых отношений;
- 2) финансовые ресурсы являются сложной экономической категорией, составляющей основу функционирования предприятия любой организационно-правовой формы.
- 3) финансовые ресурсы организации функционируют в денежной форме;
- 4) формирование финансовых ресурсов организации может происходить за счет собственных средств и ресурсов, мобилизуемых на финансовом рынке и поступающем в порядке перераспределения;
- 5) основное назначение финансовых ресурсов организации заключается в обеспечении ее жизнедеятельности и дальнейшего развития;
- 6) финансирование и использование финансовых ресурсов контролируется субъектом хозяйствования самостоятельно в соответствии с предусматриваемым целевым значением.

Управление финансовыми ресурсами организации представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с обеспечением их эффективного формирования, распределения и использования в процессе хозяйственной деятельности.

Эффективность формирования и использования финансовых ресурсов организации зависит от процесса управления, который включает решение следующих задач:

- 1) обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития в предстоящем периоде. Эта задача реализуется с помощью определения общей потребности в финансовых ресурсах организации на предстоящий период, выявления необходимого объема их привлечения;
- 2) оптимизация структуры источников формирования финансовых ресурсов организации, обеспечивающая минимизацию стоимости привлекаемого капитала. Такая оптимизация связана с обеспечением максимизации объема привлечения собственных финансовых ресурсов за счет собственных источников, определением целесообразности мобилизации финансовых ресурсов на финансовом рынке;
- 3) оптимизация распределения сформированных финансовых ресурсов в разрезе основных направлений хозяйственной деятельности предприятия;
- 4) обеспечение наиболее эффективного использования финансовых ресурсов организации по каждому из направлений его хозяйственной деятельности.

Эффективное управление финансовыми ресурсами в организации обеспечивается реализацией ряда принципов, основными из которых являются:

- системность построения. Управление финансовыми ресурсами организации должно строиться как единая взаимосвязанная совокупность элементов, обеспечивающих эффективную разработку и реализацию управленческих решений;
- ориентированность на стратегические цели финансового развития организации. Какими бы эффективными не казались те или иные проекты в области формирования и использования финансовых ресурсов, они должны быть отклонены, если они противоречат стратегическим целям и направлениям финансового развития организации;
- эффективность принимаемых управленческих решений. Реализация данного принципа обеспечивается сопоставлением эффекта управления и связанных с ним затрат финансовых ресурсов;
- приоритетность ориентирования на использование внутренних финансовых ресурсов. В процессе управления финансовыми ресурсами организация должна, прежде всего, обеспечивать их максимальное формирование из внутренних источников;
- высокий динамизм управления. Эффективность принятых управленческих решений в сфере формирования и использования финансовых ресурсов в предыдущем периоде не всегда может принести такой же положительный эффект на последующих этапах развития организации. Поэтому управлению финансовыми ресурсами должен быть присущ высокий динамизм реагирования на неблагоприятное воздействие факторов внешней и внутренней финансовой среды;
- законность принимаемых управленческих решений. Данный принцип означает, что вся система получения необходимой информации должна осуществляться на основе действующего законодательства и не вступать в противоречие с действующими нормативными правовыми актами.

Являясь неотъемлемой частью финансового менеджмента, управление финансовыми ресурсами организации направлено на реализацию его главной цели. В соответствии с этим более четко эта цель управления финансовыми ресурсами может быть сформулирована следующим образом: главной целью управления финансовыми ресурсами является обеспечение эффективного финансирования развития организации в предстоящем периоде по всем направлениям его хозяйственной деятельности, направленного на возрастание его рыночной стоимости.

Управление финансовыми ресурсами включает следующие этапы:

1. Планирование финансовых ресурсов;
2. Оперативное управление финансовыми ресурсами;
3. Финансовый контроль.

Эффективность управления финансовыми ресурсами во многом зависит от используемой в этих целях информации. В процессе оценки качества сформированной информационной базы проверяется ее полнота и точность для исследования отдельных источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов, а также надежность источников информации.

Основной целью анализа состояния формирования и использования финансовых ресурсов в отчетном периоде является оценка потенциала их формирования и выявление резервов повышения эффективности их использования. Важным элементом анализа является оценка риска формирования и использования финансовых ресурсов организации, а также эффективность мероприятий по их нейтрализации.

Определение общей потребности в финансовых ресурсах организации осуществляется на основе предполагаемого их использования в планируемом периоде с учетом следующих особенностей. Если потенциал формирования финансовых ресурсов ограничен вследствие низкого уровня рентабельности и кредитоспособности, то их объем формируется в рамках предельных границ этого потенциала. Если же потенциал их формирования довольно высок, то объем финансовых ресурсов формируется исходя из предусмотряемых направлений использования.

Заключительным этапом управления финансовыми ресурсами является финансовый контроль, который связан с реализацией управленческих решений формирования и использования финансовых ресурсов. Финансовый контроль проводится на основе постоянно осуществляемого мониторинга результатов принятых управленческих решений. По результатам мониторинга, при необходимости, осуществляется корректировка ранее принятых управленческих решений, направленных на достижение предусмотренных целей.

Особая роль принадлежит внутреннему контролю формирования и использования финансовых ресурсов организации. Он представляет собой организуемый процесс проверки исполнения и реализации всех управленческих решений в области формирования и использования финансовых ресурсов с целью реализации разработанной стратегии и показателей оперативных и текущих финансовых планов. Внутренний контроль финансовых ресурсов организуется следующим образом:

1. Предварительный финансовый контроль проводится на стадии разработки финансовых планов и бюджетов в процессе рассмотрения бизнес-планов отдельных структурных подразделений. В процессе проведения предварительного контроля проверяется обоснованность отдельных показателей и правильность проведения расчетов, выявляются возможные резервы повышения эффективности формирования и использования финансовых ресурсов;
2. Текущий финансовый контроль проводится в ходе реализации финансовых планов и бюджетов всех уровней с целью принятия оперативных мер по выполнению предусмотренных плановых показателей, связанных с формированием и использованием финансовых ресурсов;
3. Последующий финансовый контроль осуществляется в процессе рассмотрения финансовой отчетности формирования и использования финансовых ресурсов организации за отчетный период.

Одной из важнейших проблем управления финансовыми ресурсами является недостаточная адаптация зарубежных методов управления к современным условиям белорусской экономики, что вызывает определенные трудности практического использования зарубежного опыта. Многие модели управления финансовыми ресурсами, разработанные зарубежными учеными-экономистами, не могут быть использованы в практике отечественных организаций по причине несопоставимости показателей, применяемых в отечественном учете и учете зарубежных стран. К тому же, применение зарубежного опыта неразрывно связано с пониманием показателей, используемых в международных стандартах финансовой отчетности. Недостаточная квалификация специалистов в области международных стандартов финансовой отчетности не позволяет принимать эффективные и взвешенные решения в области управления финансовыми ресурсами на основе зарубежного опыта. Переход на международные стандарты финансовой отчетности позволит решить проблему несопоставимости показателей отечественного и зарубежного учета. Кроме того, отчетность, составленная на основе международных стандартов финансовой отчетности, позволит объективно оценить финансовое положение организации и даст возможность привлечь финансовые ресурсы от зарубежных инвесторов. Введение составления годовой консолидированной отчетности в соответствии с международными стандартами учета и финансовой отчетности в Республике Беларусь в соответствии с Зако-

ном Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» должно повлиять на повышение квалификации специалистов в области учета и даст возможность использования современных инструментов управления финансовыми ресурсами в организациях.

#### Список использованных источников

1. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-З. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2015.
3. Павлова, Л. Н. Финансовый менеджмент: учеб. для вузов / Л. Н. Павлова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 269 с.
4. Романовский, М. В. Корпоративные финансы: учебник для вузов / М. В. Романовский, А. Вострокнутова. – СПб. : Питер, 2011. – 592 с. : ил.

## НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В СТРАНАХ – ЧЛЕНАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

**А.А. Карчевская,**

студент 4 курса, факультета МЭО и М

Научный руководитель: **С.Ф. Назарова,** доцент кафедры финансов

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО»,*

*г. Минск*

Налоговая система страны оказывает большое влияние на развитие экономики. При этом если страны объединяются в различные интеграционные группировки, знание налоговых систем стран-партнеров, их слабые и сильные стороны, помогают реформированию и развитию системы налогообложения в стране.

В структуре доходов бюджетов стран-членов Таможенного союза значительную долю составляют косвенные налоги, а именно налог на добавленную стоимость (НДС). При установлении косвенных налогов государство преследует фискальные цели, тем не менее, размерами обложения и формами взимания оно оказывает огромное влияние на развитие экономики страны.

Налог на добавленную стоимость был изобретён во Франции французским финансистом Морисом Лоре в 1954 г. вместо налога с оборота для устранения каскадного характера взимания налога. Благодаря ряду преимуществ, в особенности надёжности и эффективности взимания, НДС получил широкое распространение в большинстве стран. Тем не менее, налог на добавленную стоимость имеет и ряд недостатков, например высокие ставки, многочисленность законодательных актов, регулирующих взимание данного налога, которые регулируются и устраняются в процессе развития и становления налога.

Налог на добавленную стоимость играет ведущую роль в косвенном налогообложении. Поступления от него занимают значительное место в доходной части бюджета государств.

Развитие и совершенствование налога на добавленную стоимость в мировом масштабе происходит целенаправленно и в принципе согласованно. В 1977 году были приняты Европейские директивы, ориентирующие все страны Западной Европы на сближение ставок налога на добавленную стоимость примерно на уровне 18 %. Хотя до полной идентичности ставок налога в странах ЕС дело не дошло, об их относительном выравнивании можно судить определенно.

По нулевой ставке в большинстве стран облагаются 2 вида деятельности: медицина и медицинское обслуживание, образование и деятельность общественного и благотворительного характера.

Льготная ставка налога устанавливается на товары и услуги первой необходимости (продукты питания, медикаменты, жильё, транспорт и т.п.)

Повышенная ставка применяется к реализации предметов роскоши, машин, алкогольной и табачной продукции.

Методики исчисления добавленной стоимости и построения налога на добавленную стоимость в европейских и других странах довольно идентичны. Поскольку добавленная стоимость создаётся во всех звеньях, в которых осуществляется производство и реализация продукции, то налог на добавленную стоимость является многоступенчатым налогом. Он включается в цену товара на всех этапах его движения в сфере производства и обращения вплоть до конечного потребителя, который по существу и является истинным плательщиком налога на добавленную стоимость. На каждом этапе налог взимается только с той части стоимости товара или услуги, которая добавляется предприятием к стоимости закупленных им производственных ресурсов (сырья, материалов, комплектующих и т.д.).

Опыт введения НДС в Республике Беларусь выявил все положительные свойства этого налога на потребление. С помощью этого налога удается более успешно решать чисто фискальные цели пополнения средств государственного бюджета, административные задачи, связанные с созданием более эффективной системы сбора налогов. Вместе с тем, целый ряд насущных проблем еще ждет своего решения в ходе дальнейшего совершенствования белорусского законодательства об НДС. Среди них – реализация принципа нейтральности; более последовательное осуществление принципа равенства и обеспечения прогрессивного характера НДС; повышение его роли в стимулировании роста производства, внутренних и иностранных инвестиций.

НДС в странах-членах Таможенного союза взимается по зачетному методу. Каждая из трех стран устанавливает ставки НДС, по которым облагаются импорт и внутренний оборот товаров. Экспортеру предоставляется нулевая ставка НДС с осуществлением налоговых вычетов в полном объеме. Налоговые кодексы каждой страны содержат обширный перечень оборотов, освобождаемых от налогообложения, которые в основном носят социально – значимый характер.

На территории каждого государства-члена Таможенного союза гарантированы равные конкурентные условия для всех товаров за счет применения единых национальных ставок НДС как к отечественным, так и к импортным товарам.

Аналогичный подход существует и в государствах Евросоюза, каждое из которых вправе вводить ставку НДС исходя из уровня развития и специфики экономики.

Необходимо отметить, что более низкие ставки НДС в Казахстане – 12 %, а в России -18 %, а в Беларуси – 20 % [1, 2, 3].

В целях унификации налоговых законодательств можно предположить о необходимости установления ставок НДС в странах Таможенного союза на одном уровне. Вносятся предложения, чтобы, в первую очередь Беларусь и Россия пошли по пути снижения ставки НДС.

В то же время вопрос о снижении ставки НДС рассматривается в Республике Беларусь, при условии увеличения поступлений в бюджет за счет других источников. Деловое сообщество России допускает оправданным снижение ставки НДС до 15 процентов. Необходимо подчеркнуть, что НДС – это налог не на производство, а на потребление. В связи, с чем он оказывает большее влияние на конечного потребителя за счет включения в цену.

Общеизвестен тот факт, что косвенные налоги носят регрессивный характер и оказывают большее влияние на менее обеспеченные слои населения, и высокие ставки косвенных налогов считаются социально несправедливыми.

Если говорить о странах Европейского союза, то можно сказать, что Европа идет, наоборот, по пути поднятия ставки НДС. За последние два года в связи необходимостью финансирования растущих государственных расходов, в том числе связанных со стабилизацией внешнего государственного долга и выходом из долгового кризиса европейские государства были вынуждены увеличить объем поступлений за счет НДС.

В частности, ставки налога увеличены в Великобритании, Чехии и Словении, Эстонии (до 20 %), Ирландии, Литве (до 21 %), Латвии (до 22 %), Румынии (до 24 %), Венгрии (до 27 %), в Польше, Ирландии, Италии, Португалии, Финляндии, Греции (до 23 %).

Унификация налогового законодательства трех стран имеет большое значение с точки зрения обеспечения равных условий хозяйствования и развития взаимной торговли. Однако необходимо понимать, что этот процесс в среднесрочном и долгосрочном периоде не предполагает одинаковые ставки налогов в странах-членах Таможенного союза, что объективно не может быть обеспечено с учетом имеющихся экономических различий. Прежде всего, это касается унификации перечня применяемых налогов, механизмов их взимания, а также принципов налогообложения взаимной торговли, которые в настоящее время максимально сближены.

Для подавляющего большинства стран, и особенно для тех, у кого отсутствуют значительные стратегические ресурсы, формирующие дополнительные доходы бюджета, НДС становится главным доходным источником. Не является исключением и Республика Беларусь. В настоящее время на долю НДС в Беларуси приходится более 30 % всех доходов бюджета. Для сравнения – в Российской Федерации за счет НДС формируется около 15 % доходов бюджета (при ставке НДС – 18 %), в Казахстане – около 10 % (при ставке НДС – 12 %). В России и Казахстане один из основных доходов бюджета – налог на добычу ресурсов, в России он составляет 14 %, в Казахстане – 7 %. В Беларуси менее 1 %. То есть те сырьевые страны, которые формируют свои доходы из иных источников, могут применять более низкие ставки по НДС [1, 2, 3].

По оценке международных экспертов, налоги на потребление, к которым относится НДС, оказывают наименьшее влияние на инвестиционную привлекательность и перемещение капитала. Более значительную роль здесь играют прямые налоги и, в первую очередь, налог на прибыль. При этом действующая зачетная система взимания НДС в странах Таможенного союза с применением к экспорту нулевой ставки налога и налогообложением импорта по национальной ставке страны, в которую поставляется товар, также не оказывает искажающего влияния на условия конкуренции, поскольку:



- на территории каждого государства применяются единые национальные ставки как к отечественным, так и к импортным товарам;
- налогообложение НДС взаимной торговли в Таможенном союзе осуществляется по принципу страны назначения, то есть с полным освобождением от НДС экспорта за счет применения нулевой ставки и обложением импорта по ставкам, действующим в стране – потребителе товара.

Следует учитывать, что помимо ставок налогов большое значение имеют также аспекты их администрирования. В Республике Беларусь условия администрирования косвенных налогов наиболее привлекательные. В частности, по результатам проведенной работы по упрощению порядка применения налоговых вычетов и упорядочению объектов налогообложения НДС можно сказать, что с 2012 г. ограничение налоговых вычетов по НДС сохранится лишь в отношении объектов, приобретенных за счет безвозмездно полученных средств бюджета. Хотя и на сегодняшний день актуальным является процесс совершенствования основного бюджетообразующего налога – НДС, оказывающего существенное влияние практически на все сферы хозяйствования. Требуется изменения как в области методологии налогообложения отдельных отраслей экономики и сфер хозяйственной деятельности, так и в области реального снижения налоговой нагрузки, обоснования льгот.

По возможности в странах-членах Таможенного союза возможно установление единой ставки НДС (на уровне 16-18 %). При этом в Таможенном союзе для унификации налогов, может быть, применим опыт Европейского союза, где, в соответствии с проектом директивы об общеевропейской системе НДС, предполагается установление минимально допустимой ставки НДС на пять последующих лет.

Гармонизацию (сближение, унификацию) национальных законодательств в налоговой сфере необходимо рассматривать как одну из основных задач формирования межгосударственного интеграционного объединения. Разумное сочетание прямых и косвенных налогов, установление оптимальных ставок, применение льгот позволят создавать действенные налоговые системы в странах-членах Таможенного союза.

#### **Список использованных источников**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г., № 166-ФЗ [Электронный ресурс]:// КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.
2. О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс) [Электронный ресурс] :: Кодекс Республики Казахстан от 19.01.2011 № 395-IV.
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : от 19 дек. 2002 г., № 166-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

## **РАЗВИТИЕ ТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ В РАМКАХ РЫНКА ЕЭП**

**С.В. Павловская**

к.э.н., доцент кафедры мировой экономики БГЭУ

**Ю.Г. Абакумова**

магистр естественных наук,

преподаватель кафедры экономической информатики БГУ

В рамках мирового хозяйства под влиянием глобализации национальные экономики отдельных стран становятся все более открытыми и ориентированными на международное экономическое сотрудничество. В настоящее время Республика Беларусь остается достаточно обособленной частью мировой экономики и не в полной мере использует возможности мирового хозяйства. В процессе интеграции в мировую хозяйственную систему и для дальнейшего функционирования в качестве равноправного самостоятельного субъекта для Беларуси представляется актуальным и чрезвычайно важным решение проблемы сохранения и укрепления уже завоеванных позиций с каждой страной-партнером, поиск путей формирования и направлений совершенствования многосторонних экономических отношений в рамках интеграционных объединений.

Интеграционные процессы в мире интенсивно набирают обороты. В настоящее время в мире насчитывается около 300 интеграционных группировок. Для Республики Беларусь международная экономическая интеграция является источником стабилизации и развития национальной экономики, поэтому республика является активным участников данных процессов.

Беларусь активно принимала участие в развитии Единого экономического пространства (ЕЭП) (2003 г.), Таможенного союза (до 2014 г.), входила в международную организацию Центральноазиатское

сотрудничество, объединявшую ряд бывших республик СССР (до 2005 г.). В настоящее время является членом Содружества независимых государств (с 1991 г.), Союзного государства России и Беларуси (с 1996 г.), Евразийского экономического сообщества (с 2000 г.), Евразийского экономического союза (с 2015 г.).

Вышеперечисленные организации зачастую преследовали различные цели, не всегда согласованные между собой. Это привело к распылению усилий и ресурсов, а также к необходимости концентрации на наиболее жизнеспособной и отвечающим национальным интересам стран такой форме межгосударственной интеграции как Единое экономическое пространство (ЕЭП).

ЕЭП – это экономическое пространство, объединяющее таможенные территории Республики Беларусь, Российской Федерации и Казахстана, на котором функционируют механизмы регулирования экономики, основанные на единых принципах, обеспечивающих свободное движение товаров, услуг, капитала и рабочей силы, и проводится единая внешнеторговая и согласованная, в той мере и в том объеме, в каких это необходимо для обеспечения равноправной конкуренции и поддержания макроэкономической стабильности, налоговая, денежно-кредитная и валютно-финансовая политика [1].

Значительный экономический потенциал евразийской интеграции иллюстрируют следующие факты. ЕЭП представляет собой территорию общей площадью более 20 млн кв. км, что составляет приблизительно 15 % мировой суши, с населением 170 миллионов человек. В рамках ЕЭП сосредоточены 9 % мировых запасов нефти и 25 % запасов природного газа. Единое экономическое пространство является ключевым игроком на мировых рынках промышленного сырья, обеспечивая 11 % глобального сырьевого экспорта (включая энергоносители) и 13 % экспорта энергоносителей [2].

На территории Единого экономического пространства работают однотипные механизмы регулирования экономики, основанные на применении гармонизированных правовых норм, существует единая инфраструктура и проводится согласованная налоговая, денежно-кредитная, валютно-финансовая, торговая и таможенная политика. Как следует из Концепции формирования Единого экономического пространства, «целью формирования ЕЭП является создание условий для стабильного и эффективного развития экономик государств-участников и повышения уровня жизни населения. ЕЭП формируется постепенно, путём повышения уровня интеграции, через синхронизацию осуществляемых государствами-участниками преобразований в экономике, совместных мер по проведению согласованной экономической политики, гармонизацию и унификацию законодательства в сфере экономики, торговли и по другим направлениям, с учётом общепризнанных норм и принципов международного права, а также опыта и законодательства Евросоюза» [3, 4].

Таким образом, ЕЭП формируется с учетом опыта наиболее развитого интеграционного объединения в мире, который совсем недавно стоял на пороге формирования итогового, существующего лишь в теории Б. Баласса, последнего этапа международной экономической интеграции политического союза – Европейского союза. Однако, в случае объединения стран с переходной экономикой, представляется целесообразным заложить прочный фундамент будущих преобразований в рамках торговой интеграции, и, опираясь на сформированную экономическую базу не только в рамках двухсторонних отношений и кооперационных связей стран-участниц с Российской Федерацией, но и между ними самими, двигаться вверх по «интеграционной лестнице».

Теория и практика исследования международной экономической интеграции не выдвинула универсальной теории отвечающей на вопрос, что дает интеграция каждому из участников этого процесса. Этот вопрос и сегодня остается открытыми. Для Республики Беларусь важно, чтобы процессы интеграции в рамках ЕЭП не привели к консервации технологического уровня производства, а помогли модернизировать национальную экономику, позволяя нарастить в первую очередь экспорт наукоемких товаров и формируя в рамках кооперационных связей стран-членов ЕЭП производство товаров пятого и шестого технологических укладов. Это в свою очередь позволило реализовать планы по строительству в республике экономики знаний [5].

Существует разнообразный исследовательский аппарат изучения интеграционных процессов, в частности торговой интеграции. Исторически сложилось, что межгосударственная торговля является первичным и наиболее распространенным каналом осуществления мирохозяйственных связей, поэтому становление теории международной экономической интеграции было заложено такими учеными как Дж. Вайнер, Р. Липси, Дж. Мид, которые определили последствия от присоединения к интеграционной группировке, как эффекты создания и отклонения торговли.

Для целей данного исследования интерес представляют работы, в которых рассматривается внутриотраслевая торговля стран-участниц интеграционного объединения. Эмпирические данные, накопленные за последние полвека, и существующая практика международной торговли показала, что в настоящее время

преобладают перекрестные потоки однотипных товаров, которые осуществляются странами похожими в экономическом, социальном, культурно-историческом, экологическом и других аспектах.

Для объяснения данного явления исследователями были предложены новые теории и модели анализа международной торговли. В своей теории подобия стран С. Линдерт определил, что внешний рынок является продолжением его внутреннего, и то, что наибольший объем торговли приходится на промышленно развитые страны, т.к. повышается значение приобретенного преимущества страны над естественным. Однако в этой теории оставался открытым вопрос, как страны должны специализироваться, чтобы обеспечить себе приобретенные преимущества [6].

Французские исследователи Б. Лассюдри-Дюшен, Ж. Л. Маккиелли объясняли перекрестный обмен несовершенством товарной номенклатуры, иерархической структурой сравнительных преимуществ, обменом между головной компанией и ее дочерними зарубежными филиалами. Б. Лассюдри-Дюшен развил теорию С. Линдерта введя понятие «дифференцированного спроса» и объединив логику сходства и различия стран. Он сделал вывод о том, что перекрестный обмен сходными товарами является результатом «встречи на рынке дифференцированного спроса и качественно разнообразного предложения» [7, С. 80].

Исследователи Ж. Лафай рассматривал факторы, связанные с объемом и природой спроса на товары, К. Дж. Ланкастер и П. Кругман разработали модели, включающие в себя элементы несовершенной конкуренции. Теория эффекта масштаба (теория международной торговли на основе монополистической конкуренции) американского экономиста П. Кругмана объясняет, почему существует перекрестная торговля между странами, которые одинаково наделены факторами производства [8, 9, С. 68].

Работы П. Кругмана 1979 и 1980 гг. стали важным шагом в осмыслении механизма товарного обмена странами, они дополнили классические теории. Так, механизмы торговли, описанные в его моделях, работают наряду с классическими принципами сравнительного преимущества, выявляя дополнительный выигрыш стран от международного обмена.

Классическая теория международной торговли базируется на моделях совершенной конкуренции, в которых предполагается наличие технологий с постоянной отдачей от масштаба. В этих моделях не оговаривается размер фирмы, которые одинаково производительны при равной фактороемкости. Необходимость отказаться от предположения о постоянной отдаче от масштаба, имели место в научной литературе до работ П. Кругмана. В исследованиях Б. Улина, Б. Балассы, Г. Грубела, П. Ллойда и др. отмечалась необходимость учитывать эффекты концентрации ресурсов для объяснения эффекта специализации. Одновременно с П. Кругманом, но независимо от него, были опубликованы работы А. Диксита и В. Нормана, К. Ланкастера, в которых перекрестная торговля между похожими странами объяснялась экономией от масштаба и несовершенной конкуренцией. Однако в основу новой торговой теории легли модели именно П. Кругмана, которые наиболее лаконично и просто, описали основной механизм торговли при наличии возрастающего эффекта от масштаба [9, С. 71-73].

К основным выводам, которые сделал П. Кругман, можно отнести следующие: (1) При либерализации торговли увеличивается объем производства отдельной компании, растет реальная заработная плата и ассортимент товаров, доступных для потребителя (благополучие потребителей в каждой экономике повышается как в силу роста реальной заработной платы, так и в силу увеличения доступного разнообразия товаров); (2) Возникновение торговли между абсолютно одинаковыми странами можно трактовать как внутриотраслевую.

Будущий Нобелевский лауреат П. Кругман сумел «в духе экономической традиции Массачусетского технологического института» продемонстрировать в своей модели и объяснить механизм и причины роста внутриотраслевой торговли в первую очередь между типологически схожими странами. Эти положения «задали тон» последующим исследованиям в сфере как теоретического, так и эмпирического анализа международной торговли, сформировав основы нового направления, получившего название новая теория международной торговли.

Представители консервативного подхода Дж. М. Фингер и Р.Дж. Липси объясняют тот факт, что перекрестная торговля однотипными товарами занимает все большую долю в международной торговле, углубляющейся специализацией между странами в рамках одних и тех же отраслей.

В подходе к теории внутриотраслевой международной торговли американского ученого Б. Балассы учтен не только эффект масштаба, но и различия во вкусах потребителей разных стран, их географическая близость и т.д. В своей работе «Внутриотраслевая специализация» [10, С. 506] Б. Баласса соглашается с С. Линдертом, который первый выдвинул предположение, что при более высоких уровнях экономического развития международная торговля все больше и больше предполагает обмен дифференцированными товаром, т. е. внутриотраслевую специализацию, и сделал вывод о том, что объем внутриотраслевой торговли положительно коррелирует с уровнем экономического развития стран-партнеров. Профессор подтверждает в

своей работе, что «объем внутриотраслевой торговли отрицательно коррелирует с уровнем торговых ограничений и положительно – с участием в интеграционных схемах» [10, С. 507].

В рамках поставленных целей в данном исследовании, в качестве метода исследования динамики интеграционных процессов и выявления перспектив их развития может быть использован анализ показателей внутриотраслевой торговли, т.е. исследование товарной структуры взаимной торговли стран-участниц ЕЭП. Это позволит не только выявить основные тенденции интеграции, а также географические и отраслевые предпосылки для развития производственной кооперации в рамках ЕЭП, но также, что особенно важно для стран-участниц создать предпосылки для формирования основ экономики знаний.

Отметим, что хотя показатели экономического развития стран существенно отличаются по некоторым параметрам (например, Республика Беларусь лидирует по такому показателю как уровень инфляции – в 2013 году он составил 18,3 %, лидером по уровню безработицы являлась Армения (16,2 %), а Российская Федерация продемонстрировала в 2013 году самый низкий темп роста ВВП – 1,3 %), доля импорта наукоемких товаров в общем стоимостном объеме импорта остается низкой во всех странах, рис. 1.

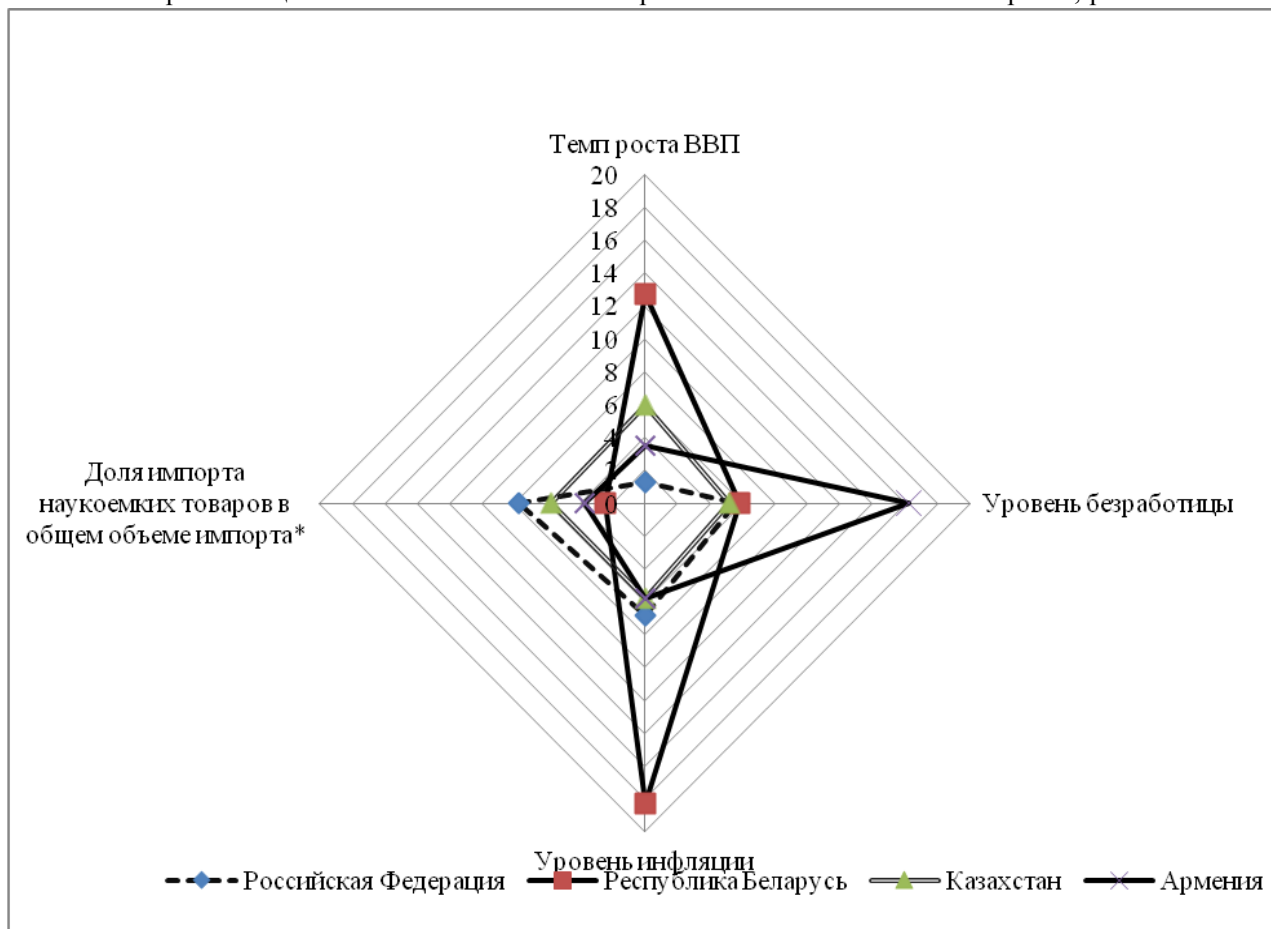
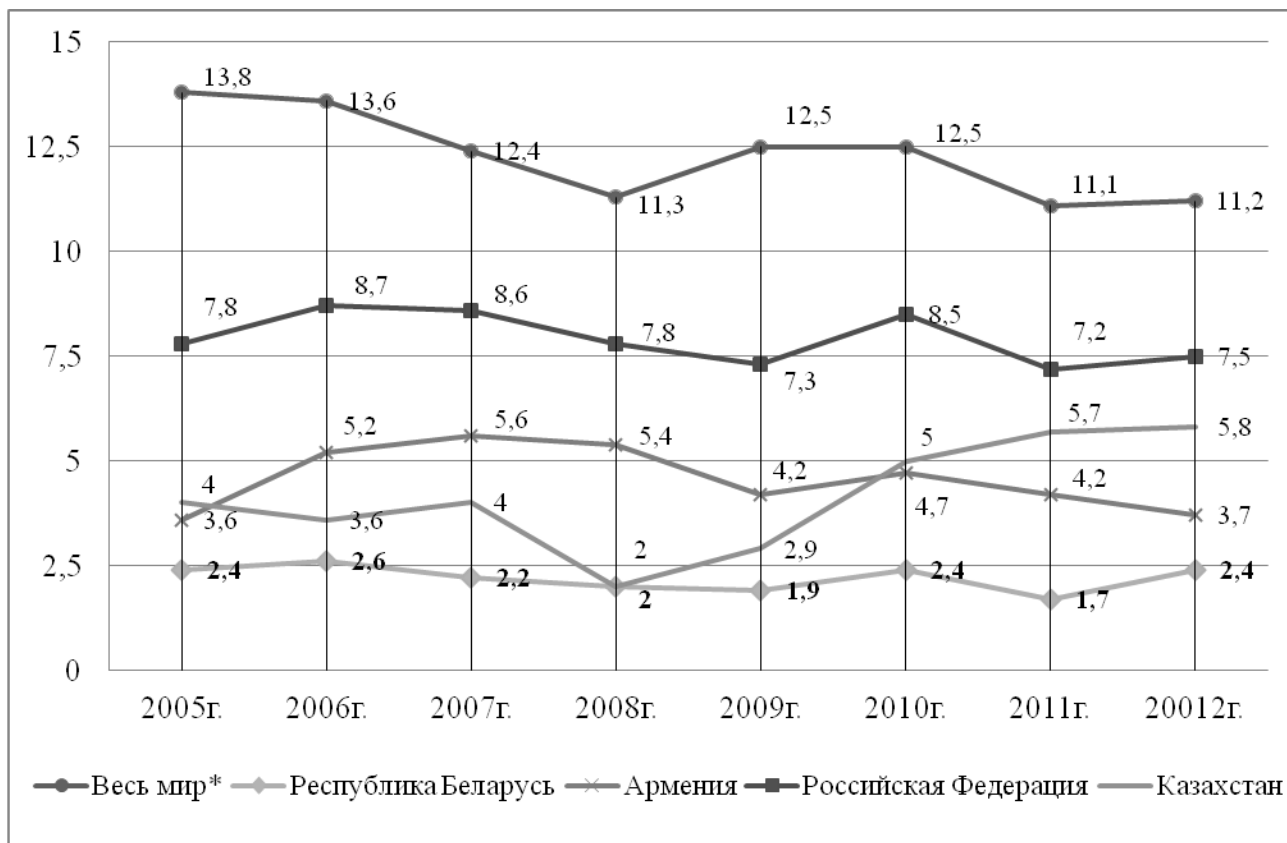


Рис. 1. Экономический профиль стран-членов ЕЭП в 2013 г.

Источник: Собственная разработка. Составлено на основе данных Всемирного банка [11]. \* Данные за 2012 г.

Так в 2012 году доля импорта наукоемких товаров в общем стоимостном объеме импорта в Республику Беларусь составила только 2,4 %, в Армению – 3,7 %, Казахстан – 5,8 % и в Российскую Федерацию – 7,8 %.

Если сравнивать динамику выделенного показателя по странам-членам ЕЭП со средними значениями по странам мира в период с 2005 по 2012 гг., то можно констатировать явное отставание. Среднемировое значение доли экспорта наукоемких товаров в общем стоимостном объеме экспорта постепенно с 2005 года снижалось и в 2012 году составило 10,4 %. Однако данный показатель стран-членов ЕЭП по данным Всемирного банка не превышает 1,3 %.



**Рис. 2.** Динамика доли импорта наукоемких товаров в общем стоимостном объеме импорта стран-членов ЕЭП в 2005–2012 гг.

Источник: Собственная разработка. Рассчитано на основе данных Всемирного банка [11] \* Среднее значение по 184 странам мира

Таким образом, можно констатировать незначительное участие стран в международном обмене наукоемкой продукцией, что не может не снижать возможности создать в ближайшем будущем экономику, основанную на знаниях.

Развитие внутриотраслевой торговли в рамках евразийской интеграции является одним из способов решения данной проблемы, т.к. стимулирует обмен новыми технологиями, производственную кооперацию и способствует получению новых знаний.

Внутриотраслевая торговля – это внешнеторговый обмен между странами товарами одинаковых отраслей (одноименных групп продуктов, близких субститутов). Если товары, участвующие в международном обмене, являются однородными, то такая торговля получает название «горизонтально-диверсифицированная», если они отличаются по качеству, тогда такой обмен будет вертикально-диверсифицированным.

Как отмечает профессор Гурова П.Г. в своем исследовании внутриотраслевой и межотраслевой торговли стран СНГ, «горизонтальная внутриотраслевая торговля позволяет странам с похожим набором факторов производства получить выгоды, образованные эффектом экономии от масштаба, специализируясь в производстве товаров для определенных рыночных сегментов. Движущими силами для роста и развития данного вида внутриотраслевой торговли являются главным образом факторы спроса, такие как дифференциация покупательских предпочтений, поскольку экспортируемые и импортируемые товары в этом случае различаются главным образом качеством, дизайном, расцветкой, удовлетворяя разные вкусы и финансовые возможности покупателей» [12, С. 31].

В рамках ЕЭП, для Республики Беларусь предпочтительным является участие в вертикально-диверсифицированной внутриотраслевой торговле, т.к. это позволит участвовать на разных стадиях технологического процесса развивая подетальную или технологическую специализацию. Евразийская интеграция создает дополнительные стимулы для углубления межстранового разделения труда, т.к. сокращение или снятие таможенных барьеров и, как следствие, снижение цен внутри интеграционной группы приводит к специализации отрасли на производстве отдельных видов продукции и к росту набора товаров, который отрасль потребляет на рынках стран-партнеров.

Итак, показатель внутриотраслевой специализации является важным для исследования интеграционных процессов в рамках ЕЭП, т.к. уровень внутриотраслевой торговли косвенно свидетельствует о разви-

тии инновационного производства, позволяет судить о кооперации производства стран-участников интеграционного объединения, о «качестве» интеграции стран [10, 11, 13, 14].

Существуют различные показатели внутриотраслевой торговли, однако на практике для измерения масштабов интеграции чаще всего используют индекс Грубела – Ллойда. По отношению к  $i$ -ой отрасли формула расчета индекса внутриотраслевой торговли для двух стран, формула 1:

$$GL_i = 1 - |X_i - M_i| / (X_i + M_i), \quad (1)$$

$X_i$  – экспорт товаров  $i$ -ой отрасли;  $M_i$  – импорт товаров  $i$ -ой отрасли.

Индекс Грубела – Ллойда может принимать значения от 1 до 0, и чем ближе значение индекса к 1, тем большую роль в торговле между странами играет внутриотраслевая торговля. Если индекс равен единице, то обмен между странами является полностью внутриотраслевым, если равен нулю, что такой обмен является полностью межотраслевым.

В соответствии с «Методическими подходами к анализу интеграционных процессов в Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве», для страны-участницы интеграционного объединения в целом уровень внутриотраслевой торговли с другой страной-партнером агрегируется по секторам, а для интеграционного объединения в целом уровень внутриотраслевой торговли рассчитывается на основании агрегации страновых индексов [15, с. 3–4].

В расчетах индексов Грубеля-Ллойда используются статистические данные о внешней торговле в различных разрезах, для того, чтобы получить характеристику внутриотраслевой торговли с разных сторон. Если используются данные в соответствии с классификацией ТН ВЭД, то индекс показывает долю внутриотраслевой торговли по разделам и группам внешнеэкономической деятельности стран. Если используется классификация торговли по видам экономической деятельности, то индекс покажет уровень внутрисекторальной торговли по видам экономической деятельности.

Если используются статистические данные по широкой экономической классификации (части и компоненты, полуфабрикаты, конечное потребление), то индекс отразит внутриотраслевую торговлю в рамках производственных цепочек, т.е. покажет кооперационные связи стран-участниц интеграционного объединения.

В статье «Оценка интеграционных процессов в Едином экономическом пространстве на примере торговли товарами» сотрудники Департамента макроэкономической политики Евразийской экономической комиссии Липина А.С. и Поляковой О.В. приводятся результаты расчетов индекса Грубеля-Ллойда для стран-участниц Таможенного союза с периодом с 2010 по 2013 гг.

Судя по графику, приведенному в статье, индекс не превышал значение 0,37 и с 2011 года имеет тенденцию к увеличению [16, С. 89]. Расчеты в рамках данного исследования подтвердили обозначенную тенденцию. Так по результатам взаимной торговли за 2014 год индекс Грубеля-Ллойда составил 0,39. Расчеты проводились также на базе статистической информации Евразийской экономической комиссии путем группировки данных в разрезе ТН ВЭД с разбивкой на уровне двух знаков [17].

Анализ внутриотраслевой торговли нельзя проводить в отрыве от исследования динамики взаимной торговли. Ряд исследователей предлагают рассчитывать внешнеторговую квоту и показатели значимости взаимной торговли товарами [12, 15, 16, 18].

Внешнеторговая квота определяется как доля взаимной торговли в общем объеме внешней торговли между странами и рассчитывается по формуле 2:

$$TO = (X' + M') / GDT, \quad (2)$$

где  $X'$  – экспорт в страны-члены интеграционного объединения;  $M'$  – импорт из стран-членов интеграционного объединения;  $GDT$  – ВВП страны.

Внешнеторговая квота показывает степень ориентированности одной страны на внешние рынки стран-партнеров.

Внешнеторговая квота Республики Беларусь уменьшилась с 0,71 до 0,57 в 2013 г. по сравнению с 2012 г. Однако это было обусловлено скорее значительным ростом ВВП, чем снижением интенсивности торговли со странами ЕЭП. Внешнеторговая квота Российской Федерации осталась неизменной и сложилась в размере 0,03. В свою очередь внешнеторговая квота Казахстана снизилась значительно с 0,24 в 2012 г. до 0,11 с 2013 г. за счет падения товарооборота со странами-партнерами по ЕЭП.

Также целесообразным является расчет показателя значимости взаимной торговли товарами, которая показывает долю взаимной торговли в рамках интеграционного объединения, формула 3:

$$TI = X' + M' / X^{all} + M^{all}, \quad (3)$$

где  $X^{all}$  – экспорт страны во все страны, с которыми она имеет торгово-экономические отношения;  $M^{all}$  – импорт страны из всех стран, с которыми она имеет торгово-экономические отношения.

Для Республики Беларусь показатель значимости взаимной торговли товарами с Россией и Казахстаном растет: так, если в 2011 г. он был равен 0,47, то в 2012 г. – 0,48 и в 2013 г. – 0,51. Рост данного показателя явился следствием роста средних цен на экспортируемую продукцию.

В инструментарии исследования торговой интеграции гравитационные модели занимают особое место. Гравитационная модель впервые была предложена первым лауреатом Нобелевской премии по экономике Я. Тимбергеном в 1962 г.

В эмпирическом инструментарии исследования торговой интеграции особое место занимают гравитационные модели. В классической гравитационной модели торговая интеграция между двумя странами (оцениваемая с помощью объемов экспорта или импорта) зависит от соответствующего размера их экономик (например, от величины ВВП), расстояния между странами (центрами деловой активности или столицами) и некоторой величины относительных цен, например, реального валютного курса. Прогнозы и оценки потенциала торговых отношений, получаемые с помощью таких моделей имеют хорошие статистические характеристики. Учитывая относительную простоту в применении, это способствует успешному использованию гравитационной модели на практике [18].

В рамках проводимого исследования с целью тестирования на основе гравитационной модели наличия для региональной торговли положительных интеграционных экстерналий от вхождения в экономические союзы в рассмотрение вводились не только страны-члены ЕАП, но и кандидаты на вступление в ЕАЭС, а также страны СНГ, являющиеся основными торговыми партнерами со странами ЕАЭС.

Для эконометрической оценки гравитационной модели торговли стран-членов ЕЭП и стран СНГ использовались данные о двусторонней торговле в период после мирового экономического кризиса, т.е. с 2010 по 2013 год, выраженные по текущему обменному курсу, представленные в базах данных национальных статистических служб, Евразийской Экономической Комиссии, ООН и Всемирного банка. Применение такого количества источников статистической информации было обусловлено наличием некоторых расхождений в данных национальных статистических служб. В связи с отсутствием в базах данных показателей, характеризующих торговые потоки между такими странами, как Туркмения, Узбекистан и Таджикистан, стало возможным рассмотрение только одной страны из указанных. Выбор в качестве члена выборки Таджикистана логичен, т.к. это страна, являющаяся потенциальным кандидатом на вхождение в Евразийский экономический союз. В качестве показателя удаленности использовалось географическое расстояние между столицами государств, выраженное в протяженности автомобильных дорог.

Для эконометрических моделей с панельными данными эмпирический анализ начинается с подтверждения наличия у выборки панельной структуры и обоснованности рассмотрения модели с общим эффектом или со специфичными эффектами. В случае определения в гравитационной модели в качестве показателя удаленности переменной расстояния между столицами стран, рассмотрение модели с фиксированными специфичными эффектами является затруднительным, т.к. приводит к вырожденной матрице.

Анализ торговых потоков между регионами стран выборки показал, что переход к определению показателя удаленности как расстояния между деловыми центрами (центрами регионов с наибольшей долей в стоимостном выражении экспорта и импорта) не решает возникшей проблемы, т.к. выбранный временной интервал является коротким и смещения деловых центров в рамках рассмотренного периода не наблюдались.

Тестирование F-тестом модели без включения в нее переменной удаленности показало, что у рассмотренной данных присутствует панельная структура. Основываясь на подробном анализе значений фиксированных перекрестных эффектов в модель были введены фиктивные переменные, позволившие учесть наиболее значимые эффекты и оценить модель на основе объединенной выборки. Согласно нелинейным взаимосвязям классической гравитационной модели, все показатели, исключая фиктивные переменные, рассматривались в логарифмированном виде.

Построенная на основе панельных данных ( $i = \overline{1,16}; t = \overline{1,4}$ ) гравитационная модель региональной торговли имеет вид:

$$ex_{ij,t} = -8,83 + 0,936 gdp_{i,t} + 0,648 gdp_{j,t} - 1,116 r_{ij} + 1,798 f_{CU} + 0,694 f_{RU} + 0,536 f_{EEU} \quad R^2 = 0,769$$

(0,002) (0,000) (0,000) (0,000) (0,001) (0,074) (0,024)

где  $ex_{ij,t}$  – стоимостной объем экспорт из страны  $i$  в страну  $j$ , тыс. дол.;  $gdp_{i,t}$  – ВВП страны  $i$  (экспортера), тыс. дол.;  $gdp_{j,t}$  – ВВП страны  $j$  (импортера), тыс. дол.;  $r_{ij}$  – удаленность между столицами стран  $i$  и  $j$ , км;  $f_{CU}$  – фиктивная переменная, отвечающая за вхождение стран в ЕЭП (с 2010 г.);  $f_{EEU}$  – фиктивная переменная, отвечающая за вхождение стран в Евразийский экономический союз;  $f_{RU}$  – фиктивная переменная, отвечающая торговые потоки с Россией.

Фиктивная переменная  $f_{EEU}$  вводилась в модель, исходя из тех соображений, что несмотря на образование ЕАЭС в текущем году, вхождению стран в любой экономической союз предшествует предварительный интеграционный период, а в основу ложатся уже имеющаяся экономическая база сотрудничества.

В ходе экспериментов с моделью рассматривались также переменные, с помощью которых тестировалась значимость таких факторов, как наличие общей границы, доход на душу населения торгующих стран, площадь страны-импортера и страны-экспортера. Однако их включение в модель не привело к значимому увеличению коэффициента детерминации и улучшению прогнозных качеств модели, а соответствующие коэффициенты оказались статистически не значимыми.

В круглых скобках под коэффициентами уравнений указывается  $P$ -значение  $t$ -статистики оценки коэффициента: все переменные модели статистически значимы (фиктивная переменная  $f_{ru}$  на 8 % уровне значимости, фиктивная переменная  $f_{EEU}$  на 3 % уровне значимости, остальные переменные модели, включая константу – на 1 % уровне). Коэффициент детерминации модели  $R^2 = 0,769$  так же статистически значим ( $P = 0,000$ ).

Результаты моделирования свидетельствуют о том, что внешняя торговля стран-участниц ЕЭП подчиняется общим закономерностям, лежащим в основе классической гравитационной модели: значимое положительное влияние на экспорт оказывает масштаб экономик торговых партнеров, и отрицательное – географическая (транспортная) удаленность между ними. Согласно полученным оценкам эластичностей: положительная зависимость экспорта от масштаба экономики страны-экспортера более эластична; также значимым для роста потенциала экспорта является вхождение в торговые и таможенные союзы (о чем можно судить, основываясь на значениях коэффициентов при фиктивных переменных, отвечающих за уже сложившийся и только образованный союзы). Вывод о значимой роли Российской Федерации в региональной торговле стран непротиворечив и согласуется с выводами, полученными ранее при анализе экономических взаимосвязей стран ТС на основе GVAR-модели [19].

Эконометрическая реализация гравитационной модели позволяет определить потенциальные уровни внутрирегиональной торговли, т.е. найти количественные оценки объемов экспорта, обусловленные включенными в модель факторами.

Степень реализации торгового потенциала странами-партнерами характеризуется т.н. коэффициентом реализации потенциала, который рассчитывается как отношение фактического объема торговли к потенциальному, определяемому с помощью гравитационной модели, таблица 1.

В таблице 1 приведены произведенные с помощью разработанной модели результаты расчетов соотношений показателей фактического и потенциального экспорта стран-участников ЕЭП.

Таблица 1

Оценка потенциала экспорта стран-членов ЕЭП

Страна экспортер	Страна импортер	2013г.	Страна экспортер	Страна импортер	2013г.
		факт/потенциал			факт/потенциал
Беларусь	Россия	117,61 %	Россия	Беларусь	<b>60,37 %</b>
	Казахстан	204,95 %	Казахстан		<b>9,79 %</b>
	Армения	105,82 %	Армения		<b>51,31 %</b>
	Киргизия	727,14 %	Киргизия		183,62 %
Россия	Казахстан	149,37 %	Казахстан	Россия	92,23 %
	Армения	<b>20,84 %</b>	Армения		87,76 %
	Киргизия	256,92 %	Киргизия		101,84 %
Казахстан	Армения	<b>1,39 %</b>	Армения	Казахстан	<b>30,36 %</b>
	Киргизия	<b>63,87 %</b>	Киргизия		90,14 %
Армения	Киргизия	<b>60,55 %</b>	Киргизия	Армения	<b>4,32 %</b>

Источник: Собственная разработка

Анализируя ситуацию 2013г. можно сказать о полной реализации согласно построенной авторами гравитационной модели экспортного потенциала Республики Беларусь в торговых отношениях со странами ЕЭС, в тоже время, очевидно, что на стоимостных объемах импорта отразились как проводимая политика импортозамещения, так и последствия девальваций 2009 и 2011 гг., приводившие к снижению объемов последнего. С учетом сделанного замечания, таблица 1 показывает, что страны-участницы ЕЭП используют заложенный потенциал развития экспорта в торговых отношениях между собой, чего нельзя сказать про страны, вошедшие с текущего года в ЕАЭС. Предварительные статистические данные за 2014 г. свидетельствуют о том, что торговый потенциал окажется не реализован как минимум у стран-членов ЕЭП в силу сложившейся на конец год экономической ситуации (падение цен на нефть, девальвация национальной валюты всех стран-участников, снижение темпов экономического роста).



### Список использованных источников

1. О ратификации Соглашения о формировании Единого экономического пространства: Закон Респ. Беларусь от 14 мая 2004 г.: текст по состоянию на 15 июня 2012 г. // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь, 2014. [Режим доступа] <http://www.pravo.by/pdf/2004-77/2004-77%28008-015%29.pdf> [Дата доступа] – 23.09.2014
2. О Соглашениях, формирующих Единое экономическое пространство Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации // Минэкономразвития России, 2014 [Режим доступа] <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/foreignEconomicActivity/IntegES/> [Дата доступа] – 12.11.2014.
3. Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь, 2014. [Режим доступа] <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=F09900034> [Дата доступа] – 23.09.2014
4. Концепция формирования Единого экономического пространства Министерство экономического развития Российской Федерации Формирование Единого экономического пространства // Минэкономразвития России, 2014 [Режим доступа] <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/formier/> [Дата доступа] – 15.11.2014.
5. Мясникович: Беларусь видит свое будущее в экономике знаний и инновациях [Электронный ресурс] / БЕЛТА – Новости Беларуси. — 2014. — Режим доступа : [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/Mjasnikovich-Belarus-vidit-svoe-budushee-v-ekonomike-znaniy-i-innovatsijax\\_i\\_680994.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Mjasnikovich-Belarus-vidit-svoe-budushee-v-ekonomike-znaniy-i-innovatsijax_i_680994.html) — Дата доступа: 22.09.2014.
6. Линдерт, П. Экономика мирохозяйственных связей / П. Линдерт: пер. с англ.; общ. ред. и предисл. О.В. Ивановой. – М.: Прогресс, 1992. – 520 с.
7. Данильченко, А.В. Эволюция теорий международного обмена в экономической науке / А.В. Данильченко // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. трудов; под ред. В.М. Руденкова. – Минск: Технопринт, 2003. – С. 124 – 151.
8. Trade and Geography – Economies of Scale, Differentiated Products and Transport Costs [Electronic resource] / The Official Web Site of the Nobel Foundation; Royal Swedish Academy of Sciences, 2009. – Mode of access: [nobelprize.org/nobel\\_prizes/economics/laureates/2008/ecoadv08.pdf](http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2008/ecoadv08.pdf). – Date of access : 29.08.2014
9. Волчкова, Н. Новая теория международной торговли и новая международная география / Н. Волчкова // Вопросы экономики. – 2009. – №1. – С. 68 – 83
10. Баласса, Бела. Внутриотраслевая специализация // Вехи экономической мысли. Том 6 «Международная экономика», М.: ООО «ТЕИС», 2006. – С.504-511.
11. The World Bank // World Bank Open Data, 2015 [Режим доступа] <http://data.worldbank.org/country?display=graph> [Дата доступа] – 19.01.2015.
12. Гурова, И. П., Ефремова М.В. Внутриотраслевая и межотраслевая торговля стран СНГ / И.П. Гурова, М.В. Ефремова // ЕЭИ – 2012, №3 (16), август. – С. 30 – 39.
13. Гусев, М. С. Внутриотраслевая торговля России в международном обмене: основные тенденции и потенциал развития / М. С. Гусев // Проблемы прогнозирования, 2007. – № 2. – С. 127 – 143
14. Шишков, Ю. В. Интернационализация производства – новый этап развития мировой экономики: монография / Ю.В. Шишков, М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 92 с.
15. Методические подходы к анализу интеграционных процессов в Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве // Евразийская экономическая комиссия [Режим доступа] <http://www.eurasiancommission.org/ru/Pages/default.aspx> [Дата доступа] – 8.08.2014.
16. Липин, А.С., Полякова, О.В. Оценка интеграционных процессов в Едином экономическом пространстве на примере торговли товарами / А. С. Липин, О.В. Полякова // ЕЭИ – 2014, №1 (22), февраль. – С. 88 – 96.
17. Статистика внешней и взаимной торговли товарами / ЕЭК, 2015 [Режим доступа] [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_stat/tradestat/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/Pages/default.aspx) [Дата доступа] – 14.02.2015.
18. Абакумова, Ю.Г. Матричное моделирование двусторонних торговых отношений стран / Ю.Г. Абакумова, С.В. Павловская // Векторы внешнеэкономической деятельности: колл. моногр. / Институт экономики НАН Респ. Беларусь; ред. совет: В.М. Руденков (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – С. 371-382
19. Абакумова, Ю. Г. GVAR-модель экономических взаимосвязей стран-членов Таможенного союза / Ю.Г. Абакумова, Е.Г. Рукша // Актуальные проблемы и направления социально-экономического развития Республики Беларусь и ее регионов: материалы IV Междунар. науч. конф. молодых ученых, Минск, 30 мая 2014 г. / НИЭИ Мин-ва экономики Респ. Беларусь; редкол.: А.В. Червяков [и др.]. – Минск, 2014. – С. 255-256.

## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

И.И. Демко,

канд. экон. наук, доцент

*Львовский институт банковского дела Университета банковского дела  
Национального банка Украины, г. Киев*

Эффективность каждой управляющей системы в значительной мере зависит от информационного обеспечения. Качество информации, используемой для принятия управленческих решений, определяет объем расходования финансовых ресурсов, уровень прибыли, рыночная стоимость предприятия, альтернативность выбора инвестиционных проектов и имеющихся финансовых инструментов и другие показатели, которые характеризуют уровень благосостояния собственников и персонала, темпы развития предприятия и т.д. Система информационного обеспечения (информационная система) финансового менеджмента представляет собой непрерывный и целенаправленный отбор соответствующих информационных показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных управленческих решений по всем направлениям финансовой деятельности предприятия.

Основой информационной системы экономики был и остается бухгалтерский учет. Именно на его данных формируется бюджет, принимаются управленческие решения.

В течение последнего периода вопросом улучшения информационной базы системы управления субъектами хозяйствования уделяется все большее внимание. В частности, отдельные аспекты представленной проблемы нашли соответствующее отражение в научно-теоретических исследованиях И.С. Волчанка, Г.П. Журавля, С.В. Ивахненко, В.С. Леся, М.С. Пушкаря, П.Я. Хомина и других известных отечественных и зарубежных ученых. Вместе с тем, состояние информационного обеспечения системы менеджмента нуждается в совершенствовании, учитывая новые вызовы рыночной экономики.

Информационная система финансового менеджмента предназначена не только, обеспечивать необходимой информацией управленческий персонал и собственников самого предприятия, но и удовлетворять интересы широкого круга внешних ее пользователей [1]. Основными пользователями финансовой информации являются внутренние и внешние пользователи.

Внешние пользователи могут использовать лишь ту часть информации, которая характеризует результаты финансовой деятельности предприятия и его финансовое состояние. Большая часть этой информации сосредоточена в официальной финансовой отчетности, которая предоставляется предприятием. Внутренние пользователи, кроме вышеназванной, используют значительный объем оперативной информации о финансовой деятельности предприятия, является коммерческой тайной [2].

Информацию, которая обеспечивает потребности финансового менеджмента, можно классифицировать по видам в зависимости от ее источника и назначения. К основным классификационным составляющим информационного обеспечения финансового менеджмента можно отнести:

- отчетные и оперативные данные, формы бухгалтерской отчетности, статистические и финансовые оперативные данные. К этому виду информационного обеспечения можно отнести, кроме данных соответствующих форм официальной бухгалтерской и статистической отчетности, также разработанные предприятием формы документов-носителей оперативной информации, а также накапливаемые сборники всех видов отчетной информации.
- нормативная информация всех уровней (государственная, региональная, отраслевая). Этот вид информации включает законодательно-правовые и нормативно-методические документы по вопросам финансовой деятельности, соответствующие сборники информационных материалов.
- планово-прогнозная информация. Этот вид информации включает статистические сборники по вопросам финансовой деятельности, финансовых рынков, банковской деятельности; публикации по соответствующим вопросам в периодических изданиях; прогнозные данные, бюджеты всех уровней и их проекты; курсы валют в динамике, биржевую и банковскую оперативную информацию. К этому виду информационного обеспечения финансового менеджмента можно отнести также данные инвестиционной информации, в частности результаты сравнительной оценки вариантов инвестиционных проектов по всем видам инвестиций (прямых или портфельных). К планово-прогнозному виду информационного обеспечения финансового менеджмента можно также отнести информацию, которая используется для составления бизнес-плана предприятия.
- справочно-аналитическая информация. К этому виду информационного обеспечения финансового менеджмента можно отнести накопительную или различного рода разовую информацию, которая формируется соответствующими службами предприятия. Эта информация включает, в частности, различ-

ные аналитические обзоры, составляемые предприятием, в том числе объяснительные записки к балансу и каждой из форм бухгалтерской отчетности по вопросам финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также накопительные аналитические сборники, таблицы, формы, макеты, бизнес-справки по различным аспектам финансов предприятия [2].

Информационным обеспечением финансового менеджмента должна быть бухгалтерская отчетность: баланс предприятия, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств, отчет о собственном капитале предприятия, а также оперативные данные по финансово-хозяйственной деятельности предприятия [3].

Данные бухгалтерской отчетности и финансовой информации предприятия позволяют:

- анализировать за соответствующие периоды состояние и тенденции управления финансами предприятия;
- составлять финансовые планы и финансовые прогнозы деятельности предприятия на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу;
- формировать бюджеты доходов и расходов предприятия из различных элементов его финансово-экономической деятельности;
- контролировать состояние финансовых коммерческих и производственных операций предприятия;
- разрабатывать на основе аналитических оценок рекомендации по финансовому оздоровлению предприятия, улучшения формирования и использование его финансовых ресурсов.

Информационное обеспечение финансового менеджмента позволяет, в частности, оценить состояние управления активами и пассивами предприятия, определить эффективность управления собственным капиталом предприятия и всеми его имущественными средствами, выявить в ходе такого оценивания резервы улучшения имущественного состояния предприятия и спрогнозировать соответствующие тенденции в этих процессах в будущих периодах.

На основе информационных данных с финансового управления предприятием оцениваются его взаимоотношения с банковскими учреждениями, другими кредиторами, партнерами, инвесторами [2]. Такая оценка дает возможность предприятию разработать мероприятия по улучшению банковских отношений, оптимизации взаимоотношений с инвесторами и кредиторами, выяснить эффективность различных вариантов инвестиционных проектов, целесообразность выплаты дивидендов и принять на основании перечисленных данных взвешенные финансово-управленческие решения.

Информационное обеспечение финансового менеджмента также используется для оценки эффективности финансовых сделок предприятия.

На основании анализа информационных данных относительно финансового менеджмента можно сделать вывод, соблюдаются предприятием и его партнерами условия осуществления финансовых операций. К финансовым функциям бизнеса, выполняемых на основе указанных выше информационных данных, относятся также ведение и оценки финансовой отчетности, оценки выполнения принятых решений в области финансов, составление бюджетов формирование и использование финансовых ресурсов.

Принятие эффективных решений в области управления финансовой деятельностью предприятия невозможно без досконального знания данных бухгалтерской и финансовой отчетности. Финансовая отчетность должна быть подготовлена и предоставлена пользователям в определенные сроки, которые определяются действующим законодательством. В случае чрезмерной задержки предоставления отчетной информации она может потерять свое значение.

Данные финансовой отчетности являются основой не только для оценки результатов отчетного периода, но и для их прогнозирования. Так, информация относительно финансового состояния и результатов деятельности часто используется как основа для прогнозирования будущего финансового состояния предприятия [1].

При подготовке финансовой отчетности каждое предприятие рассматривается как юридическое лицо, обособленное от собственников – физических лиц. Таким образом, личное имущество и обязательства собственников не должны отражаться в финансовой отчетности предприятия. Поэтому в финансовой отчетности (в частности, в балансе) предусмотрено отражение обязательств собственников по вкладам капитала и распределения прибыли собственникам (в виде процентов, дивидендов, изъятия капитала и т.п.). Этот принцип получил название принципа автономности предприятия. Следовательно, если владелец предприятия вносит собственные денежные средства в банк с целью увеличения уставного капитала данного предприятия, то эта операция отражается в финансовой отчетности. Если же целью владельца будет получение процентов по депозитному вкладу, что совершено его собственными средствами, и их использование на свои нужды, то такая хозяйственная операция не повлияет на показатели финансовой отчетности [1].

Финансовые отчеты составляются также исходя из принципа непрерывности деятельности предприятия, т.е. предприятие не имеет ни намерения, ни необходимости ликвидироваться или существенно сокра-

щать масштабы своей деятельности и будет оставаться таким в дальнейшем (по крайней мере в течение следующего отчетного периода).

Принцип периодичности предполагает разделение деятельности предприятия на определенные периоды (отчетные периоды) с целью составления финансовой отчетности. За НП(С)БУ 1 отчетный период составляет календарный год. Однако для вновь созданного предприятия или для предприятия, которое ликвидируется, продолжительность отчетного периода может быть другой [4].

Принцип отражения в отчетности за периодом начисления заключается в том, что результаты хозяйственных операций признаются, когда они происходят, и отражаются в бухгалтерском учете и финансовых отчетах тех периодов, к которым они относятся. Благодаря этому пользователи получают информацию не только о прошлых операциях, связанных с выплатой или получением денежных средств, но и об обязательствах заплатить денежные средства в будущем и о ресурсах, которые должны поступить в будущем. Такая информация относительно прошлых операций является наиболее полезной для принятия пользователями экономических решений.

НП(С)БУ 1 отмечает, что принцип начисления должен применяться одновременно с принципом соответствия, по которому расходы признаются в отчете о финансовых результатах на основе прямой связи между ними и полученными доходами [4].

Чтобы быть достоверной, информация в финансовых отчетах должна быть полной, учитывая ее важность для пользователя и расходы, связанные с получением этой информации. Поэтому финансовая отчетность не ограничивается только балансом, отчетами о финансовых результатах, собственный капитал и движение денежных средств, а кроме того, содержит примечания, которые дают информацию об учетной политике предприятия и дополнительные пояснения к отдельным статьям этих отчетов. Кроме того, в примечаниях раскрываются важные для пользователей финансовой отчетности события, произошедшие после даты составления баланса (например, объявление дивидендов по акциям).

Чтобы составить финансовую отчетность, руководство предприятия формирует учетную политику, то есть выбирает принципы, методы и процедуры учета таким образом, чтобы достоверно отразить финансовое состояние и результаты деятельности предприятия и обеспечить сопоставимость финансовых отчетов.

Предоставление пользователям информации о политике бухгалтерского учета, которой предприятие должно постоянно руководствоваться при составлении финансовых отчетов, о любых изменениях в этой политике и влияния таких изменений на показатели финансовых отчетов является требованием принципа последовательности. Соблюдение этого принципа является предпосылкой сопоставимости финансовых отчетов. Ведь пользователи получают возможность определять отличительные черты различных подходов к бухгалтерскому учету в отношении сходных операций и других событий, которые используются одним и тем же предприятием или различными предприятиями в течение определенных отчетных периодов. За НП(С)БУ 1 предприятие освещает свою учетную политику в примечаниях, описывая принципы оценки и методы учета относительно отдельных статей отчетности. Предприятие имеет право выбора того или иного решения, принимает эти решения самостоятельно.

Что же касается изменений учетной политики, то в П(С)БУ 6 определено [5]:

- когда возможны такие изменения;
- что не считается изменением учетной политики;
- какие изменения учетной политики влияют на показатели финансовых отчетов;
- какие примечания следует подавать в случае изменений учетной политики.

Целый ряд хозяйственных операций, таких как погашение сомнительной задолженности, определение возможного срока полезного использования основных средств и т.п., характеризуются неопределенностью и требуют профессионального суждения. Во время составления финансовых отчетов применяется принцип осмотрительности, которым предполагается, что активы или доход не должны быть завышены, а обязательства или расходы – занижены.

Принцип единого денежного измерителя предусматривает измерение и обобщение всех операций предприятия в его финансовой отчетности в единой денежной единице.

Во время составления финансовой отчетности необходимо стараться сбалансировать все перечисленные принципы таким образом, чтобы достичь качественных характеристик финансовой отчетности. Высокая роль финансовой информации в подготовке и принятии эффективных управленческих решений обуславливает высокие требования к ее качеству при формировании информационной системы финансового менеджмента, среди которых выделяют требования к ее значимости, полноте, своевременности, достоверности, простоты построения, сопоставимости, эффективности.

Значимость, которая показывает, насколько вовлечена информация влияет на результаты финансовых решений, прежде всего в процессе формирования финансовой стратегии предприятия, разработки целенаправленной политики по отдельным аспектам финансовой деятельности, подготовки текущих и оперативных финансовых планов.

Полнота, которая характеризует завершенность круга информативных показателей, необходимых для проведения анализа, планирования и принятия оперативных управленческих решений по всем вопросам финансовой деятельности предприятия [1].

Своевременность, которая характеризует соответствие информации в ее потребности за период использования. Отдельные виды информативных показателей, используемых в неизменном качественном выражении лишь один день (например, курс иностранных валют, отдельных фондовых и денежных инструментов на финансовом рынке), другие – месяц, квартал.

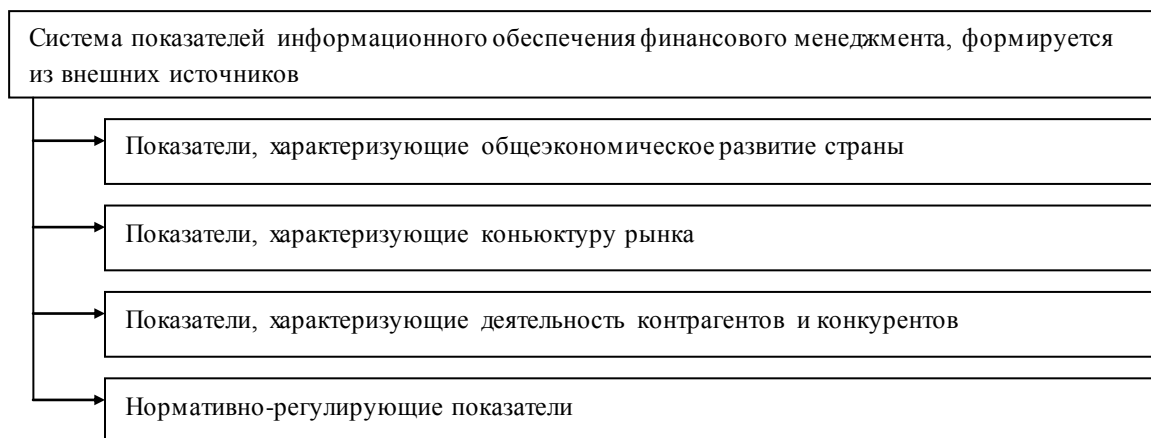
Достоверность, которая показывает, насколько информация, которая формируется, адекватно отражает реальное состояние и результаты финансовой деятельности, правдиво характеризует внешнюю финансовую среду, нейтральна по отношению ко всем категориям потенциальных пользователей и как ее можно проверить. Простота построения, соответствие определенным стандартам и доступность для понимания теми категориями пользователей, для которых она предназначена.

Сопоставимость, которая определяет возможность сравнительной оценки стоимости отдельных активов и результатов финансовой деятельности предприятия во времени, возможность проведения сравнительного финансового анализа предприятия с аналогичными хозяйствующими субъектами. Такая сопоставимость обеспечивается идентификацией определения отдельных информативных показателей и единиц их измерения, использованием соответствующих национальных и международных стандартов финансовой отчетности, последовательностью и стабильностью методов учета финансовых показателей на предприятии [1]. Эффективность, которая означает, что затраты на привлечение отдельных информативных показателей не должны превышать эффект, который будет получен в результате их использования при подготовке и реализации соответствующих управленческих решений.

Состав системы информационного обеспечения финансового менеджмента, ее широта и глубина определяются отраслевыми особенностями деятельности предприятий, их организационно-правовой формой функционирования, объемом и степенью диверсификации финансовой деятельности. Система информационного обеспечения финансового менеджмента – функциональный комплекс, обеспечивающий процесс непрерывного целенаправленного подбора соответствующих информативных показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных оперативных управленческих решений по всем аспектам финансовой деятельности предприятия. Конкретные показатели системы информационного обеспечения формируются за счет внутренних и внешних источников информации. В разрезе каждой из этих групп источников вся совокупность показателей, включаемых в информационную систему финансового менеджмента, подлежит предварительной классификации.

1. Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента, формируемых из внешних источников, делится на четыре группы (рис. 1).

2. Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента, формируемых из внутренних источников, делится на три группы (рис. 2.).



**Рис. 1.** Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента, формируемых из внешних источников [6]

*Система информационных показателей первой группы широко используется как внешними, так и внутренними пользователями. В частности, эти показатели широко применяются в процессе финансового анализа, финансового планирования и прогнозирования, финансового контроллинга, а также в процессе разработки финансовой стратегии и тактики развития предприятия, организации и управления финансовой деятельностью предприятия, при определении основных направлений финансовой политики развития предприятия.*

Показатели, характеризующие общеэкономическое развитие страны. Система информативных показателей этой группы служит основой проведения анализа и прогнозирования условий внешней финансовой среды функционирования предприятия при принятии стратегических решений в области финансовой деятельности (стратегии развития его активов и капитала, осуществления инвестиционной деятельности, формирования системы перспективных целевых показателей финансового менеджмента). Формирование системы показателей этой группы основаны на данных государственной статистики. Показатели, входящие в состав этой группы подразделяют на 2 блока.

В первом блоке – «Показатели макроэкономического развития» – есть следующие основные информативные показатели, используемые в процессе управления финансами предприятия:

- темп роста внутреннего валового продукта и национального дохода;
- объем эмиссии денег в рассматриваемом периоде;
- денежные доходы населения;
- вклады населения в банках;
- индекс инфляции;
- учетная ставка центрального банка.

Во втором блоке – «Показатели отраслевого развития» – есть следующие основные информативные показатели по отрасли, к которой относится предприятие:

- объем произведенной продукции, его динамика;
- общая стоимость активов предприятия, в том числе оборотных;
- сумма собственного капитала предприятия;
- сумма валовой прибыли предприятия, в том числе по основной деятельности;
- ставка налогообложения прибыли по основной деятельности;
- ставка налога на добавленную стоимость и акцизного сбора на продукцию, которую выпускают предприятия отрасли;
- индекс цен на продукцию отрасли в рассматриваемом периоде.

Показатели, характеризующие конъюнктуру финансового рынка. Система информативных показателей этой группы служит для принятия управленческих решений в области формирования портфеля долгосрочных финансовых инвестиций, осуществления краткосрочных финансовых инвестиций, привлечения кредитов, валютных операций и некоторых других аспектов финансового менеджмента. Формирование системы показателей этой группы основывается на публикациях периодических коммерческих изданий, фондовой и валютной биржи, а также на соответствующих источниках информации.

Показатели, характеризующие деятельность контрагентов и конкурентов. Система информативных показателей этой группы используется в основном для принятия оперативных управленческих решений по отдельным аспектам формирования и использования финансовых ресурсов. Источники формирования показателей этой группы служат публикации отчетных материалов в прессе, соответствующие рейтинги с основными результативными показателями деятельности, а также платные бизнес – справки, предоставляемые отдельными информационными компаниями.

Показатели, входящие в второй группы подразделяются на три блока. В первом блоке – «Показатели, характеризующие конъюнктуры отдельных сегментов фондового рынка» являются следующие информативные данные:

- виды основных фондовых инструментов (акций, облигаций);
- цены, котируемые предложения и спроса основных фондовых инструментов;
- объемы и цены сделок по основным видам фондовых инструментов;
- общий индекс динамики цен на фондовом рынке.

Во втором блоке – «Показатели, характеризующие конъюнктуру отдельных сегментов кредитного рынка» являются следующие информативные показатели:

- кредитная ставка отдельных коммерческих банков, дифференцируется по срокам предоставления финансового кредита;
- лизинговая ставка по видам активов;
- депозитная ставка отдельных коммерческих банков, дифференцируется по вкладам до обращения и срочным вкладам.

В третьем блоке – «Показатели, характеризующие конъюнктуру отдельных сегментов валютного рынка» являются следующие информативные показатели:

- официальных курс отдельных валют, которыми оперирует предприятие в процессе внешнеэкономической деятельности;
- курс покупки – продажи аналогичных видов валют, установленный коммерческими банками.

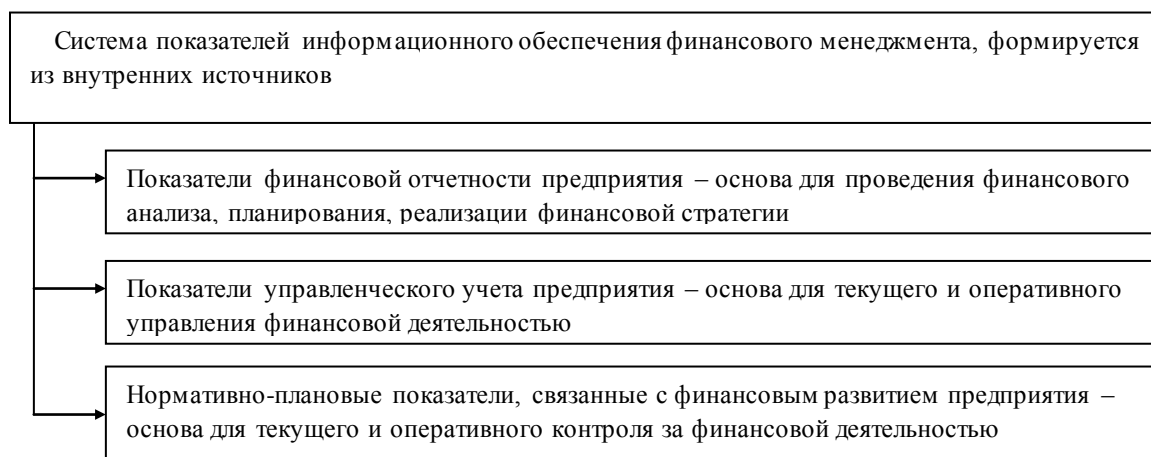
Нормативно – регулирующие показатели. Система этих показателей учитывается в процессе подготовки финансовых решений, связанных с особенностями государственного регулирования финансовой деятельности предприятия. Эти показатели формируются, как правило, в разрезе двух блоков: «Нормативно – регулирующие показатели по различным аспектам финансовой деятельности предприятия» и «Нормативно – регулирующие показатели по вопросам функционирования отдельных сегментов финансового рынка». Источником формирования показателей этой группы являются нормативно – правовые акты, принимаемые различными органами государственного управления.

Формирование показателей второй группы осуществляется на базе данных финансового учета предприятия.

Характерным признаком этой группы является их унифицированность, так как они базируются на общепринятых стандартизированных принципах учета. Это позволяет, в свою очередь, широко использовать типовые технологии, модели и алгоритмы финансовых расчетов по отдельным аспектам формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. Кроме того, унифицированность этих показателей дает возможность сравнивать их с аналогичными предприятиями по отраслевому и другим признакам, а также сравнивать фактические и нормативные значения основных оценочных показателей. Это делает возможным систематический поиск резервов улучшения финансового состояния и финансового оздоровления предприятия. Формирование системы показателей этой группы осуществляется по данным управленческого учета и оперативными данными.

*Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента, формируемых из внутренних источников.* Показатели финансовой отчетности предприятия. Система информативных показателей этой группы широко используется как внешними, так и внутренними пользователями. Она применяется в процессе финансового анализа, планирования, разработки финансовой стратегии и политики по основным аспектам финансовой деятельности, дает наиболее агрегированное представление о результатах финансовой деятельности предприятия.

Преимуществом показателей этой группы является их унифицированность, так как они базируются на общепринятых стандартизированных принципах учета; четкая регулярность формирования; высокая степень надежности.



**Рис. 2.** Система показателей информационного обеспечения финансового менеджмента, формируемых из внутренних источников [6]

В то же время информационная база, которая формируется на основе финансового учета, имеет и определенные недостатки, основными из которых являются: отражение информативных показателей лишь по предприятию в целом; низкая периодичность разработки; использование только стоимостных показателей. Показатели, входящие в состав этой группы подразделяются на три основных блока. В первом блоке есть показатели, отражаемые в «Балансе предприятия». Баланс раскрывает информацию о необоротные активы; оборотные активы; собственный капитал; долгосрочные обязательства; текущие обязанности и т.д.

Во втором блоке есть показатели, отражаемые в «Отчете о финансовых результатах» предприятия, а именно финансовые результаты; совокупный доход; элементы операционных затрат; расчет показателей прибыльности акций.

В третьем блоке есть показатели, отражаемые в «Отчете о движении денежных средств» предприятия. Этот отчет построен в разрезе следующих разделов: 1) движение средств в результате операционной деятельности; 2) движение средств в результате инвестиционной деятельности; 3) движение средств в результате финансовой деятельности.

Показатели управленческого учета предприятия. Система этой группы показателей используется для текущего и оперативного управления практически всеми аспектами финансовой деятельности предприятия, а в наибольшей степени – в процессе финансового обеспечения операционной его деятельности. Этот вид учета получает развитие в связи с переходом предприятий нашей страны к общепринятой в международной практике системы бухгалтерского учета, что позволяет существенно дополнить финансовый учет. Он представляет собой систему учета всех необходимых показателей, формирующих информационную базу оперативных управленческих решений.

В процессе построения системы информационного обеспечения управления финансовой деятельностью управленческий учет должен формировать группы показателей, отражающие объем деятельности, сумму и состав затрат, сумму и состав получаемых доходов. Эти группы показателей формируются в процессе управленческого учета обычно по следующим блокам:

- а) по сферам финансовой деятельности предприятий;
- б) по регионам деятельности;
- в) по центрам ответственности.

Управленческий учет формируется индивидуально на каждом предприятии и должен в первую очередь подчиняться задачам информативного обеспечения процесса оперативного управления финансовой деятельностью.

Нормативно – плановые показатели, связанные с финансовым развитием предприятия. Эти показатели используются в процессе текущего и оперативного контроля за ходом осуществления финансовой деятельности. Они формируются непосредственно на предприятии по следующим двум блокам:

- а) система внутренних нормативов, регулирующих финансовое развитие предприятия. В эту систему включаются нормативы отдельных видов активов предприятия, нормативы соотношения отдельных видов активов и структуры капитала;
- б) система плановых показателей финансового развития предприятия. В состав показателей этого блока включается вся совокупность показателей текущих и оперативных финансовых планов всех видов.

**Выводы.** Использование всех указанных показателей, происходящих из внешних и внутренних источников, позволяет создать на предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения финансового менеджмента, ориентированную как на принятие стратегических финансовых решений, так и на эффективное текущее управление финансами предприятия.

Финансовая информация используется для обоснования финансовых решений. Эффективное ее использование предполагает осведомленность финансовых менеджеров по содержанию внутренней и внешней финансовой информации, а также с финансовой терминологией.

Финансовая информация представляет собой данные бухгалтерского учета, который объединяет бухгалтерский финансовый учет и бухгалтерский управленческий учет.

В совокупности данные бухгалтерского учета составляют внешнее и внутреннее информационное обеспечение финансового менеджмента.

В финансовом бухгалтерском учете отражаются результаты прошлой финансовой деятельности предприятия. Эти данные используются внешними потребителями, которые находятся в партнерских отношениях с предприятием, в частности инвесторами, кредиторами.

В данных управленческого бухгалтерского учета содержится финансовая информация, которая направлена на решение предприятием финансовых вопросов в перспективном периоде. Такая информация используется финансовыми менеджерами предприятия для принятия стратегических и тактических финансовых решений, прогнозирования финансовых показателей на будущий период, оптимизации финансовой деятельности предприятия в перспективе.

#### **Список использованных источников**

1. О бухгалтерский учети финансовую отчетность в Украине [ Электронный ресурс ] : Закон Украины от 16.07.1999 № 996-ХІV: с изм.от 12.05.2011 г. № 3332-VII. – Режим доступа: <http://trostfin.org.ua/>.
2. Фінансовий менеджмент Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2005. — 485 с.
3. Стрельников, В.И., Петрушевский Ю.Л. Отчетность предприятия : учебное пособие. – Львов: «Магнолия 2006», 2013. – 306 с.
4. Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности»: Приказ Минфина Украины от 07 февраля 2013 года № 73.
5. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 6 “Исправление ошибок и изменения в финансовых отчетах”: Приказ Минфина Украины от 28.05.99 г. № 137.
6. Шайкан, А. В.Бухгалтерском учете в принятии стратегических управленческих решений : монография / А.В. Шайкан. – К : КНЕУ, 2009. – 303 с.
7. Куцик, П. О. Концептуальные подходы к рассмотрению информационных систем учета в корпоративном управлении / П. О. Куцик // Учет и финансы. – 2013. – № 4 (62). – С. 52–60.



## ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Р.К. Шурпенкова**

канд. экон. наук, доцент

**В.С. Рудницкий**

доктор экон. наук, профессор

*Львовский институт банковского дела Университета банковского дела  
Национального банка Украины, г. Киев*

На современном этапе развития рыночной экономики все большую актуальность приобретает необходимость разработки и реализации перспективного управления эффективностью деятельности предприятия. Стратегическое управление – это комплексная система постановки и реализации стратегических целей предприятия, основанная на прогнозировании внешней экономической среды и выработке способов адаптации к ее изменениям. Объектом стратегии управления выступает предприятие в целом, а также его отдельные подразделения. Субъекты стратегии управления – это руководители, осуществляющие управленческие функции на предприятии. Отсутствие оптимально разработанной стратегии управления эффективностью деятельности предприятия, адаптированной к возможным изменениям внешней среды, приводит к тому, что управленческие решения отдельных структурных подразделений предприятия носят разнонаправленный характер, возникают противоречия и снижается эффективность управленческой деятельности в целом. Инструментом перспективного управления эффективностью деятельности предприятия в условиях возникающих изменений макроэкономических показателей, системы государственного регулирования рыночных процессов, конъюнктуры рынка выступает стратегия управления эффективностью деятельности предприятия. Данная стратегия представляет собой генеральный план действий, систему способов и методов управления, направленных на выбор наиболее оптимальных путей обеспечения эффективной работы предприятия в долгосрочной перспективе. Разработка стратегии управления представляет собой процесс, включающий в себя несколько этапов, в том числе:

- постановку целей реализации финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- определение ее приоритетных направлений и форм, оптимизацию структуры формируемых инвестиционных ресурсов, их распределение и использование;
- выработку политики управления по наиболее важным направлениям финансово-хозяйственной деятельности;
- поддержание взаимоотношений с внешней экономической средой.

Основной целью стратегии управления эффективностью деятельности предприятия является обеспечение его экономического роста и развития на долгосрочную перспективу, что, в конечном итоге, обеспечит максимальный рост рыночной стоимости предприятия, как имущественного комплекса.

В соответствии с поставленной целью формируются основные задачи стратегического управления эффективностью деятельности предприятия, такие как:

- формирование организационного обеспечения системы стратегического управления деятельностью предприятия;
- обеспечение оптимального использования материальных, трудовых, финансовых, инвестиционных ресурсов;
- разработка эффективной инвестиционной политики, как одной из составляющей системы стратегического управления деятельностью предприятия с целью обеспечения высоких темпов развития его операционной деятельности;
- обеспечение минимизации производственных, коммерческих, финансовых, инвестиционных рисков на предприятии в долгосрочной перспективе;
- исследование состояния системы стратегического управления и тенденции развития эффективной деятельности промышленного предприятия, обеспечение его платежеспособности и финансовой устойчивости, а также высокой оборачиваемости его активов и капитала в долгосрочной перспективе, обеспечение максимально возможной величины прибыли и рентабельности деятельности структурных подразделений и предприятия в целом в долгосрочном периоде.

В процессе формирования эффективной системы управления деятельностью предприятия необходимо реализовывать данные задачи в их взаимосвязи и взаимозависимости для успешного достижения основной цели управления предприятием. [1]

Выбор функциональных стратегий на предприятии определяется составом тех целей и задач, которые ставит перед собой руководство предприятия (табл.1). [2]

Однако только привлекательность отрасли не обуславливает стратегический успех предприятия на конкурирующем рынке, ни одна из описанных стратегий не принесет желаемого результата, если на рынке будет отсутствовать некая группа покупателей желающая приобрести те товары или услуги которые производит данное предприятие. Предпочтения покупателей меняются, и преуспевающие предприятия используют обратную связь для выявления этих изменений и предсказания дальнейших тенденций развития спроса. Поэтому важное место в процессе стратегического анализа надо уделить особому виду конкурентных преимуществ фирмы – ключевым компетенциям, которые напрямую не являются гарантией успеха, а становятся таковыми только в случае, когда клиент может извлечь из них выгоду для себя и готов оплачивать дополнительные (по сравнению с конкурентами) услуги данного предприятия. Под ключевыми компетенциями понимают оригинальное, особо эффективное сочетание дефицитных и специфических ресурсов которые предприятие использует более умело, нежели его конкуренты.

Таблица 1

**Виды стратегий предприятия**

Стратегии предприятия	Характеристика
Стратегия развития производства	представляет собой комплекс взаимосвязанных мер по формированию ассортимента продукции, технологии и организации производства, позволяющих обеспечить устойчивый экономический рост предприятия в долгосрочной перспективе
Стратегия маркетинга	характеризуется изучением конъюнктуры рынка, слабых и сильных сторон конкурентов. Исследование состояния рынка, анализ информации о рыночной конъюнктуре необходимы для принятия управленческих решений, направленных на реализацию целей и задач стратегии производства
Инновационная стратегия	можно определить как взаимосвязанный комплекс разработки и внедрения технических, технологических и организационных инноваций по основным направлениям финансово-хозяйственной деятельности предприятия, обеспечивающий его конкурентоспособность и развитие в долгосрочной перспективе
Финансовая стратегия	направлена на формирование необходимых финансовых ресурсов, оптимальной структуры капитала предприятия за счет эффективного соотношения собственных и заемных средств. Источниками собственных средства предприятия являются собственный капитал, в том числе нераспределенная прибыль. Нераспределенная прибыль прошлого периода и чистая прибыль отчетного года, которая формируется, распределяется и используется на предприятии с учетом полученного дохода и затрат на производство и продажу продукции, являются основным источником роста собственного капитала предприятия. Заемными средствами могут выступать долгосрочные и краткосрочные займы и кредиты, и другие обязательства
Стратегия эффективного управления финансовыми ресурсами	направлена на максимизацию чистой прибыли, как основного источника роста собственного капитала, и обеспечение финансовой устойчивости предприятия на долгосрочную перспективу
Инвестиционная стратегия	представляет собой процесс, включающий постановку целей инвестиционной деятельности, определение ее приоритетных направлений и форм, оптимизацию структуры инвестиционных ресурсов, их формирование и распределение, разработку инвестиционной политики по наиболее важным аспектам инвестиционной деятельности, формирование новых перспективных возможностей с учетом изменений внешней инвестиционной среды
Стратегия организационного обеспечения системы управления деятельностью предприятия	это многоуровневая система преобразований, нацеленных на выполнение долгосрочных целей и задач, предусматривающих изменение организационной структуры управления, формирование новых горизонтальных и вертикальных связей управления, методов работы, организационной культуры

Важная особенность данного подхода в том, что в реальной конкурентной борьбе надо всегда учитывать возможность воспроизведения конкурентами любой, самой удачной комбинации ресурсов и обесценивания тем самым ее оригинальности. Поэтому ключевая компетенция стратегически сомнительна, если не может быть сохранена предприятием в долгосрочной перспективе. Она должна стабильно обеспечивать конкурентные преимущества и рыночную асимметрию по отношению к рыночным соперникам [2].

Данный подход, основанный на определении возможностей предприятия, приобрел большую значимость в настоящее время в силу быстрого развития некоторых отраслей требующих больших вложений в разработку и усовершенствование продукта (например, компьютерных технологий). В таких отраслях именно наличие ключевых компетенций в большей мере определяет конечный успех.

Толчком к развитию концепции ключевых компетенций послужили в основном технические возможности предприятий. Но в принципе все виды материальных и нематериальных активов могут быть трансформированы в ключевые преимущества. Сюда относятся высокоспециализированные машины и оборудо-

вание, организационные процессы, банки данных, патенты, лицензии и концессии, а также специальные знания персонала, особые связи с клиентурой, банками, поставщиками и властями, имидж предприятия, репутация его продукции на рынке и в обществе. Спектр выбора определяющих компетенций практически неограничен. Особенно сильно недооцениваются «неосвязаемые» компетенции, такие, как особо лояльные рыночные отношения, своеобразная фирменная культура, хорошая репутация предприятия, его продукции и персонала. Эти компетенции сложны, трудно воспринимаемы и не имеют рыночной формы в обычном представлении. Поэтому они не столь быстро обесцениваются. Опрос английских менеджеров показал, что «неосвязаемые» компетенции в порядке значимости для предприятия располагаются в такой последовательности: репутация предприятия, репутация продукции, технические знания персонала, культура и ее организационная структура. [3]

Необходимо указать также на наличие так называемой мега компетенции, т.е. способности предприятия к формированию ключевых компетенций. К ней относят взаимодействия социального плана, в частности реакция на критику, способность к обучению, коммуникации и поддержанию связей с кругом лиц, заинтересованных в успехе предприятия. Все это создает предпосылку для эффективного развития, сохранения и использования конкретных материальных и нематериальных ключевых компетенций. Особо важна способность предприятия к обучению. Она позволяет охватить широкий спектр различных ключевых компетенций, которые в совокупности и обеспечивают устойчивые конкурентные преимущества.

Ключевые компетенции обладают весьма противоречивыми свойствами. Некоторые из них базируются на «твердых фактах», другие – на эмоциях и фантазиях людей. Определенные компетенции создаются медленно и с трудом поддаются воспроизведению, иные же, наоборот, быстро формируются и могут быть легко усвоены конкурентами. Ряд компетенций в своей основе устойчивы, другие быстро возникают (например, плохая репутация) и быстро исчезают. Есть очевидные компетенции, которые легко воспринимаются физически или в юридическом плане, а некоторые распознаются с трудом или даже носят скрытый характер (не выявленные знания персонала). Эти свойства ключевых компетенций, имеющие большое значение для менеджерской практики, до последнего времени почти полностью игнорировались.

Практически любое предприятие имеет возможность разработать свои ключевые комбинации ресурсов. Рыночная система с ее явной ориентацией на конкуренцию ведет к тому, что фирменные преимущества любого вида становятся вызовом для соперников. Это справедливо и по отношению к ключевым компетенциям, которые в принципе всегда подвержены такой эрозии.

В этом отношении с позиции отдельного предпринимателя следует выделить три категории ключевых компетенций:

1. «Отработавшие», которые уже взяты на вооружение основными конкурентами и превратились своего рода отраслевые «стандарты». Они не дают конкурентных преимуществ и являются скорее обязательным условием выживания на рынке.

2. Ключевые компетенции, которые в данный момент сохраняют силу, но в ближайшем будущем могут стать широкодоступными. В кратко- и среднесрочной перспективе предприятие должно решительно защищать достижения такого рода и максимально их использовать. Однако базой долгосрочной стратегии они быть не могут. Задача же соперников в том, чтобы выявить и нейтрализовать подобные компетенции. Если конкурент упустит такую возможность, то он может не достигнуть отраслевых «стандартов» в течение нескольких лет.

3. Стратегическое значение имеют только те ключевые компетенции, которые предприятие может защитить на протяжении длительного времени, т.е. которые являются устойчивыми.

Если такими располагает конкурент, то следует проявлять известную осторожность с их воспроизведением. Известны случаи, когда предприятие пытались воспользоваться достижениями других, но затратив на это крупные средства, убеждалось, что они хорошо защищены и трудно поддается подражанию. Что касается собственных компетенций, то предприятие должно способствовать развитию тех, которые могут быть надежно защищены. Речь при этом идет не только о техническом совершенстве, а об устойчивости в конкурентной борьбе. В этой связи важно выяснить, что представляет собой надежная защита ключевой компетенции. Некоторые авторитетные исследователи считают, что для этого надо обеспечить следующее:

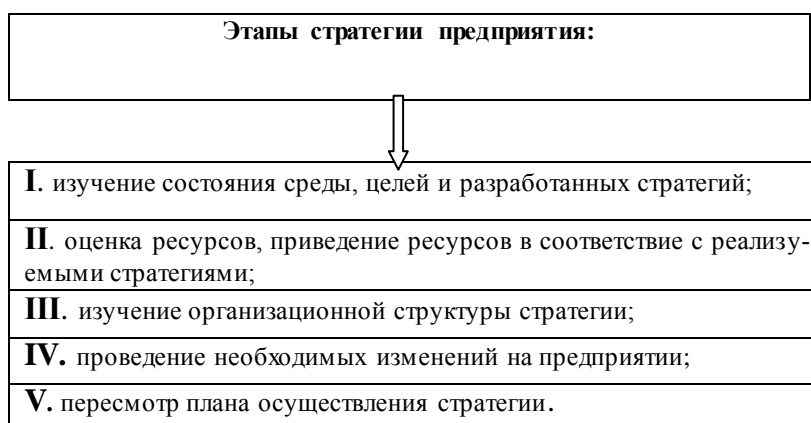
- сложность ключевой компетенции, которая должна быть достаточно высокой, чтобы конкурент не мог понять и легко ее использовать (сложные технологии, сети общественной связи, фирменная культура и т.п.);
- секретность или скрытность ресурсов;
- величину предприятия. Конкурент должен опасаться финансовых, политических и рыночных санкций со стороны крупного соперника, перехода клиента от одного поставщика к другому. Если эти издержки достаточно высоки, то клиент не решится воспользоваться услугами конкурента. Этот феномен объясняется в частности, трудной совместимостью (или полным ее отсутствием) сложных технических систем.

- фактор времени, связанный со скоростью разработок и продвижения продукта на рынок. Динамичная фирма имеет возможность первой захватить каналы распределения и ключевые рынки, завоевать доверие клиента, что и означает надежную защиту своих достижений. [4].

Ключевые компетенции, пребывающие в форме ресурсов и способностей, являются лишь потенциалом успеха. Повлиять на положение предприятия в конкурентной борьбе они могут только в том случае, если будут трансформированы и выражены в конечном продукте и затронут параметры, имеющие решающее значение для покупателя. Если это произойдет, то ключевые компетенции примут форму стратегических факторов успеха. Для достижения этого преобразования необходимо, чтобы рыночная ориентация охватывала все предприятие, а маркетинг играл роль всеобъемлющей функции. Исследования показывают, что сотрудничество между маркетингом, с одной стороны, и научными исследованиями и разработками, с другой, является важным источником успеха предприятия. В теории экономики предприятия и на практике большое внимание уделяется менеджменту точек пересечения различных звеньев создания благ, благодаря чему повышается и эффективность преобразования потенциала успеха в стратегические факторы успеха. При этом обращает на себя внимание циркулярный характер модели, т.е. предприятие постоянно стоит перед необходимостью развития нового потенциала и трансформации его в стратегические факторы успеха.

При разработке фирменной стратегии менеджеры должны определиться, каким образом компетенции, которые имеются, могут быть защищены, развиты и использованы в рамках фирменной стратегии; может ли предприятие на базе имеющихся ресурсов создавать новые, оригинальные комбинации ресурсов, которые в будущем могут быть трансформированы в ключевые компетенции; на какие хозяйственные, отраслевые и конкурентные изменения и в этой связи, на какую стратегию должны быть сориентированы ключевые компетенции предприятия. [5]

В процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои определенные задачи и осуществляет закрепленные за ним функции. Решающая роль принадлежит высшему руководству. Его деятельность на стадии формирования потенциала может быть представлена в виде пяти последовательных этапов (рис 1).



**Рис. 1.** Этапы реализации стратегии на предприятии

*Первый этап* – углубленное изучение состояния среды, целей и разработанных стратегий. На данном этапе решаются следующие основные задачи:

- окончательное уяснение сущности определенных целей, их корректности и соответствия друг другу, а также состоянию среды. При этом возможны корректировки, если произошли изменения в среде;
- более широкое доведение идей стратегий и смысла целей до сотрудников предприятия.

*Второй этап* состоит в том, что высшее руководство должно принять решения по эффективному использованию имеющихся у предприятия ресурсов. На этом этапе проводится оценка ресурсов, принимаются решения по их распределению. Важной задачей, решаемой на данном этапе, является приведение ресурсов в соответствие с реализуемыми стратегиями. Для этого составляются специальные программы, выполнение которых должно способствовать развитию ресурсов. Например, это могут быть программы повышения квалификации сотрудников.

На *третьем этапе* принимаются решения по поводу организационной структуры. Выясняется соответствие имеющейся организационной структуры принятым к реализации стратегиям и, если это необходимо, вносятся соответствующие изменения в организационную структуру.

*Четвертый этап* состоит в проведении необходимых изменений на предприятии, без которых невозможно приступить к реализации стратегии. Часто требуется несколько лет для того, чтобы провести серьезное изменение.

При разработке вопроса изменений очень важно не только концентрировать внимание на том, для чего делаются изменения, к чему они должны привести, что и как следует изменить, но также и на том, как изменения будут восприняты, какие, силы и в какой форме будут им сопротивляться. Для того чтобы успешно провести изменения, руководство должно независимо от типа, сущности и содержания изменения:

- составить сценарий возможного сопротивления изменениям;
- провести действия с целью ослабления стремления к сопротивлению изменениям;
- устранить и уменьшить до минимума реальное сопротивление;
- закрепить проведенные изменения.

*Пятый этап* состоит в том, что предприятие проводит пересмотр плана осуществления стратегии только в том случае, если этого требуют вновь возникающие обстоятельства. Новый план может быть принят тогда, когда он сулит большие возможности получения выгод, чем существующий план. [6]

Проведение изменений потенциала предприятия приводит к тому, что в нем создаются условия, необходимые для осуществления выбранной стратегии.

Изменения не являются самоцелью. Необходимость и степень изменений зависят от того, насколько предприятие готово к эффективному осуществлению стратегии. Бывают ситуации, когда фактически не требуется проведения изменений, бывают же ситуации, когда выполнение стратегии предполагает проведение очень глубоких преобразований. [7]

В зависимости от состояния задающих необходимость и степень изменения основных факторов, от состояния отрасли, организации, продукта и рынка можно выделить пять достаточно устойчивых и отличающихся определенной завершенностью типов изменений (табл. 2).

Таблица 2

**Классификация типов изменений стратегии предприятия**

<b>Изменения стратегии предприятия</b>	<b>Характеристика</b>
<i>Перестройка предприятия</i>	предполагает фундаментальное изменение предприятия, затрагивающее его миссию и организационную культуру. Данный тип изменения может проводиться тогда, когда предприятие меняет свою отрасль и меняется его продукт и место на рынке. Очень большие изменения происходят и в технологической отрасли, и в сфере трудовых ресурсов
<i>Радикальное преобразование</i>	проводится на стадии выполнения стратегии в том случае, если предприятие не меняет отрасли, но при этом в нем происходят радикальные изменения, вызванные, например, его слиянием с аналогичным предприятием. В этом случае слияние различных предприятий, появление новых продуктов и новых рынков требуют сильных внутриорганизационных изменений, особенно касающихся организационной структуры
<i>Умеренное преобразование</i>	осуществляется в том случае, когда предприятие выходит с новым продуктом на рынок и пытается получить для него покупателей. В этом случае изменения затрагивают производственный процесс, а также маркетинг, особенно в той его части, которая связана с привлечением внимания к новому продукту
<i>Обычное изменение</i>	связано с проведением преобразований в маркетинговой сфере с целью поддержания интереса к продукту. Эти изменения не являются существенными, и их проведение мало затрагивает деятельность предприятия в целом
<i>Неизменяемое функционирование</i>	происходит тогда, когда постоянно реализуется одна и та же стратегия. В этом случае на стадии выполнения стратегии не требуется проводить никаких изменений, потому что при определенных обстоятельствах предприятие может получать хорошие результаты, опираясь на накопленный опыт. Однако при таком подходе очень важно следить за возможными нежелательными изменениями во внешней среде

**Выводы.** В непредсказуемых условиях развития рыночной экономики Украины лишь некоторые предприятия придерживаются определенной организационно-экономической стратегии своего развития. Подавляющее большинство из них больше озабочено оперативным реагированием на возникающие ситуационные проблемы. В силу несовершенства законодательства и непредсказуемости рынка к выбору стратегии необходимо подойти очень осторожно. Выбираемая стратегия должна быть гибкой по отношению к внешним условиям.

Высшее руководство предприятия в современных рыночных условиях должно привлекать к разработке стратегических решений аналитиков, иначе, без тщательно проведенного стратегического анализа, такое решение может носить случайный характер, быть не эффективным и способно в условиях жесткой конкуренции привести к банкротству. В этой связи возросла роль стратегического анализа, как инструмента дающего базу для принятия стратегических решений. Появление новых методов анализа является важным источником повышения конкурентоспособности предприятия, помогая ему в рамках неопределенности

четко выработать основные направления деятельности. Стратегический анализ требует понимания со стороны руководства того, на какой стадии развития находится предприятие, прежде чем решать, куда двигаться дальше.

#### **Список использованных источников**

1. Макарова, В. И. Инвестиционный анализ: учебное пособие / В. И. Макарова, Е. А. Бобренева, М. Е. Зеленкина ; под ред. А.Ю. Егорова. – Тольятти : Волжский ун-т им. В.Н. Татищева, 2006. – 253 с.
2. Бланк, И. А. Инвестиционный менеджмент: учебный курс/ И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2001. – 448 с.
3. Виханский, О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. –2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2000. – 296 с.
4. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. :Банки и биржи:ЮНИТИ, 1998. – 576с.
5. Боумэн, К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумэн ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой, М.:ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
6. Забелин, П.В. Основы стратегического управления : учеб. пособие. / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева. – М. :Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. – 195 с.
7. Деловое планирование (Методы, организация, современная практика) : учеб. пособие / под ред. В. М. Попова – М.:Финансы и статистика, 1997. – 368 с.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТА БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

**О.Н. Сарахман**

канд. экон. наук, доцент

**О.И. Скаско**

доктор экон. наук, доцент

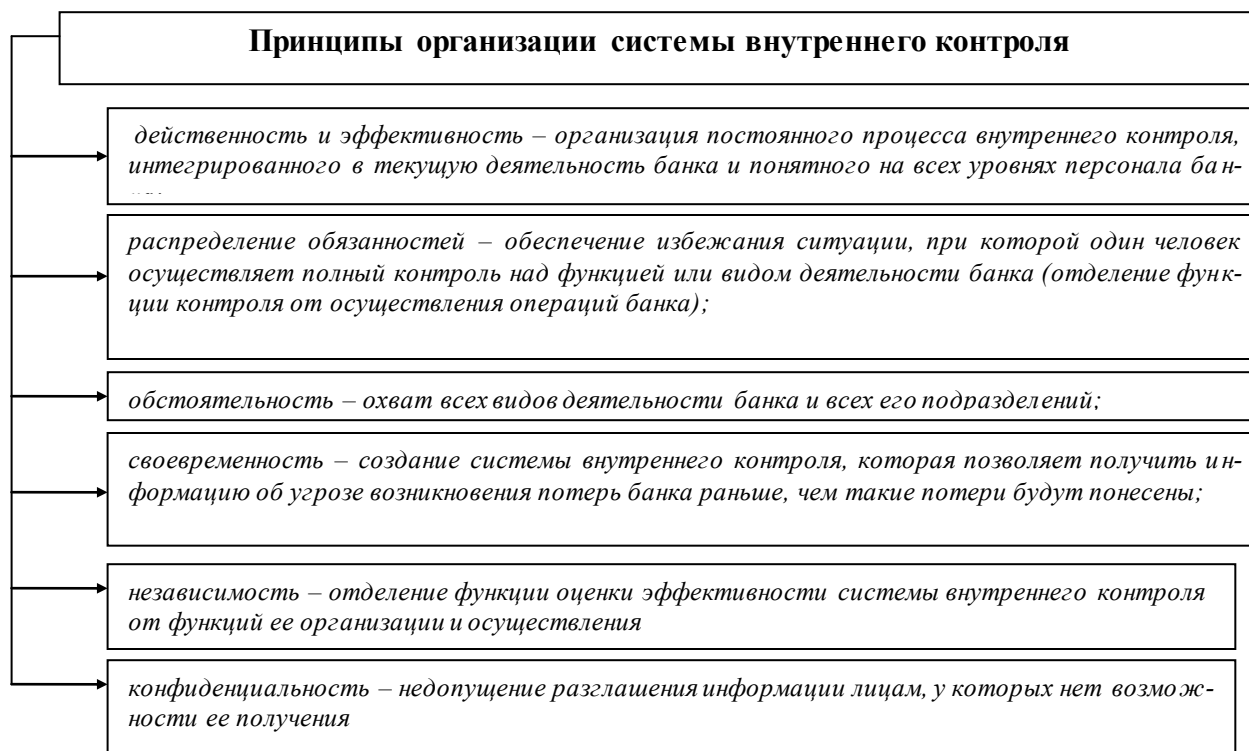
*Львовский институт банковского дела Университета банковского дела  
Национального банка Украины, г. Киев*

Система внутреннего контроля является инструментом реализации стратегических планов развития банковского контроля над текущим состоянием кредитной организации и одним из основных элементов банковского менеджмента. Система внутреннего контроля – это совокупность системы органов и направлений внутреннего контроля. Внутренний контроль определяется специалистами как система проверок и измерений, созданная банковским менеджментом с целью минимизировать потери, возникающие вследствие ошибок и нарушений, допущенных персоналом банка. Однако сущность внутреннего контроля банка глубже и не ограничивается комплексом проверок и измерений, но представляет собой систему методов организации и координации мер, принятых кредитной организацией для защиты своих активов, соблюдения управленческой политики, проверки достоверности бухгалтерской и финансовой отчетности и обеспечения эффективной работы.

Проблемы построения эффективной системы внутреннего контроля банка, безусловно, актуальны как в научном, так и в прикладном аспектах. Исследованию данного вопроса посвящен ряд работ отечественных и зарубежных ученых и практиков. В частности таких, как Г. Белоглазова, Г. Белоконь, В. Братчиков, А. Киреев, В. Кочеткова, Б. Стефанюк, А. Скаско, Г. Спьяк, Т. Фарион и др. Вместе с тем остаются не до конца исследованными проблемы функционирования внутреннего контроля банков как целостной системы, так и взаимодействие ее отдельных элементов.

Банковское учреждение должно вводить эффективную систему внутреннего контроля в целях достижения следующих целей: эффективность проведения операций банка, защита от потенциальных ошибок, нарушений, убытков в деятельности банка; эффективность управления рисками; адекватность, обстоятельность, полнота, надежность, доступность, своевременность представления информации пользователям для принятия соответствующих решений, в том числе представления финансовой, статистической, управленческой, налоговой и иной отчетности; полнота, своевременность и достоверность отражения в бухгалтерском учете операций банка; комплаенс; эффективность управления персоналом; недопущение использования услуг банка в противоправных целях, выявление и предотвращение проведения финансовых операций, связанных с легализацией (отмыванием) доходов, полученных преступным путем, или финансированию терроризма.

Организация системы внутреннего контроля кредитной организации должна отвечать следующим принципам:



**Рис. 1.** Принципы организации системы внутреннего контроля

Система внутреннего контроля должна обеспечивать: четкое распределение обязанностей, полномочий и ответственности между органами управления банка, его структурными подразделениями, работниками банка во избежание их дублирования; двойной контроль, который заключается в соблюдении правила «двух рук» при осуществлении операций банка и в соответствии с которым учет операций не может выполняться одним человеком.

При наличии программного обеспечения с соответствующими уровнями контроля отдельные операции банка могут выполняться от их инициирования до отражения в учете и / или отчетности одним лицом при условии осуществления последующего контроля за этими операциями; проведения тщательного и всестороннего анализа операций банка до начала, а также после их осуществления с целью предотвращения несанкционированных операций или операций проводимых с нарушением требований соответствующего технологического процесса; организация операционной деятельности банка и учет операций в соответствии с нормативно-правовыми актами Национального банка Украины; выполнение требований по защите информации в программно-технических комплексах согласно нормативно-правовыми актами Национального банка Украины; внедрение и функционирование системы управления информационной безопасностью в соответствии со стандартами Национального банка Украины по вопросам информационной безопасности; защита от умышленных и неумышленных действий персонала; повышение квалификационного уровня персонала. Система внутреннего контроля должна охватывать все этапы его деятельности и включать:

1. Предварительный контроль, который проводится до фактического осуществления операций банка и состоит из: подбора персонала – путем тщательного анализа деловых и профессиональных качеств кандидатов на вакантные должности, повышения профессионального уровня и квалификации работников; привлечения и размещения денежных средств путем предварительного анализа рискованности и эффективности операций банка; определения оптимальных средств и методов их выполнения с целью предотвращения или минимизации возможных потерь и рисков; материальных ресурсов – путем анализа качества и уровня обеспеченности банка необходимыми техническими средствами, оборудованием, системами автоматизации банковской деятельности с использованием современных информационных технологий, соответствующих объему и сложности осуществляемых им операций; выбора поставщиков товаров, работ и услуг с помощью тщательного анализа деловой репутации и уровня профессионализма работников; соблюдения принципа диверсификации при выборе поставщиков и недопущения концентрации объемов заказов в адрес одного поставщика; разработки и внедрения новых продуктов путем предварительного анализа рискованности и эффективности продукта / услуги, что планируется ввести.

2. Текущий контроль, который проводится при осуществлении операций банка и включает контроль за соблюдением законодательных актов и внутренних документов банка при выполнении этих операций, порядка принятия решений об их осуществлении, контроль за полным, своевременным и достоверным отражением операций в бухгалтерском учете и отчетности, контроль за сохранностью имущества банка.

3. Последующий контроль, проводимый после завершения банковских операций, заключается в проверке обоснованности и правильности операций, соответствия документов установленным формам и требованиям по их оформлению; соответствии выполняемых работниками обязанностей их должностным инструкциям, выявлении причин нарушений и недостатков и определении мер по их устранению, контроле за выполнением плановых показателей деятельности, определенных в стратегии развития банка, его бизнес-планах и бюджете, проверке полноты и достоверности данных финансовой, статистической, управленческой, налоговой и другой отчетности, сформированной банком.

При организации внутреннего контроля должны быть определены минимальные требования к перечню документов по организационной структуре банка и процесса его деятельности. Внутренние документы банка по организационной структуре, в частности, должны содержать: персональное распределение функций и полномочий членов правления банка; распределение обязанностей между подразделениями и сотрудниками банка; порядок и сроки хранения (архивации) документов; документы, разработка которых предусмотрена стандартами Национального банка Украины по управлению информационной безопасностью в банковской системе Украины, включая порядок защиты от несанкционированного доступа и распространения конфиденциальной информации, а также от использования в личных целях; план восстановления деятельности банка.

Внутренние документы банка по описанию процессов деятельности должны содержать подробное описание всех операций банка и управленческих процедур, осуществляемых банком, приведенных в схематическом или текстовом виде, и, в частности, определять:

- 1) последовательность осуществления описываемых процессов деятельности банка, связь между отдельными процессами;
- 2) сроки поэтапного осуществления процессов деятельности банка;
- 3) конечные результаты деятельности банка (документы, операции, определенные виды информации и т.п.);
- 4) основные критерии по определению перечня процессов банка в соответствии с направлениями его деятельности, например: процессов управления (корпоративное управление, стратегический менеджмент), основных процессов [кредитные, вкладные (депозитные) операции, корпоративные финансы, управление счетами и т.д.], обеспечивающих процессов (кадровые, финансовые, материальные, информационные ресурсы, бухгалтерский учет и т.п.);
- 5) принципы построения описаний процессов, например: обеспечение интеграции и согласования действий руководства, результативности и эффективности деятельности банка, повышение уровня мотивации работников, улучшение качества и прогнозируемости результатов работы и др;
- 6) подходы к выбору методики описания процессов, например, выбор вида описания (графический в виде схем и / или текстовый), возможность выбора и применения одновременно обоих видов или определение только одного вида описания процессов;
- 7) этапы реализации процессов банков, например: разработка описания процесса (определение потребителей каждого процесса, идентификация их требований и полнота указания таких требований, установление взаимодействия этого процесса с остальными, полномочия и ответственности за управление процессом, определение ресурсного обеспечения процесса, его результаты, поддержание процесса в актуальном состоянии; условия совершенствования процессов и тому подобное.

Центральное место в организации внутреннего контроля занимает контроль за рисками банковской деятельности. Под рисками банковской деятельности понимаются возможность потери ликвидности, а также финансовые потери (убытки). Основная цель этого направления внутреннего контроля состоит в ограничении рисков, кредитных организаций, путем выполнения конкретных процедур контроля за соблюдением требований законодательства, нормативных актов Банка, стандартов профессиональной деятельности и правил деловых обычаев.

Внутренний контроль рисков банковской деятельности рекомендуется осуществлять по линии административного и финансового контроля. Целью административного контроля является обеспечение проведения операций только уполномоченными на то лицами и в строгом соответствии с установленными банком полномочиями и процедурой принятия решений по проведению операций. Финансовый контроль обеспечивает: защиту активов, проведение операций в соответствии нормативными документами, адекватное отражение в учете и в отчетности банковских операций, достоверность финансовой отчетности. Административный и финансовый контроль осуществляются в предыдущем, текущем и следующем порядке.

Система внутреннего контроля за основными видами рисков банковской деятельности организуется на трех основных уровнях: индивидуальном (уровень сотрудника), микроуровне (уровень подразделения) и макроуровне. На индивидуальном уровне могут возникать банковские риски в связи с принятием отдельными работниками неправомерных и некомпетентных решений, при несоблюдении сотрудниками банка установленных правил и процедур, превышении полномочий (по составу и объему операций). Риски включают: хищение ценностей, проведение операций, наносящих банку ущерб; вовлечение банка в коммерческие взаимоотношения с теневой или криминальной экономикой. При организации контроля на индивиду-



альном уровне основным объектом является отдельный работник, его компетентность и мотивация при принятии решений.

Практика использует три вида контроля деятельности сотрудников: предварительный, текущий и последующий. Предварительный контроль начинается с контроля подбора и расстановки кадров. Служба внутреннего контроля осуществляет контроль за соблюдением установленных в банке требований к кругу работников, которые в силу служебного положения принимают решения. При этом принимаются во внимание как квалификационные (образование, стаж работы), так и личностные характеристики сотрудников применимо к содержанию работы и объема ответственности. Это делается с целью исключения возможности принятия важных решений в части финансового положения кредитной организации лицами с сомнительной деловой репутацией или недостаточно компетентными.

При назначении на должность сотрудник проходит согласование со службой внутреннего контроля; проверяется содержание заключенного работником контракта, наличие и содержание служебных инструкций, четко регламентирующих должностные обязанности сотрудника. При текущем контроле служба внутреннего контроля проводит постоянный мониторинг и контроль наличия в соответствующем структурном подразделении и на уровне банка систем контроля за выполнением сотрудником правил осуществления банковских операций, оценивает эффективность и работоспособность этих систем. Кроме того, контролируется соблюдение сотрудником установленных служебных обязанностей.

**Выводы.** Рекомендуем в ходе текущего контроля в обязательном порядке проверять: соблюдение индивидуальных лимитов, открытых позиций дилеров и брокеров; объемы и ресурсы, привлекаемые одним лицом, максимальный объем операций и сумм операций для отдельных сотрудников, принимающих самостоятельные решения об их проведении без согласования с вышестоящим руководством или постоянно действующим коллегиальным органом (кредитным комитетом, правлением и др.). Проверяется также регулярность оценки деятельности работника руководством банка. Осуществляется контроль за доступом работников к информации, содержащейся в банке, в зависимости от их компетенции; эффективности применения процедур защиты конфиденциальной банковской информации.

Объектом внутреннего контроля являются банковские риски, формируемые решениями управленческого персонала структурных подразделений и руководства банка, а также системы мер, принимаемые банком по их минимизации. К основным видам рисков банковской деятельности на микроуровне относятся риски ликвидности и снижения капитала, которые, в свою очередь, включают кредитный, рыночный, процентный, операционный, правовой риски, риски потери репутации банка.

Наиболее распространенными являются кредитный, процентный, операционный риски и риск потери ликвидности. Для кредитного риска характерно неправильное определение персоналом банка кредитоспособности заемщика, занижение риска и резервов на возможные потери по ссудам. Процентный риск связан с влиянием на финансовое положение банка неблагоприятного изменения процентных ставок, часто с ошибками в управлении активами и пассивами по срокам размещения и привлечения средств, размеров и процентов, уплачиваемых и получаемых.

Неквалифицированное управление ликвидностью банка приводит к риску потери ликвидности, когда у банка возникают трудности с покрытием дефицита денежных средств путем привлечения дополнительных ресурсов или путем быстрой реализации без значительных потерь и по приемлемой цене части своих активов. Риск потери репутации банка возникает из-за невозможности выполнения операций и неспособности действовать в соответствии с законодательными и нормативными документами (невозможность возврата вкладов, депозитов, полученных межбанковских кредитов), а также при подозрении в связях с криминальными структурами. Угроза потери репутации разрушительна для банков, поскольку природа их бизнеса требует поддержки доверия кредиторов, вкладчиков и рынка в целом.

Основными объектами внутреннего контроля за банковскими рисками на уровне подразделения являются: состояние системы принятия решений в банке, соответствие выбранной тактики развития коммерческой деятельности банка тем целям, которые определены его акционерами (участниками). Акционеры банка должны определять и принимать концепцию развития банка на финансовый год с указанием точных количественных и качественных критериев. При этом Совет директоров и Правление банка должны иметь полномочия по текущей корректировке целей и применяемых инструментов ее достижения в зависимости от изменения конъюнктуры финансовых рынков и ситуации в экономике.

Контроль за банковскими рисками на микроуровне также подразделяется на предварительный, текущий и последующий. В порядке предварительного контроля служба внутреннего контроля проводит анализ и представляет руководству банка заключение о реалистичности поставленных целей и задач на финансовый год, а также предложения по работе структурных подразделений для их достижения.

#### **Список использованных источников**

1. Положення про організацію внутрішнього аудиту в банках України [Текст] : затверджене постановою Правління Національного банку України від 20.03.1998 р. № 114 із змінами та доповненнями.
2. Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності в банках України [Текст] : затверджене постановою Правління Національного банку України від 30.12.1998 р. № 566 із змінами та доповненнями.

3. Белоглазова, Г. Н. Аудит банков [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Белоглазова, Л. П. Криливецка, Е. А. Лебедева. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 352 с.
4. Білокін, Г. Роль аудиту в діяльності комерційних банків [Текст] / Г. Білокін // Вісник Національного банку України. – 2001. – № 9. – С. 60–61.
5. Братчиков, В. Бухгалтерський облік і контроль: аспекти розвитку [Текст] / В. Братчиков // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 9. – С. 60–61.
6. Кіреєв, О. І. Внутрішній аудит у банку [Текст] : навч. посібник / О. І. Кіреєв, О. С. Любунь. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 230 с.
7. Стефанюк, Б. Концептуальні підходи щодо створення ефективної системи внутрішнього контролю в банку [Текст] / Б. Стефанюк // Вісник Національного банку України. – 2007. – № 4. – С. 57–61.

## **КЛАССИФИКАЦИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**О.В. Рудницкая,**  
аспирант кафедры бухгалтерского учета  
*Львовская коммерческая академия,*  
*г. Львов, Украина*

В современных условиях хозяйствования деятельность торговых предприятий, которая нацелена на получение прибыли и высококачественное обслуживание населения (выполнение работ, оказание услуг), не может осуществляться ограниченными элементами функциональной иерархии, а должна реализовываться совокупностью взаимосвязанных бизнес-процессов. Основная цель процессного управления заключается в непрерывной оптимизации сквозных бизнес-процессов предприятия, что позволит повысить конкурентоспособность и обеспечить экономический рост. Важной предпосылкой моделирования и обоснования финансовых параметров бизнес-процессов торговых предприятий является их классификация, в ходе которой определяются их особенности и основные характеристики.

Нами предложены меры по оптимизации «бизнес-процессов» на торговых предприятиях.

Итак, торговым предприятиям с целью повышения конкурентоспособности на рынке и достижения стратегических целей необходимо менять систему управления на основе процессного подхода и уделять особое внимание решению вопросов оптимизации. Классификация «бизнес-процессов» позволит построить эффективную систему управления, что обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Изучению понятия «бизнес-процесс» посвящено значительное количество работ, как зарубежных, так и отечественных ученых. Этому вопросу уделяли внимание такие ученые, как Э. Деминг, М. Илаи, Дж. Мартин, М. Хаммер, Дж. Чампи, Т. Давенпорт, И. Колос, В. Репин, В. Елиферов, Корзаченко О. и др.

Весомый вклад в развитие концепции процессного управления осуществил Дж. Харингтон, впервые введя понятие «улучшение бизнес-процессов» и предоставив практические рекомендации по применению приемов и способов изменения и их перепроектирования.

Вопросам классификации занимались такие ученые, как Шельман Е., Портер М., Каплан Р., Сытник Г.

С развитием рыночных отношений в Украине для более оптимального управления предприятиями в сфере торговли специалисты и ученые начали идентифицировать и выделять процессы организации, исследовать и объединять их и таким образом, достигать максимальной эффективности на предприятиях торговли.

Концепция процессного управления является ключевым элементом в методологиях оперативного и стратегического менеджмента, на нее опирается концепция управления качеством TQM. В методологии стратегических карт Роберт Каплан и Дэвид Нортона устанавливают связь между целями владельцев, которые достигаются путем предоставления ценности для клиентов на основе бизнес-процессов организации, протекающих в заданной культурной, технологической и организационной среде.

Понятие «бизнес-процессов» описывается зарубежными и отечественными учеными в научной литературе.

В работах Е.Деминга и М.Илаи впервые сформулировано содержание понятия бизнес-процесс, указаны базовые принципы и преимущества управления ими.

По мнению Э. Деминга: «Процесс – это структурированная, измеряемая совокупность видов деятельности, предназначенная для производства выходных данных для конкретного потребителя (внутреннего или внешнего)» [1].

Согласно ДСТУ ISO 9000: 2007 «Системы управления качеством. Основные положения и словарь терминов "(п. 2.4.)"...любую работу или совокупность работ, для которой или которых используются ресурсы, чтобы превратить входы в выходы, может рассматриваться как процесс» [6].

В Википедии сказано, что «бизнес-процесс – любая деятельность, имеющая входной продукт, добавляет стоимость к нему, и обеспечивает выходной продукт для внутреннего или внешнего потреби теля» [3].

«Бизнес-процесс – это регулярно повторяющаяся последовательность взаимосвязанных мероприятий (операций, процедур, действий), при выполнении которых используются ресурсы внешней среды, создается ценность для потребителя и выдается ему результат» [1].

«Бизнес-процесс представляет собой совокупность бизнес-операций, определенное количество внутренних видов деятельности, которые начинаются с одного или более входов и заканчиваются созданием продукции, необходимой клиенту» [8].

Мы считаем, что «бизнес-процессы» в торговле – это совокупность операций, при выполнении которых используются ресурсы внешней и внутренней среды, создается продукт и предоставляется потребителю для удовлетворения его потребностей.

Обобщая современные теоретические и прикладные исследования, можно выделить основные характеристики процесса торговли:

- технология бизнес-процесса торговли – содержание и последовательность работ по его выполнению;
- цель процесса торговли – операции, характеризующие его начало и завершение;
- хозяин процесса торговли – работник предприятия, который несет ответственность за ход и результаты процесса (продавец, контролер-кассир, продавец-консультант);
- ресурсы процесса – материальные, трудовые и финансовые ресурсы;
- параметры процесса торговли – основные характеристики, позволяющие оценивать эффективность и результативность процесса (товарооборот, доход (выручка) от реализации товаров (работ, услуг));
- потребитель результата процесса торговли – внешний или внутренний субъект, получающий результат процесса (покупатель);
- входы процесса торговли – совокупность входных объектов в виде товаров, информации, услуг, которые превращаются в выходы в ходе выполнения процесса (доход (выручка) от реализации товаров (работ, услуг));
- выходы процесса торговли – товар, услуга, информация, которая является результатом процесса и должна соответствовать установленным потребителем требованиям (продукция соответствует стандартам качества).

Выделение бизнес-процессов торгового предприятия предусматривает четкое определение структуры его организации и основных функций. Структура торгового предприятия отражает состав и взаимодействие бизнес-процессов, происходящих на предприятии и обеспечивают сохранение его свойств при наличии внешних и внутренних воздействий [4].

В современных теоретических исследованиях и прикладных разработках встречаются разные подходы к разделению процессов на их отдельные виды и формирование модели процессов. Сытник Г. предлагает следующие подходы к моделированию бизнес-процессов предприятий.

Таблица 1

**Подходы к моделированию бизнес-процессов предприятия**

Подход	Виды бизнес-процессов верхнего уровня
Модель М. Портера	Основные процессы: внутренняя логистика, производство, внешняя логистика, маркетинг и продажи, послепродажное обслуживание, материально-техническое обеспечение. Вспомогательные процессы: поддержка инфраструктуры компании, управления человеческими ресурсами, развитие технологий
Модель IBL (The International Business Language) компании Price Waterhouse Coopers	Основные процессы: маркетинг, разработка продукта (услуги), производство продукта (услуги), поставки и распределение, продажа и обслуживание клиентов. Вспомогательные процессы: совершенствование деятельности предприятия, управление защитой окружающей среды, управления внешними связями, управление корпоративными службами, управление финансами, управление персоналом, управление юридическими услугами, планирование и управление, поставка, разработка и сопровождение систем и технологий
13-процессная модель Международной бенчмаркиговой палаты Американского центра производительности и качества (American Productivity & Quality Center APQC)	Основные процессы: исследование рынка и потребностей потребителей, разработка видения и стратегии, разработка продуктов и услуг, маркетинг и продажи, производство и поставка продуктов и услуг, выставление счетов и сервисное обслуживание. Вспомогательные а также управленческие процессы: управление персоналом, что включает в себя его профессиональное и карьерное развитие, управление информационными ресурсами и технологиями, управление финансовыми и материальными ресурсами, управление охраной окружающей среды, управление внешними связями, управление изменениями
Восьмипроцессная модель BKG Profit Technology	Формирование условий деятельности, воспроизводство трудовых ресурсов, материально-техническое обеспечение, разработка и модификация продуктов; воспроизведение средств производства, продвижение и продажа продукта, производство, финансирование деятельности и расчеты по обязательствам
Международные стандарты качества серии ISO 9000	Процессы управленческой деятельности, процессы обеспечения ресурсами, процессы жизненного цикла продукции и процессы измерения, анализа и улучшения

Источник: [7].

Указанные модели считаются эталонными и используются в качестве основы для построения модели бизнес-процессов конкретного предприятия, процесс формирования которой является индивидуальным.

Сытник Г. предлагает следующую классификацию бизнес-процессов предприятий торговли (табл. 2).

## Классификация бизнес-процессов предприятий торговли

Процессы верхнего уровня	Подпроцессы
Основные процессы	
Исследование рынка и потребностей потребителей	<p>Определение потребностей потребителей. Измерение уровня удовлетворенности потребителей. Мониторинг изменений на потребительском рынке. Формирование ассортиментной политики. Формирование ценовой политики. Формирование плана реализации товаров.</p>
Закупка товаров	<p>Формирование плана закупок товаров. Поиск поставщиков. Заключение договоров на поставку товаров. Контроль за оформлением договоров. Размещение заказа на поставку товаров.</p>
Транспортировка товаров	<p>Заключение договоров по аренде автомобилей. Заключение договоров на транспортировку товаров. Поддержка транспорта на должном техническом уровне. Предоставление информации о транспорте для оперативного учета. Обеспечение сохранности автотранспорта.</p>
Хранение товаров	<p>Организация хранения товаров. Обеспечение сохранности товаров. Контроль за состоянием складов.</p>
Реализация товаров	<p>Предпродажная обработка товаров. Размещение товаров в торговом зале. Расчетное обслуживание. Предоставление информации о реализации для оперативного учета.</p>
Вспомогательные (обслуживающие) бизнес-процессы	
Административно-хозяйственное обеспечение	<p>Планирование потребности в хозяйственном обеспечении. Обеспечение уборки. Обеспечение МБП. Закупка и обеспечение работы оборудования. Проведение текущих ремонтов оборудования. Содержание помещений и сооружений. Обеспечение теплом и электроэнергией. Обеспечение ГСМ. Ремонт автотранспорта.</p>
Информационное обеспечение	<p>Планирование управления информационными ресурсами. Разработка и внедрение информационных систем поддержки предприятия. Обеспечение хранения и поиска данных. Обеспечение обмена информацией. Обеспечение доступа к информации и коммуникаций. Оценка и аудит качества информации.</p>
Обеспечение безопасности	<p>Обеспечение физической безопасности персонала. Обеспечение информационной безопасности. Обеспечение экономической безопасности.</p>
Бизнес-процессы управления	
Стратегическое управление	<p>Проведение стратегического анализа. Разработка стратегии развития предприятия. Обеспечение реализации стратегии. Проведение стратегического контроля и корректировки.</p>
Управление финансами	<p>Финансовый анализ. Финансовое планирование. Управление финансовыми ресурсами. Осуществление финансовых и учетных операций. Формирование финансовой отчетности. Управление налогами. Внутренний финансовый контроль и аудит.</p>
Управление персоналом	<p>Подбор персонала. Ведение кадрового обеспечения. Обучение и развитие персонала. Оценка персонала. Мотивация персонала. Формирование корпоративной культуры.</p>
Управление проектами развития	<p>Анализ проектных инициатив. Инициирование проекта. Подбор менеджеров проекта.</p>

	Контроль реализации проекта. Формирование отчетности по реализации проекта.
Бизнес-процессы управления	
Управление бизнес-процессами и качеством	Определение бизнес-процессов и ответственных. Формирование ключевых показателей эффективности бизнес-процессов. Регламентация бизнес-процессов. Сбор информации о функционировании бизнес-процессов. Анализ информации о функционировании бизнес-процессов. Разработка решений по улучшению бизнес-процессов. Обеспечение изменений бизнес-процессов.

Источник: [7].

По уровню детализации в современной литературе выделяют процессы верхнего уровня, под процессы и операции. Процессы верхнего уровня представляют собой достаточно сложную систему взаимосвязанных работ, осуществляемых в определенной последовательности, что может быть детализировано на подпроцессы – процессы нижнего уровня, которые в свою очередь состоят из отдельных взаимосвязанных операций, не подлежащих дальнейшей детализации.

Идентификация бизнес-процессов верхнего уровня, их детализация на подпроцессы нескольких уровней и отдельных операций является непременным условием налаживания эффективного управления на основе процессного подхода. Система взаимосвязанных до уровня операций бизнес-процессов представляет собой сеть процессов предприятия.

По характеру протекания во времени выделяют циклические, периодические и однократные бизнес-процессы. Циклические бизнес-процессы – процессы, носящие непрерывный характер и постоянно повторяются на предприятии. Так, на предприятиях торговли основными циклическими бизнес-процессами являются процессы закупки и реализации товаров. Периодические бизнес-процессы повторяются время от времени с определенной периодичностью. Примером такого процесса является аудит финансового состояния предприятия. Однократные бизнес-процессы представляют собой процессы, происходящие однократно, без определенной периодичности во времени и связанные с реализацией различных проектов.

В зависимости от функций исполнения выделяют межфункциональные и функциональные бизнес-процессы. Межфункциональные процессы представляют собой совокупность взаимосвязанных работ, в выполнении которых задействован персонал из разных функциональных подразделений, в то время как функциональные – реализуются в рамках отдельного функционального подразделения предприятия.

В зависимости от потребителя результатов процесса выделили бизнес-процессы, результаты которых предназначены для внешнего потребителя, и бизнес-процессы, результаты которых формируются для внутреннего потребителя. На внешнего потребителя в торговле направлены процессы, которые непосредственно связаны с реализацией товаров. Подавляющее большинство других процессов предприятия торговли ориентирована на внутреннего потребителя. Но результаты некоторых процессов управления, которые непосредственно не связаны с формированием добавленной стоимости предназначены для внешних пользователей, и таким образом, косвенно могут влиять на рыночную стоимость предприятия [7].

По мнению некоторых специалистов важным для оптимизации бизнес-процессов является понимание характера ценности, который генерирует процесс и потребителя этой ценности. Для этого в современных исследованиях предлагается выделять процессы, концентрирующие ценность непосредственно для клиента, и процессы, формирующие ценность для самого предприятия. Так, процессы информационного обеспечения, формирования безопасности не создают непосредственно ценности для клиента, но необходимы для функционирования самого предприятия, то есть формируют ценность для него.

Целесообразно будет выделить процессы, формирующие ценность для других стейкхолдеров. Это процессы, которые создают ценность для самого предприятия, но результаты их отдельных видов важны для поставщиков, кредиторов и т.д.

В зависимости от выхода процессов, их уместно классифицировать на производственные, результатом чего является произведенная продукция; торговые, которые заключаются в продаже товаров; сервисные, результатом которых является предоставленная услуга, и информационные, результатом которых является информация. Большую часть основных процессов предприятия торговли составляют торговые и сервисные бизнес-процессы. Выделение видов бизнес-процессов в зависимости от их результатов позволит учитывать их специфические особенности при оценке эффективности [7].

Одной из важных признаков классификации бизнес-процессов является их разделение по степени их соответствия целевым финансовым параметрам. По этому признаку выделяют процессы, отвечающие соответствующим установленным целевым финансовым параметрам, и такие, которые не отвечают – не создают предпосылок для достижения стратегических финансовых целей и требуют корректировки.

Мы с данной классификацией согласны.

Данная классификация бизнес-процессов позволит руководству торговых предприятий принимать более эффективные решения для повышения конкурентоспособности на рынке.

В современных условиях меняющейся бизнес-среды главной задачей бизнеса становится быстрое реагирование на эти изменения и такое же быстрое внедрение адекватных изменений в организацию и ведения бизнеса. Оптимизация бизнес-процессов является одной из основных, стратегически важных задач предприятия, определяющие всю его дальнейшую эффективную деятельность.

Прежде чем начинать работу по оптимизации, необходимо описать существующие на предприятии бизнес-процессы «как есть» (создать их модели). Описания должны быть четкими, однозначными и охватывать уровень, на котором видно конкретную работу сотрудников. Объем моделей может быть разным: как по отдельно выделенному бизнес-процессу, так и по группе взаимосвязанных бизнес-процессов. Безусловно, чем больше процессов описано в модели, тем лучше и полнее можно оценить их оптимальность.

Оценивая оптимальность, в первую очередь, необходимо анализировать каждую часть бизнес-процесса, которая выполняется конкретным исполнителем. Оценивая ее, необходимо проверять, к каким результатам приводит правильное выполнение, какие данные или материалы исполнитель получает в результате, что он с ними делает, насколько оптимальны его действия, а также время работы и продолжительность выполнения процедуры.

Проанализировав процедуру и определив ее явные недостатки, можно оценить оптимальность управления бизнес-процессом и оптимальность группы процессов. Результатами оценки оптимальности должны стать выявленные недостатки в процессе.

На следующем этапе необходимо разработать предложения по исправлению выявленных недостатков, перестроить модель процесса, учитывая данные предложения, пересмотреть действия исполнителей и кандидатуры самих исполнителей, а самое главное – улучшить средства труда. Улучшение средств труда заключается в совершенствовании форм фиксации, хранения и первичной обработки данных, использующихся при выполнении конкретной процедуры.

На завершающем этапе необходимо оценить возможные ухудшения от предложенных улучшений в других местах процесса [8].

Бизнес-процессы пересекают границы функциональных подразделений, выполняются на разных уровнях торгового предприятия. Наблюдения показывают, что чем выше уровень управления, тем сложнее идентифицировать процесс, которому принадлежит выполняемая функция. Причиной тому служит сочетание нескольких целей при выполнении одного действия. Все большую часть времени занимает неформализованные общения с сотрудниками и клиентами, обмен информацией об условиях контрактов, рисков, согласование сроков. Отдельную проблему представляет собой построение процесса, который пересекает иерархические уровни в организации (выходы функций высшего уровня являются входами или механизмом управления функции низшего уровня).

В целях обеспечения успешной деятельности предприятиям торговли необходимо постоянно развиваться и менять, совершенствовать свои бизнес-процессы в соответствии с рыночными условиями и потребностями потребителей.

По мнению Корзаченко О.В.: "Оптимизация бизнес-процессов – это комплекс взаимосвязанных управленческих, организационных и информационных мероприятий, объединенных определенной технологией, направленный на улучшение показателей как отдельных процессов, так и показателей деятельности предприятия в целом с целью удовлетворения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон" [5].

На современном этапе внедрения процессного подхода к управлению показало определенное отсутствие заинтересованности в оптимизации на предприятиях торговли.

Такая тенденция обусловлена широким кругом проблем, которые возникают на всех этапах внедрения процессного управления на предприятиях, а именно: отсутствием единого подхода к формированию понятийно-категориального аппарата, а также научно-обоснованных исследований преимуществ и недостатков оптимизации бизнес-процессов; отказом от оптимизации через формальное внедрение процессного управления; непониманием цели оптимизации бизнес-процессов и отсутствием практических навыков ее проведения; сложностью выбора эффективных методов и инструментов совершенствования бизнес-процессов [5].

Улучшение бизнес-процессов (Business process improvement, BPI) – системный подход, позволяющий предприятиям оптимизировать свои бизнес-процессы для достижения более эффективных результатов деятельности [9].

Оптимизация бизнес-процессов является одним из аспектов организационного развития, при котором ряд действий принимается владельцем процесса для выявления, анализа и улучшения существующих бизнес-процессов на предприятиях торговли в соответствии с поставленными целями и задачами, таких как увеличение прибыли и производительности, снижение затрат и т. п.. Также улучшение бизнес-процессов, при котором достигается улучшение качества продукта или услуги, с целью их соответствия потребностям клиентов и потребителей [2].

Оптимизация бизнес-процессов предприятий торговли имеет следующие преимущества:

- сокращение расходов, продолжительности и количества ошибок в каждом из проанализированных процессов;

- формирование у работников предприятия и руководителей четкого понимания того как, когда, кто и что необходимо делать для достижения поставленных целей;
- интегрирование стратегии предприятия с ключевыми показателями ее эффективности;
- возможность подготовки к успешному, продуманного и эффективного внедрения информационных технологий;
- рост управляемости предприятия;
- улучшение взаимодействия между сотрудниками и подразделениями предприятия;
- приближение к сертификации по стандартам ISO 9000;
- рост инвестиционной привлекательности [5].

Выделяют следующие принципы оптимизации бизнес-процессов на торговых предприятиях:

- соответствие улучшения бизнес-процессов стратегическим целям предприятия;
- ориентация на внутренних и внешних потребителей;
- наличие критериев оптимизации бизнес-процессов;
- наличие владельцев бизнес-процессов, которые ответственны за их оптимизацию.

Анализируя критерии оптимизации бизнес-процессов, отметим, что обычно оптимальность процесса оценивается по следующим параметрам:

- качество конечного результата бизнес-процесса;
- качество и содержание промежуточных результатов;
- содержательность действий исполнителей при выполнении операций;
- компактность и согласованность схем бизнес-процессов;
- эффективность управления бизнес-процессом.

Важную роль в оптимизации бизнес-процессов играют ее методы.

Выделяют следующие методы оптимизации:

1. Аналитические методы: SWOT-анализ; причины-следствия (диаграмма Исикавы); "Пять вопросов"; ABC; мозговой штурм; анализ на основе показателей KPI; анализ бизнес-логики процесса; функционально-стоимостной анализ; анализ RACI; анализ автоматизированности процесса.

2. Формально-универсальные методы: параллельное выполнение работ; устранение временных разрывов; уменьшение количества входов и выходов; согласование результатов требованиям; минимизация устной информации; организация процедур контроля.

3. Комплексные методы постоянного усовершенствования: теория ограничений Голдрата; Lean production; Six Sigma; Total quality management; Kaizen; Zero defects; бенчмаркинг аутсорсинг.

4. Инструментальные методы: использование информационных технологий автоматизации бизнес-процессов [5].

Использование вышеперечисленных методов на предприятиях торговли зависит от таких факторов, как уровень и частота изменений, характер организации, специфика деятельности. Приведенные методы могут применяться и комплексно в зависимости от решаемой задачи.

По нашему мнению, на торговых предприятиях следует выделять такие бизнес-процессы: закупки, транспортировки товаров, хранения товаров, реализации товаров.

Предоставим более детальное определение каждому из этих понятий.

Процесс закупки – это процесс приобретения товаров заказчиком: определение потребности, поиск и выбор поставщика, подписание контракта, доставка товара.

Процесс транспортировки – процесс перемещения людей, грузов, сигналов и информации из одного места в другое.

Процесс хранения товаров – обеспечение в складских помещениях оптимального режима хранения товаров в соответствии с их физико-химических свойств.

Процесс реализации товаров – это деятельность фирмы по планированию, организации и контролю за физическим перемещением товаров от места их закупки к месту реализации с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя.

Мы предлагаем перечень мероприятий по оптимизации в соответствии с бизнес-процессами в сфере розничной торговли (табл. 3).

**Мероприятия по оптимизации бизнес-процессов в розничной торговле**

Бизнес-процессы в торговле	Мероприятия по оптимизации
Процесс закупки	Контроль рыночной цены закупочных товаров
	Присутствие конкурентной борьбы среди поставщиков
	Внутренний контроль правильности согласования заявки на покупку
	Контроль действий исполнителей при осуществлении закупок
	Внедрение информационной системы для контроля и анализа логики исполнения «сквозного» процесса
Процесс транспортировки	Вариативность процесса закупки в зависимости от параметров закупок, числа участников процесса и уровня принятия решения в процессе закупки
	Ограничение числа стандартных типоразмеров транспортной тары и внешних товароносителей
	Удобство погрузки (разгрузки) товара в транспортной таре
	Укрупнение грузовых единиц при условии их максимального заполнения и возможности механизированной разгрузки у конечного потребителя
	Достижение соответствия типа транспортного средства грузовым единицам и как следствие достижение максимального заполнения транспорта по грузоподъемности и грузоместимости
	Единства размеров заказа
	Унификация транспортных единиц в соответствии с размером заказа
	Сокращение затрат на транспортировку возвратной (бракованной) продукции
	Сокращение времени транзита (перевозки) грузов
	Сокращение времени простоя в связи с ожиданием, погрузкой и выгрузкой транспортных средств
	Сокращение затрат на транспортировку возвратной (бракованной) продукции
	Минимизация затрат на доставку грузовой единицы товара
	Сглаживание неравномерностей транспортного потока при распределении продукции в зависимости от сезона поставок
Оптимизация одновременно перевозимого ассортиментного перечня продукции	
Процесс хранения товаров	Создание оптимального режима хранения
	Соблюдение чистоты складских помещений
	Осуществление контроля за сохранностью товаров
	Выполнение соответствующих противопожарных мероприятий
Процесс реализации товаров	Определить основные показатели бизнеса с точки зрения отношения причин и последствий
	Сравнить нынешнюю ситуацию реализации продукции с ситуацией в прошлом и с аналогичными ситуациями
	Переоценить желаемые и достигнутые результаты с точки зрения содержания и исполнения
	Выяснить что нужно делать, чтобы убедить покупателей купить продукцию
	Провести классификацию заказчиков по их требованиям к обслуживанию
	Изучить, как предоставлять эти услуги с максимальной экономической выгодой – во внутреннем и внешнем аспектах
	Отразить в структуре сбытовой деятельности характер, размер и требования групп заказчиков, которым предоставляются услуги
	Организовать сбытовую деятельность на основе рабочей нагрузки и с целью максимального увеличения времени сбыта

Вышеупомянутые меры смогут способствовать повышению эффективности деятельности и конкурентоспособности торговых предприятий.

**Выводы.** Итак, по нашему мнению «бизнес-процессы» в торговле – это совокупность операций, при выполнении которых используются ресурсы внешней и внутренней среды, создается продукт и предоставляется потребителю для удовлетворения его потребностей. Основными бизнес-процессами на торговых предприятиях является закупка, транспортировка, хранение и реализация товаров. Развитие классификации бизнес-процессов торговых предприятий, их систематизация способствуют совершенствованию понятийного аппарата теории процессного управления, выступают важным основанием для введения процессного подхода в практику деятельности предприятий торговли.

Оптимизация бизнес-процессов – это комплекс взаимосвязанных управленческих, организационных и информационных мероприятий, объединенных определенной технологией, направленный на улучшение показателей как отдельных процессов, так и показателей деятельности предприятия в целом с целью удовлетворения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон.

Оптимизация бизнес-процессов предприятий торговли является действенным инструментом обеспечения эффективности в современных условиях, способствует увеличению прибыли и росту производительности



ности, снижению затрат, улучшению качества продуктов или услуги, с целью их соответствия потребностям клиентов и потребителей.

#### Список использованных источников

1. Бизнес-процеси: основні поняття [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http // www.elitarium.ru / biznes-processy.osnovnye.ponjatija](http://www.elitarium.ru/biznes-processy.osnovnye.ponjatija). – Дата доступа: 25.02.2015.
2. Cook, S. Process improvement: a handbook for managers / S. Cook. – Aldershot, Hampshire, England; Brookfield, Vt., USA: Gower, 1996. – 162 p.
3. Вікіпедія. Бізнес-процес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http // www.uk.wikipedia.org / wiki / Бізнес-процес](http://www.uk.wikipedia.org/wiki/Бізнес-процес). – Дата доступа: 03.03.2015.
4. Колос, І.В. Реінжиніринг бізнес-процесів торговельних підприємств: теоретичний аспект / І.В. Колос // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://archive.nbuv.gov.ua>. – Дата доступа: 05.03.2015.
5. Корзаченко, О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи / О.В. Корзаченко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http // www.ej.kherson.ua / journal / economic\\_03 / 15.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_03/15.pdf). – Дата доступа: 19.02.2015.
6. Система управління якістю. Основні положення та словник термінів: ДСТУ ISO 9000:2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http // www.document.org.ua / sistemi-upravlinnja-jakistyu.-osnovni-polozhennja-ta-slovník-nor14237.html](http://www.document.org.ua/systemi-upravlinnja-jakistyu-osnovni-polozhennja-ta-slovník-nor14237.html). – Дата доступа: 05.03.2015.
7. Ситник, Г. Класифікація бізнес-процесів підприємства торгівлі на основі процесного підходу / Г. Ситник // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http //skhid.com.ua/article/download/16605/14155](http://skhid.com.ua/article/download/16605/14155). – Дата доступа: 25.07.2014.
8. Сіменко, І.В., Косова Т.Д. Аналіз господарської діяльності учеб.-метод. пособие / І. В. Сіменко, Т.Д. Косов – К. : "Центр учбової літератури", 2013. – 384 с.
9. Харрингтон, Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / пер. с англ. / Дж. Харрингтон, К.С. Эсселинг, Х.В. Нимвеген. – СПб. : «Азбука», 2002. – 311 с.

## УЧЕТНО-КОНТРОЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА О ЗАТРАТАХ ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА

**В.М. Горшинський**

ассистент кафедры аудита

*Львовская коммерческая академия, г. Львов*

Дефицит финансовых ресурсов и их высокая стоимость для бизнеса в условиях финансового кризиса стимулирует предприятия к их внутренней мобилизации. Основным источником финансирования деятельности предприятия является прибыль для практически всех отраслей экономики.

Общеизвестно, что конечный результат деятельности предприятия определяется сопоставлением его доходов и расходов. Фактор дохода от основной деятельности швейных предприятий в условиях глобальной экономики напрямую зависит от спроса потребителей на продукцию, а поэтому, в значительной степени, менее регулируемым менеджментом, поскольку относится к внешним факторам. Так, снижение покупательной способности населения и засилье импорта может привести к сокращению доходов отечественных предприятий из-за отсутствия конкурентного преимущества в цене, качестве, узнаваемости товара и других факторов. Поэтому само существование швейных предприятий, в условиях рынка, их развитие возможно при условии привлечения всех внутренних резервов, в частности оптимизации издержек производства. Управление затратами предусматривает применение комплекса мер менеджментом всех уровней относительно уровня на этапах организации, планирования, производства и реализации продукции.

Эффективное управление невозможно без качественного информационного обеспечения. От оперативности, точности, экономичности информации напрямую зависит адекватность принимаемых решений. Поскольку значительная часть внутренней информации формируется в системе бухгалтерского учета, а ее точность и надежность обеспечивается системой внутреннего контроля, то вопросы исследования учетно-контрольного обеспечения менеджмента швейных предприятий, его структуры, адекватности современным требованиям и стандартам есть достаточно актуальными.

Весомый вклад в исследование проблем, информационных систем и технологий, учетно-контрольного обеспечения управления, производственного, финансового и управленческого учета, контроллинга и внутреннего контроля, сделали ряд ведущих украинских и зарубежных ученых. В частности, М.Т. Белуха, А.С. Бородин, Ф.Ф. Ефимова, М.Д. Виноградский, А.С. Виханский, Е.В. Волкодавова, Г.Я. Гольдштейн, Я.А. Гончарук, Ш. Датар, В.А. Дерий, Л.В. Завялова, Т.П. Карпова, С.А. Котлярова, М.В. Кужельный, А.Н. Кузьминский, Л.В. Нападовская, А.И. Наумов, В. Палий, Т.М. Писаренко, А.В. Портная, В.С. Рудницкий,

Я.В. Соколов, В.А. Созинов, И.Д. Фарион, Р.А. Фатхутдинов, Дж. Фостер, Ч. Хорнгрен, А.Д. Шермет, Ягурова и другие. Однако процесс глобализации экономики приводит к появлению новых вызовов для менеджмента и побуждает к новым исследованиям в области учета, контроля и анализа обеспечения адекватности информационной системы предприятий требованиям времени.

Ведение предпринимательской деятельности в условиях глобальной экономики требует от субъектов хозяйствования приспосабливаться к современным требованиям конкурентной среды. Так, современное предпринимательство характеризуется высокой мобильностью и гибкостью бизнес-процессов, динамичностью изменений рынка, высоким предпринимательским риском, высокой оперативностью принятия решений, инициативностью, ориентацией на потребности потребителей и их поведение на рынке. Упомянутые выше нюансы особенно остро ощущают швейные предприятия Украины. Ведь сложная экономическая ситуация в государстве, значительное снижение покупательной способности населения, высокая конкуренция со стороны иностранных фирм и поставщиков "секонд-хенда", при значительных энергоемких технологиях производства и дефиците материальных ресурсов ставит отечественные швейные предприятия в затруднительное положение. Поэтому само существование предприятия требует максимальной мобилизации всех внутренних резервов, поиска альтернативных источников сырья, новых рынков сбыта, формирование конкурентной по цене и качеству ассортимента продукции применение новых энергосберегающих технологий производства. Тактически правильным решением руководства предприятий отрасли является сотрудничество с зарубежными производителями одежды на основе договоров о переработке давальческого сырья. Такое возможно из-за очень низкого уровня заработных плат работников, что компенсирует значительные затраты на транспортировку. Такое решение, по нашему мнению, решает тактические задачи выживания предприятий, обеспечение загрузки производственных мощностей, сохранения квалифицированных кадров. Однако, для выхода украинской швейной продукции на международные рынки, обеспечения ее конкурентоспособности и по цене и за качество, необходимо осуществить ряд радикальных мер на уровне государства и самого предприятия.

Неоспоримым есть факт невозможности эффективного функционирования предприятия в конкурентной среде без надлежащей системы менеджмента. Такая система должна обеспечивать непрерывность функционирования предприятия и его развития, избежать банкротства из-за достижения поставленных стратегических и тактических целей, задач и планов. Важным для управления является нивелирование существенных рисков деятельности. К рискам предпринимательской деятельности относят: производственный риск, коммерческий риск, финансовый риск, стихийные бедствия, кредитный риск, действие конкурентов, риск связан с изменением цен, потребительского спроса, риск снижения деловой активности, риск снижения или потери грузов в процессе транспортировки, риск прекращения хозяйственной деятельности, человеческий фактор и некомпетентность специалистов [4, с. 135-138].

Система управления современным промышленным предприятием, как справедливо утверждает Е.В. Волкодавова: – набор инструментов управления, позволяющих Принимать управленческие решения, направление на достижения стратегических целей в области производства [6].

Система управления швейного предприятия независимо от его организационно-правовых форм, специализации и размеров должна в первую очередь обеспечивать:

- формирование и выполнение программ производства конкурентоспособных изделий и предоставления качественных услуг (в том числе в части исполнения договоров на переработку давальческого сырья);
- обеспечение высокого качества продукции;
- интенсификацию использования производственных мощностей;
- повышение производительности труда;
- повышение рентабельности деятельности,
- снижение себестоимости продукции.

Решение поставленных задач менеджментом практически осуществляется по средствам реализации функций: планирования, организации, учета, анализа, контроля, мониторинга. А.В. Портная добавляет еще стимулирования, регулирования анализа принятых решений [13, с. 16-17]. Количество и содержание функций менеджмента не является предметом нашего исследования, поэтому, заметим, что все оно в той или иной степени, реализуются в управлении швейным предприятием. Однако неоспоримым остается факт адекватного информационного обеспечения менеджмента для принятия эффективных управленческих решений.

По утверждению М. Чумаченко информационное обеспечение – это система получения, оценки, хранения и переработки данных для принятия управленческих решений [20].

Босак И.П. определяет информационное обеспечение как наличие информации, необходимой для управления экономическими процессами, в базе данных информационных систем [3]. То есть как полезную информацию, содержащуюся в базе данных.

Заслуживает внимания определение Ивановой В., информационного обеспечения как процесса создания и поставки информации, доступа к ней и как информационный источник, который влияет на принятие управленческих решений [8].

По мнению Созинов В.А., информационное обеспечение системы управления организации, как справедливо считает с точки зрения системного подхода, эффективно может быть осуществлено только в рамках информационной системы при этом информационную систему нельзя полностью отождествлять с самой системой управления [15].

Необходимость создания архитектуры информационной системы предприятия предлагает известный украинский экономист М.С. Пушкарь. По его мнению необходимо упорядочить потоки информации, действующие по всем законам и в совокупности рассматриваются как система информации. Система информации представляет собой организованную совокупность данных о внутренних и внешних условиях деятельности предприятия и об их желаемое состояние "[14].

Под информационной системой понимается организационно упорядоченная совокупность массивов документов и информационных технологий, в том числе с внедрением средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы, т.е. процессы сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации [17, с. 329].

По нашему мнению информационная система предприятия включает в самую информацию (что является информационным ресурсом), технологии ее сбора, обработки, хранения, передачи соответствующим пользователям, технические средства и программное обеспечение необходимое для ее функционирования.

Информационная потребность менеджмента всех уровней обозначает состав документированных сообщений, что определяет количество, объем, номенклатуру документов, способы их обработки и численность необходимого персонала.

Поэтому на структуру информационной системы предприятия наибольшее влияние имеет система управления, поскольку ее компоненты являются источниками и/или информационными потоками управленческой информации.

Информационное обеспечение управления промышленным предприятием включает совокупность организационных, правовых, технологических, технических, программных, методологических, методических, психологических и лингвистических элементов. Совокупность обозначенных элементов и их взаимодействие обеспечивают возможность и эффективность функционирования информационной системы.

Согласно Дональду Т. Вински, информационная система представляет собой набор компонентов, которая быстро запоминает и манипулирует огромными массивами необработанных исходных данных, одни из них вполне очевидны, другие – менее ярко выражены, разнообразны и трудно поддаются управлению [15].

К очевидным и контролируемым компонентам этот автор относит:

- аппаратные средства (компьютеры и периферийные устройства),
- программное обеспечение (прикладные системы, операционные системы, технологические процессы),
- сети (локальные и глобальные каналы связи),
- люди (персонал обеспечения и пользователи информационных систем),
- информация (цифровая, текстовая, графическая, голосовая, видео).

Неясными, многообразными, и соответственно, слабо контролируемыми или неконтролируемыми, с позиции управленческого персонала компонентами информационной системы есть:

- время (соотношения времени и гармоничности),
- культура (общие ценности и традиции),
- риски и неопределенность (ориентация и недопущение).

Основными критериями организации информационной системы предприятия является ее предназначения, характер управления ресурсами и отдачи информационных технологий. Как верно отметили О.С., Виханский и А.И. Наумов этапы становления ИС целесообразно рассматривать в двухкоординатной системе: 1) роли ИС в организации; 2) выгода от ее функционирования [5].

Итак, существуют три роли информационной системы на предприятии:

- 1) реагирующая, когда управление пассивно реагирует на специальные требования и постоянную необходимость снижения затрат;
- 2) опережающая, когда управление информационными системами инициирует и направляет проекты, реализуемые для повышения эффективности хозяйственной деятельности;
- 3) координирующая, когда управление ИС играет роль своего рода делового консультанта в вопросах сведения хозяйственных требований и технологии.

Выгоды от информационных технологий, которые могут иметь различные области применения – от общей полезности до создания продуктов и услуг. По диагонали сетки, на которой расположены ресурсы ИС, можно видеть естественный цикл становления службы ИС. Надо иметь в виду следующее обстоятель-

ство: по мере развития научно-технической революции и изменения требований организации кривая становления ИС повторяется снова [5].

Цели информационной системы на конкретном предприятии обозначаются непосредственно его руководством, которое распределяет баланс между реагирующей, опережающей и координирующей ролями. При этом крайне необходимо обеспечить ее гибкость для переключения нацеленности информационной системы в зависимости от обстоятельств.

Дональд Т. Вински определил что необходимость оперативного перестройки руководства информационной системы с одной роли ИС на другую определяется следующими четырьмя факторами: 1) стратегическое видение руководства организации; 2) ориентация руководства на существующую ИС; 3) текущее состояние организации; 4) характер информационной технологии, требуемой организацией [15].

Максимальная информированность руководства при принятии решений, в значительной степени, определяет его эффективность. Поэтому информационная система предприятия представляет собой большой массив информации, требует значительных средств ее обработки. Наличие современных персональных компьютеров и программного обеспечения играет определяющую роль в формировании скорости принятия решения в системе управления.

Зарубежный опыт работы современных организаций показывает использование информационных системы различного назначения, обеспечивающие обработку информации на ПЭВМ и принятие управленческих решений [15].

Таблица 1

**Наиболее известные и используемые организациями информационные системы**

<b>Информационные системы</b>	<b>Назначение</b>
Корпоративные информационные системы	Обеспечение принятия управленческих решений как по вертикали, так и по горизонтали (все направления деятельности и технологические операции)
Системы оперативного управления и учета	Обеспечение оперативного управления и учета по типам ресурсов и объектам: - бухгалтерский учет (финансы); - бюджетирование; - торговые операции (продукция, расчеты с контрагентами); - складской учет (материалы, запасы и готовая продукция); - кадровый учет (персонал); - управление документами (информационные ресурсы); - управление проектами (инновационная деятельность); - управление производством (технологические процессы).
Аналитические информационные системы	Обеспечение стратегического уровня управления. Подготовка аналитической информации и отчетности, поддержка принятия решений. Выделяются две группы таких продуктов (программных): - интегрированные системы, выполняющие обработку и анализ больших объемов информации, содержащихся в базах данных корпоративной информационной системы; - тиражируемые аналитические системы

Источник: [15].

В традиционно бухгалтерском учете, как обозначает А.Д. Шеремет, понятие «информационная система» эквивалентно понятию «форма бухгалтерского учета», под которым разумеют строение учетных регистров и их взаимосвязь, а также последовательность и способы учетной регистрации [17]. Мы с этим категорически не согласны, поскольку учетная информация является лишь частью информационной системы предприятия.

Однако, как отметила Яругова А., готовится информация для решения оперативных, тактических и стратегических задач, а потому синхронно с развитием хозяйственной деятельности бухгалтерский учет все больше сочетается с информационной системой управления [22, с.19].

В теории бухгалтерского учета не существует единства относительно трактовки хозяйственного учета и четкости определения его видов. Одни ученые выделяют оперативный учет, статистический учет и бухгалтерский учет как составные элементы хозяйственного [16, 23]. Другие, в частности И.Д. Фаринон и Т.М. Писаренко, отмечают, что современная система учета охватывает производственный, управленческий, финансовый, налоговый, статистический подде [18].

Достаточное отличие в методологии учета расходов, доходов и определения финансовых результатов по бухгалтерским и налоговым нормативными документами способствовали возникновению налогового учета. Однако мы считаем, что дальнейшее сближение и, наверное, нивелирование различий сможет упростить ведение налогового учета и составления отчетности, что позволит рассматривать его как элемент финансового учета в части расчетов по налогам, сборам и платежам.

Заслуживает внимания мнение В.А. Ластовецкий: «С уходом от централизованного управления отпала необходимость всего того огромного объема централизованной плановой и отчетной информации, характеризовали как оперативный и статистический учет» [11, с. 7]. То есть автор не выделяет эти два вида учета как самостоятельные элементы хозяйственного, а как существование самой оперативной и статистической

отчетности для соответствующих пользователей. Хозяйственный учет, по мнению ученого, включает в себя первичный производственно-коммерческий (внутрихозяйственный) учет и отчетность, информация которого используется для оперативного управления, и выступает исходной базой для бухгалтерского учета и отчетности, и бухгалтерский учет и отчетность в соответствии, что регламентируется на законодательном уровне и ведется преимущественно для внешних пользователей.

Чумаченко Н.Г. также говорит, что управленческим учетом эта экономическая система называется по традиции, поскольку она включает в себя действия, выходящие за рамки собственно учета "[21, с.2].

Зарубежные ученые считают, что учет должен обеспечивать выполнение следующих функций: составление периодической отчетности внутренней отчетности для управленческих решений, составления нерегулярных (Специальных) отчетов для управления и составления внешней отчетности для инвесторов, органов власти и других [19].

Формирование такой отчетности требует использования различного рода учетной инструментария. Обычно учетная система зарубежных компаний организуется в формах финансового, управленческого и производственного учета.

Управленческий учет – это система сбора и группировки финансовой и нефинансовой информации, на основе которой менеджеры принимают решения для достижения целей организации [19, с.27]. Информация, генерируемая в системе указанного учета используется исключительно в пределах фирмы.

Финансовый учет должен обеспечивать информацией соответственно внешних пользователей, при строго утвержденных учетных стандартов и учетной политики, с отображением ее на счетах хозяйственных операций.

Производственный учет (иначе учет затрат) представляет данные как для управленческого, так и для финансового учета, в процессе которого происходит сбор, измерение и группировка финансовой и нефинансовой информации, касающихся затрат на приобретение та использования ресурсов организации [19, с. 28].

Финансовый учет в отличие от управленческого учета достаточно регламентируемым на нормативно-правовом уровне. Поэтому в его организации не возникает значительных трудностей. Внедрение управленческого (внутрихозяйственного) учета является прерогативой самого предприятия. Задача внедрения учетной системы на промышленных предприятиях реализуется тремя способами: 1) отделено функционирования финансового и управленческого учетов; 2) переплетена система, когда взаимосвязь учетных систем обеспечивается применением контрольных счетов; 3) интегрированная система. Решение об использовании того или иного подхода, или самого приложения управленческого учета решается самим руководством предприятия исходя из конкретных условий деятельности.

Однако подавляющее большинство ученых предпочитает именно интегрированной системе учета, ссылаясь при этом на ее широкое применение на промышленных предприятиях США, Канады, Франции и др. Такая система должна обеспечивать полезной, достоверной, оперативной, понятной информацией менеджмент.

Интеграция учета стала возможной с развитием компьютерной техники и программного обеспечения, что позволяло сформировать большую информационную базу и обеспечить управление ею.

Само понятие «интегрированная система информации» трактуется неоднозначно. Так, М.Т. Белуха рассматривает ее как систему экономической информации сложившуюся в системе хозяйственного учета [2, с.3]. М. Барановский и Е. Барановский – как совершенствование плановой и регулирующей информации с последующим анализом и унификацией бухгалтерских, статистических и оперативных данных [1, с. 122].

Г. Кирейцев определяет основные направления интеграции бухгалтерского учета, а именно: интеграция бухгалтерского, оперативно-технического, статистического учета; организационно-методическая интеграция на основе создания единой экономической службы и интеграция образования, науки и практики бухгалтерского учета [10, с. 76–77].

Вопрос создания интегрированной системы учета на конкретном предприятии необходимо учитывать конкретные условия работы самого предприятия, кадровый потенциал и финансовые возможности.

В Украине интеграция учета затрат швейного производства в системе финансового учета предполагает их отражение на счете 23 «Производство», а в управленческом учете позволяет их детализировать в разрезе видов продукции, групп однородных видов продукции, полуфабрикатов, структурных подразделений, центров затрат и мест их возникновения, на аналитических счетах. Степень детализации учета затрат определяется информационными потребностями менеджмента.

Такая учетная информационная система должна строиться на определенной системе принципов. Вопрос принципов финансового и управленческого учета широко раскрыты в работах ведущих ученых [9, 10]. Т.П. Карпова выделяет следующие принципы: непрерывности деятельности, периодичности, полного освещения, исторической себестоимости, начисления и соответствия доходов и расходов, единство планово-учетных единиц измерения, приемности и многократного использования учетно-аналитической информации в управлении, бюджетного метода управления затратами и прибылью, системности коммуникационных связей внутри организации, оценка результатов деятельности структурных подразделений, ответственности, целесообразности, достоверности [9, с. 33–39].

К принципам управленческого учета Л.В. Нападковская относит принципы: методологической независимости, результативности, многовариантности, выборочного исследования, ответственности, ориентации учета на достижение стратегических целей предприятия, комплексности, целесообразности [12, с. 7-8].

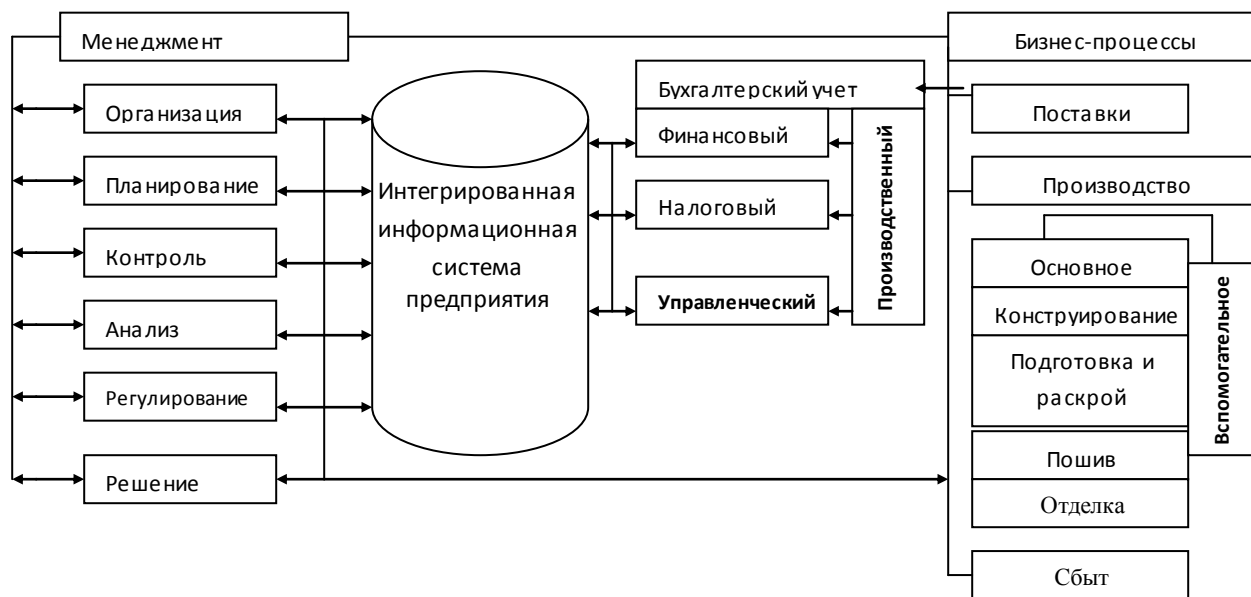
Отличие единства относительно количества принципов и их содержания обусловлено самостоятельностью формирования требований к учетной системе. По нашему мнению, к уже названным принципам следует добавить еще принципы консерватизма, единого денежного измерителя, превалирование сущности над формой и автономности, которые являются обязательными для соблюдения согласно требованиям Закона Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» [7].

К затратам, как важному источнику увеличения прибыльности деятельности, предприятия, уделяется значительное внимание менеджмента. Существует даже понятие «управление затратами». К сожалению нет точного определения этой категории. По нашему мнению, управление затратами можно считать комплекс мероприятий, связанных с планированием, контролем и анализом затрат для достижения поставленных целей (содержание затрат на плановом уровне, снижению и т.д.). Причем управление затратами швейного производства можно рассматривать как часть общего управления предприятием.

Создание и эффективное функционирование информационной системы на швейном, по нашему мнению, предприятию возможно при условии:

- четкой координации действий управленческих подсистем,
- единства показателей и измерителей экономической информации,
- высокой квалифицированности персонале предприятия, создает, использует и обслуживает систему,
- наличие организационного, технического и программного обеспечения рабочих мест персонала,
- обеспечение авторизации и уровня доступа и внесении изменений в информацию,
- постоянного совершенствования существующей системы.

Реализация основных управленческих функций и их взаимодействие в интегрированной информационной системе швейного предприятия нами предложено на рис.1. Отделение соответствующих структурных подразделений и делегирование им полномочий и задач определяется экономической целесообразностью.



**Рис. 1.** Место интегрированной информационной системы в управлении швейным предприятием

Эффективное управление затратами швейного предприятия на сегодня невозможно без применения нормативного учета затрат. Система такого учета должна в полной мере обеспечивать оперативной и достоверной информацией, для планирования, контроля и анализа, независимо от того, где она сформирована – в обособленных учетных (финансового учета, внутрихозяйственного) или интегрированных (управленческого учета, контроллинга) системах.

Основой создания и надлежащего функционирования системы является обеспечение нормативно-справочной, плановой, учетной, контрольной, аналитической информацией. Из-за большой материалоемкости производства, на швейных предприятиях должное внимание следует обратить на формирование справочников-классификаторов тканей, вспомогательных материалов, фурнитуры. Рационально созданы справочники материалов позволяют оптимизировать их учет. Конструкторский отдел предприятия должен разрабатывать нормативы и определять нормы затрат на изготовление продукции. Такие нормы должны лечь в

основу нормативных калькуляций и быть доступными соответствующим пользователям. При наличии значительных отклонений нормативы должны пересматриваться и вводиться новые, более прогрессивные.

Для обеспечения надлежащего контроля за затратами и аналитичности информации на швейных предприятиях предлагается внедрение центров ответственности. Причем, рекомендуем разработать классификатор отклонений в разрезе причин и виновников. Отклонения могут фиксироваться в отдельных первичных документах (лимитно-заборная карта, рапорт, акт). Для информативности оперативного управления целесообразно отображать данные в разрезе центров затрат, причин и виновников.

Информационная база управления затратами была бы не полной без надлежащей плановой, учетной, контрольной и аналитической информации. Такая информация, независимо от того, где он находится на бумаге или магнитных дисках, должна обеспечивать максимальную аналитичность. Внедрение, разработка, стандартизация, унификация носителей первичной, учетной, отчетной информации является важным элементом построения нормативного учета затрат.

Создание надлежащего документооборота и обеспечения оперативности получения информации способствует созданию графиков документооборота при неполной автоматизации учетных процессов, или авторизованного доступа ввода и обработки оперативной информации и формирования производственной отчетности.

Состав и структура управленческой отчетности глубина детализации и разрезы затрат зависит от информационных потребностей менеджмента и экономичности ее составления. Обычно используются сменные производственные отчеты, балансы материалов, аналитические справки, акты проверки контроля качества другие. Планово-аналитическая документация включает планы (сметы, бюджеты) расходов центров ответственности, плановые и нормативные калькуляции в разрезе видов продукции.

Достоверность внутреннего использования обеспечивается надлежащей системой контроля. Исследование области показали, что контрольная функция на швейных предприятиях реализуется неодинаково. Одни предприятия распределяют их между уже существующими подразделениями (бухгалтерией, отделом технического контроля, экономическим отделом и другими), обеспечивая точность данных частыми инвентаризациями, другие – создают независимые должности контролеров или подразделения экономического контроля. Выделение подразделений диктуется масштабом предприятия, объемами деятельности и финансовыми возможностями. Так, система внутреннего контроля организуется в формах ревизий, внутренних аудитов, тематических проверок, инспекций, служебных расследований, экспертиз, с соответствующими особенностями в организации и методике проводимых мероприятий.

Независимо от форм реализации, действенность контроля на швейных предприятиях обеспечивается, по нашему мнению, соблюдением следующих требований:

- организация контроля должна соответствовать местам возникновения затрат и центрам ответственности предприятия;
- максимальное приближение контроля к объекту (затрат) на основе делегирования ответственности работникам предприятия;
- координация и взаимодействие службы контроля с другими структурными управленческими подразделениями.

**Выводы.** Подсистема управления затратами занимает значительное место в управлении промышленным предприятием в условиях глобализации. Функционирование интегрированной информационной системы на швейных предприятиях позволит своевременно получать достоверную, сравнительную, аналитическую, понятную информацию о его деятельности для принятия эффективных управленческих решений и, соответственно, обеспечит достижение цели его деятельности.

#### Список использованных источников

1. Барановский, Н. Система экономической информации в сельском хозяйстве : учеб. пособие / Н. Барановский, Е. Барановский . – М : Статистика, 1974. – 207 с.
2. Белуха, Н. Теоретические и методологические основы электронного учета хозяйственной деятельности / Н. Белуха, Т. Никитенко // Бухгалтерский учет и аудит. – 2004. – № 12. – С. 15–24.
3. Босак, И. П. Информационное обеспечение управления предприятием: экономический аспект / И. П. Босак, Е. М. Палыга // Региональная экономика. – 2007. – № 4. – С. 193–195.
4. Виноградский, М.Д. Менеджмент в организации : учеб. пособие для студентов экон. спец. вузов / М. Д. Виноградский, А. М. Виноградская, А. Н. Шканова – М. : «КОНДОР», 2004. – 598 с.
5. Виханский, О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 2-е изд. – М. : Высш. шк., 1996. – 416 с.
6. Волкодавова, Е. В. Теоретические основы управления затратами на промышленных предприятиях в современных условиях хозяйственности / Е. В. Волкодавова, А. В. Егорова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2011. – С. 12.
7. Закон Украины "Обухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" от 16.07.1999г. № 996-XV (с изменениями и дополнениями) – [Электронный ресурс] – Режим доступа -

8. Иванова В. О формировании информационного обеспечения развития экономики Украины / В. Иванова // Экономист. – 2008. – № 4. – с. 61-63.
9. Карпова Т.П. Управленческий учет: [ученик для вузов] / Т.П. Карпова. – [второе изд. перераб. И доп.]. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 351 С.
10. Кирейцев Г. Финансы предприятий: Учебное пособие / Ред. Г.Г. Кирейцев. – втор. изд. Перераб и доп М.: ЦУЛ, 2002.- 352 с.
11. Ластовецкий В.А. Производственно-коммерческий учет и внутрихозяйственная (управленческая) отчетность по центрам затрат и ответственности / В.А. Ластовецкий. Научно-практическое пособие. – Черновцы, 2003. – 155 с.
12. Нападковская Л.В. Управленческий учет: [монографии] / Л.В. Нападковская. – Днепропетровск: Наука и образование 200 – 450С.
13. Портная О.В. Контроллинг / О.В. Портная: Учебное пособие. – Львов: "Магнолия 2006" 2008 – 240.
14. Пушкарь М.С. Тенденции и закономерности развития бухгалтерского учета в Украине / М.С. Пушкарь (теоретико-методологические аспекты): Монография. – Тернополь: Экономическая мысль, 1999. – 422с.
15. Созинов В.А. Исследование систем управления – [Электронный ресурс] – Режим доступа -[http://abc.vvsu.ru/Books/issled\\_sist\\_upr/page0001.asp](http://abc.vvsu.ru/Books/issled_sist_upr/page0001.asp). – Дата доступа: 10.03.2015.
16. Теория бухгалтерского учета – [Электронный ресурс] – Режим доступа -<http://library.if.ua/book/49/3582.html> – Дата доступа: 07.03.2015.
17. Управленческий учет: учебник / А. Д. Шеремет, О. Е. Николаева, С. И. Поякова / под ред. А. Д. Шеремет. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФБК ПРЕСС, 2005. – 344 с.
18. Фарион И.Д., Писаренко Т.М. Управленческий учет [текст]: учеб. / [И.Д. Фарион, Т.М. Писаренко]. – К.: Центр учебной литературы, 2012. – 792 с.
19. Хоргрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет / Ч. Хоргрен, Дж. Фостер, Ш. Датар, десятого изд. / СПб.: Питер, 2005. – 1008 с.: ил. – (Серия "Бизнес-класс").
20. Чумаченко Н.Г. Экономический анализ. Учебное пособие / Чумаченко Н.Г. – Киев: КНЭУ, 2001. – 540 с.
21. Чумаченко Н.Г. Развитие управленческого учета // Бухгалтерский учет и аудит. -1998. – № 10. – С.2-9.
22. Яругова А. Управленческий учёт: опыт экономически развитых стран: Петр. с польск. / Предисловие Я.В.Соколова. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 240 С.
23. "Дебет-кредит" виды хозяйственного учета. [Электронный ресурс] – Режим доступа – <http://dtk.com.ua/school/ukr/2003/01-02/01sc1.html> – Дата доступа: 10.03.2015.

## **ВЕРТИКАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ: НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**В.О. Зарецкий,**

канд. экон. наук,

*Учреждение образования*

*«Белорусский государственный экономический университет»,*

*г. Минск*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время в Республике Беларусь происходит не только гармонизация бухгалтерского учета с Международными стандартами финансовой отчетности, но и адаптация методик анализа, разработанных во времена Советского Союза для планово-административной экономики, с методиками анализа хозяйственной деятельности, используемые в странах с развитой рыночной экономикой. При этом очень часто заимствование последних в отечественную систему анализа не всегда является обоснованным, так как они не лишены методологических недостатков, что сказывается на последующих управленческих решениях. В данной статье будет описана методика вертикального анализа финансовых результатов, которая представлена в трудах отечественных авторов и из стран с развитой рыночной экономикой, отмечены ее недостатки и предложен авторский подход.

В Республике Беларусь согласно Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. № 140/260 [9], рекомендовано проводить при анализе финансового состояния субъектов хозяйствования вертикальный анализ показателей, отраженных только в балансе. Так, при данном анализе определяются удельные веса показателей статей баланса в итоге баланса, а далее рассчитывается их динамика. Вертикальный анализ финансовых результатов по Отчету о прибылях и убытках не проводится, хотя международная практика анализа финансового состояния свидетельствует об обратном ([3], с. 188; [8], с. 369–371; [10], с. 181–182). Однако в данном случае отсутствие в нормативных правовых актах Республики Беларусь методики вертикального анализа, которая описана в специальной литературе и применяется в учетно-аналитической практике организаций развитых стран, не считаем отрицательным моментом. Связано это с тем, что при расчете процентной доли показателей, отраженных в Отчете о при-



былях и убытках, в качестве общего показателя используются доходы от продаж (в Республике Беларусь – выручка от реализации продукции, работ, услуг). Считаем, что многие величины, полученные в результате такого расчета, носят схоластический характер. Ведь ряд показателей, отраженных в Отчете о прибылях и убытках, к показателю выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг не имеют никакого отношения. Например, «Доходы (Расходы) по инвестиционной деятельности», «Доходы (Расходы) по финансовой деятельности», «Налог на прибыль», «Отложенные налоговые активы», «Отложенные налоговые обязательства» и др. Они не зависят никоим образом от выручки и не являются ее составными элементами. Как видим, проводимый в развитых странах вертикальный анализ Отчета о прибылях и убытках обладает методологическим изъяном, который следует учитывать и избегать при внедрении зарубежных методик в аналитическую практику Республики Беларусь.

Анализ трудов российских авторов показал, что часть из них ([4], с. 163–166; [7], с. 98–99) являются приверженцами выше описанной методики вертикального анализа финансовых результатов; другая же часть предлагает собственную методику данного анализа. В частности, А.Д. Шеремет предлагает анализировать структуру финансовых результатов с помощью нахождения удельных весов налога на прибыль и чистой прибыли в прибыли до налогообложения. В итоге, именно последний показатель является обобщающим. На наш взгляд, такая методика объективна и лишена выше обозначенных изъянов, однако она очень ограничена. Например, тот же показатель прибыли до налогообложения можно применить в качестве обобщающего при анализе его структуры по источникам образования. Т.е. за счет каких финансовых результатов произошло формирование прибыли до налогообложения. В свою очередь, В.В. Ковалев предлагает несколько иной подход при проведении вертикального анализа финансовых результатов ([6], с. 567–569). Этот автор рекомендует рассчитывать следующие показатели:

- удельный вес общих расходов в общих доходах;
- удельный вес выручки в общих доходах;
- удельный вес затрат на производство и сбыт продукции в выручке от продаж;
- удельный вес прибыли от продаж в выручке от продаж;
- удельный вес доходов (расходов) по операциям финансового характера в общих доходах (расходах);
- удельный вес прочих доходов (прочих расходов) в общих доходах (расходах);
- удельный вес прибыли до налогообложения в общих доходах;
- удельный вес налога на прибыль в прибыли до налогообложения;
- удельный вес чистой прибыли в общих доходах.

Безусловно, данный подход значительно расширяет возможности аналитика в части исследования структуры финансовых результатов. Однако и эта методика обладает недостатками. Во-первых, она не позволяет комплексно проанализировать структуру всех финансовых результатов. Во-вторых, автор, давая экономическую интерпретацию выше перечисленным показателям, не уточняет, почему только они должны рассчитываться при проведении вертикального анализа финансовых результатов.

В трудах отечественных авторов ([1], с. 119–121; [2], с. 170–172; [11], с. 259–260) в качестве обобщающего показателя при проведении вертикального анализа рекомендуется использовать показатель прибыли до налогообложения. При этом, если Л.Л. Ермолович и Г.В. Савицкая предлагает анализировать структуру прибыли до налогообложения как с позиции источников ее образования, так и дальнейшего распределения на налоги из прибыли и чистую прибыль, то Л.А. Богдановская рекомендует анализировать структуру данного показателя только по источникам образования. Соглашаясь с таким подходом, тем не менее отметим, что методические возможности вертикального анализа гораздо шире. Поэтому предлагаем авторскую методику, которая синтезирует достижения зарубежных и отечественных авторов в области вертикального анализа финансовых результатов, а также учитывает сложившуюся в настоящий момент времени методику формирования показателей финансовых результатов в Отчете о прибылях и убытках.

Согласно предложенной методике вертикальный анализ финансовых результатов по Отчету о прибылях и убытках должен проводиться по следующему алгоритму:

1) **анализ структуры доходов и расходов коммерческой организации**, при котором находится удельный вес каждого вида доходов (расходов) в общей их сумме. Данный анализ позволяет понять, какие именно доходы в большей степени зарабатывает организация, а также какие именно расходы в большей степени несет субъект хозяйствования при осуществлении своей деятельности, и как они могли оказать влияние на увеличение или снижение финансовых результатов. В таблицах 1–2 представлены результаты расчета, из которых видно, что основной доход организация получает от осуществления основного вида деятельности, так как удельный вес выручки в общей величине доходов составляет в отчетном периоде 75,55 %, что выше планового значения на 2,63 п.п. и значения за аналогичный период прошлого года на 14.1 п.п. Похожая ситуация наблюдается с расходами организации. Так, сумма удельных весов себестоимости реализованной продукции, управленческих расходов и расходов на реализацию в общих расходах в отчетном периоде составила 57,63 %, что больше планового значения на 1,53 п.п., но меньше значения за аналогичный период прошлого года на 1 п.п.;

Таблица 1

## Анализ структуры доходов коммерческой организации

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	удельный вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг	72 146	61,45	229 282	75,55	14,10
2. Прочие доходы по текущей деятельности	45 042	38,36	73 187	24,12	-14,25
3. Доходы по инвестиционной деятельности	18	0,02	1 008	0,33	0,32
В том числе:					
<i>доходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов</i>	18	0,02	875	0,29	0,27
<i>доходы от участия в уставном капитале других организаций</i>	–	–	–	–	–
<i>проценты к получению</i>	–	–	133	0,04	0,04
<i>прочие доходы по инвестиционной деятельности</i>	–	–	–	–	–
4. Доходы по финансовой деятельности	202	0,17	–	–	-0,17
В том числе:					
<i>курсовые разницы от пересчета активов и обязательств</i>	202	0,17	–	–	-0,17
<i>прочие доходы по финансовой деятельности</i>	–	–	–	–	–
<b>5. Общие доходы (стр. 1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4)</b>	<b>117 408</b>	<b>100,00</b>	<b>303 477</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>

Таблица 2

## Анализ структуры расходов коммерческой организации

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
1. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	67 257	57,73	143297	47,31	-10,42
2. Управленческие расходы	–	–	29166	9,63	9,63
3. Расходы на реализацию	1 054	0,90	2100	0,69	-0,21
4. Прочие расходы по текущей деятельности	37 021	31,78	74378	24,56	-7,22
5. Расходы по инвестиционной деятельности	–	–	3	0,00	0,00
В том числе:					
<i>расходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов</i>	–	–	7	0,00	0,00
<i>прочие расходы по инвестиционной деятельности</i>	–	–	123	0,04	0,04
6. Расходы по финансовой деятельности	11 175	9,59	53802	17,76	8,17
В том числе:					
<i>проценты к уплате</i>	–	–	5863	1,94	1,94
<i>курсовые разницы от пересчета активов и обязательств</i>	11 175	9,59	47939	15,83	6,24
<i>прочие расходы по финансовой деятельности</i>	–	–	–	–	–
<b>7. Общие расходы (стр. 1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4 + стр. 5 + стр. 6)</b>	<b>116 507</b>	<b>100,00</b>	<b>302 873</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>

2) анализ удельного веса в выручке (нетто) от реализации продукции: себестоимости реализованной продукции; валовой прибыли; управленческих расходов; расходов на реализацию; прибыли (убытка) от реализации. Этот анализ позволяет оценить степень эффективности использования имеющихся в распоряжении организации активов для целей производства и реализации продукции, работ, услуг. Так, чем больше удельный вес в выручке прибыли от реализации, тем эффективнее функционирует субъект хозяйствования. Данный анализ подобен вертикальному анализу, который рекомендуется проводить многими зарубежными авторами. Сходство заключается в том, что в качестве обобщающего показателя используется выручка, а отличительной особенностью является набор показателей, удельный вес которых определяется. Эти показатели имеют непосредственное отношение к выручке, так как представляют собой расходы, ей соответствующие, а также итоговый финансовый результат, определяемый как разность между выручкой и данными расходами (с расчетом промежуточного показателя – валовой прибыли). В таблице 3

проведен данный анализ, который свидетельствует об улучшении эффективности использования имеющихся в распоряжении организации активов для целей производства и реализации продукции, работ, услуг, так как удельный вес прибыли от реализации в отчетном периоде увеличился как по сравнению с плановым значением, так и значением соответствующего периода прошлого года;

3) **анализ структуры валовой прибыли путем расчета удельного веса в валовой прибыли: управленческих расходов; расходов на реализацию; прибыли (убытка) от реализации.** Это от анализ является продолжением анализа, изложенного в предыдущем пункте, и он позволяет оценить эффективность осуществления основного вида деятельности. Для этого должен быть зафиксирован больший удельный вес в валовой прибыли величины прибыли от реализации по сравнению с удельными весами управленческих расходов и расходов на реализацию. В таблице 4 представлен анализ структуры валовой прибыли, согласно которому можно сделать вывод, что эффективность осуществления основного вида деятельности снижается, так как удельный вес прибыли от реализации в валовой прибыли снизился как по сравнению с планом, так и значением прошлого года. Однако в организации, учитывая положительное значение удельного веса прибыли от реализации в валовой прибыли, достаточно средств для покрытия управленческих расходов и расходов на реализацию;

4) **анализ структуры прибыли (убытка) от текущей деятельности путем расчета удельного веса в прибыли (убытка) от текущей деятельности: прибыли (убытка) от реализации продукции, работ, услуг и разности прочих доходов и расходов от текущей деятельности.** При проведении этого анализа выявляют тенденцию осуществления текущей деятельности: чем больше удельный вес прибыли от реализации в прибыли от текущей деятельности, следовательно, организация основной финансовый результат при ведении текущей деятельности получает от уставного вида деятельности, а не путем реализации прочих краткосрочных активов, получения штрафов от контрагентов и т.д.

Таблица 3

**Анализ удельного веса в выручке (нетто) от реализации продукции, товаров, работ, услуг: себестоимости реализованной продукции, товаров, работ, услуг; валовой прибыли; управленческих расходов и расходов на реализацию; прибыли (убытка) от реализации продукции, товаров, работ, услуг**

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг</b>	<b>72 146</b>	<b>100,00</b>	<b>229 282</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	67 257	93,22	143 297	62,50	-30,72
3. Валовая прибыль	4 889	6,78	85 985	37,50	30,72
4. Управленческие расходы	–	–	29 166	12,72	12,72
5. Расходы на реализацию	1 054	1,46	2 100	0,92	-0,55
6. Прибыль (убыток) от реализации товаров, продукции, работ, услуг	3 835	5,32	54 719	23,87	18,55

Таблица 4

**Анализ структуры валовой прибыли**

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Валовая прибыль</b>	<b>4 889</b>	<b>100,00</b>	<b>85 985</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Управленческие расходы	–	–	29 166	33,92	33,92
3. Расходы на реализацию	1 054	21,56	2 100	2,44	-19,12
4. Прибыль (убыток) от реализации товаров, продукции, работ, услуг	3 835	78,44	54 719	63,64	-14,80

В таблице 5 представлен анализ структуры прибыли (убытка) от текущей деятельности, согласно которому можно сделать следующее аналитическое заключение. В отчетном периоде прибыль от текущей деятельности была практически полностью сформирована за счет прибыли от реализации. Более того, ее удельный вес в прибыли от текущей деятельности оказался выше 100 %, так как в отчетном периоде был зафиксирован отрицательный результат от осуществления прочей текущей деятельности, что является негативным моментом;

## Анализ структуры прибыли (убытка) от текущей деятельности

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Прибыль (убыток) от текущей деятельности</b>	<b>11 856</b>	<b>100,00</b>	<b>53 528</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	3 835	32,35	54 719	102,23	69,88
3. Результат от прочих доходов и расходов по текущей деятельности	8 021	67,65	-1 191	-2,23	-69,88

## 5) анализ структуры прибыли (убытка) до налогообложения (общей прибыли):

- по источникам ее образования;
- формируемой для дальнейшего распределения;
- по направлениям ее распределения.

Необходимость проведения анализа структуры общей прибыли по трем направлениям обусловлено множественной характеристикой данного вида финансовых результатов.

Сначала общая прибыль формируется путем суммирования всех видов финансовых результатов, которые получает организация. В связи с этим пользователям отчетных данных в лице руководства, собственников, кредиторов, потенциальных инвесторов и др. важно знать, от каких видов деятельности организация получает наибольшую прибыль, или терпит наибольший убыток, а также каковы перспективы в будущем сохранить сложившуюся тенденцию. В таблице 6 проведен анализ структуры общей прибыли по источникам ее образования. Как видно из данной таблицы, наибольший удельный вес в формировании общей прибыли в отчетном периоде зафиксирован у убытка от финансовой деятельности – 8 907,61 %. Положительным моментом является то, что в отчетном периоде был зафиксирован существенный рост удельного веса прибыли от текущей деятельности в общей прибыли как по сравнению с планом, так и значением прошлого года.

Таблица 6

## Анализ структуры прибыли (убытка) до налогообложения по источникам ее образования

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	<b>901</b>	<b>100,00</b>	<b>604</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Прибыль (убыток) от текущей деятельности	11 856	1 315,87	53 528	8 862,25	7 546,38
в том числе:					
2.1. прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	3 835	425,64	54 719	9 059,44	8 633,80
2.2. результат от прочих доходов и расходов по текущей деятельности	8 021	890,23	-1 191	-197,19	-1 087,42
3. Прибыль (убыток) от инвестиционной деятельности	18	2,00	878	145,36	143,36
4. Прибыль (убыток) от финансовой деятельности	-10 973	-1 217,87	-53 802	-8 907,61	-7 689,74

После формирования величины общей прибыли она корректируется на показатели изменений отложенных налоговых активов и обязательств для дальнейшего распределения. На рисунке 1 показано, каким образом в настоящее время на счете 99 «Прибыли и убыток» происходит формирование информации об итоговых финансовых результатах. Как видно из данного рисунка, начисление отложенного налогового актива отражается по кредиту счета 99 «Прибыли и убыток», а списание – по дебету, следовательно, если в отчетном периоде будет больше начислено данного вида актива, чем списано, то общая прибыль будет увеличена. И, наоборот, превышение списания отложенного налогового актива над его начисленной величиной приводит к уменьшению общей прибыли.

Подобная ситуация наблюдается с отложенным налоговым обязательством. С той лишь разницей, что его начисление отражается по дебету счета 99 «Прибыли и убыток», а списание – по кредиту. В итоге, если списанная величина отложенного налогового обязательства превышает ее начисленную величину, то общая прибыль увеличивается. В связи с этим, важно проанализировать удельные веса изменений отложенных налоговых активов и обязательств, которые демонстрируют различия между бухгалтерской и налоговой оценкой доходов и расходов.

В таблице 7 проведен анализ структуры общей прибыли, подлежащей распределению. В связи с тем, что в организации за прошлый и отчетный периоды не было сформировано отложенных налоговых активов и обязательств, то величина прибыли (убытка) до налогообложения полностью совпадает с прибылью (убытком) до налогообложения, подлежащей дальнейшему распределению.

Таблица 7

Анализ структуры прибыли (убытка) до налогообложения, подлежащей дальнейшему распределению

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
1. Прибыль (убыток) до налогообложения	901	100,00	604	100,00	0,00
2. Изменение отложенных налоговых активов	–	–	–	–	–
3. Изменение отложенных налоговых обязательств	–	–	–	–	–
<b>4. Прибыль (убыток) до налогообложения, подлежащая распределению (стр. 1 + стр. 2 + стр. 3)</b>	<b>901</b>	<b>100,00</b>	<b>604</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>

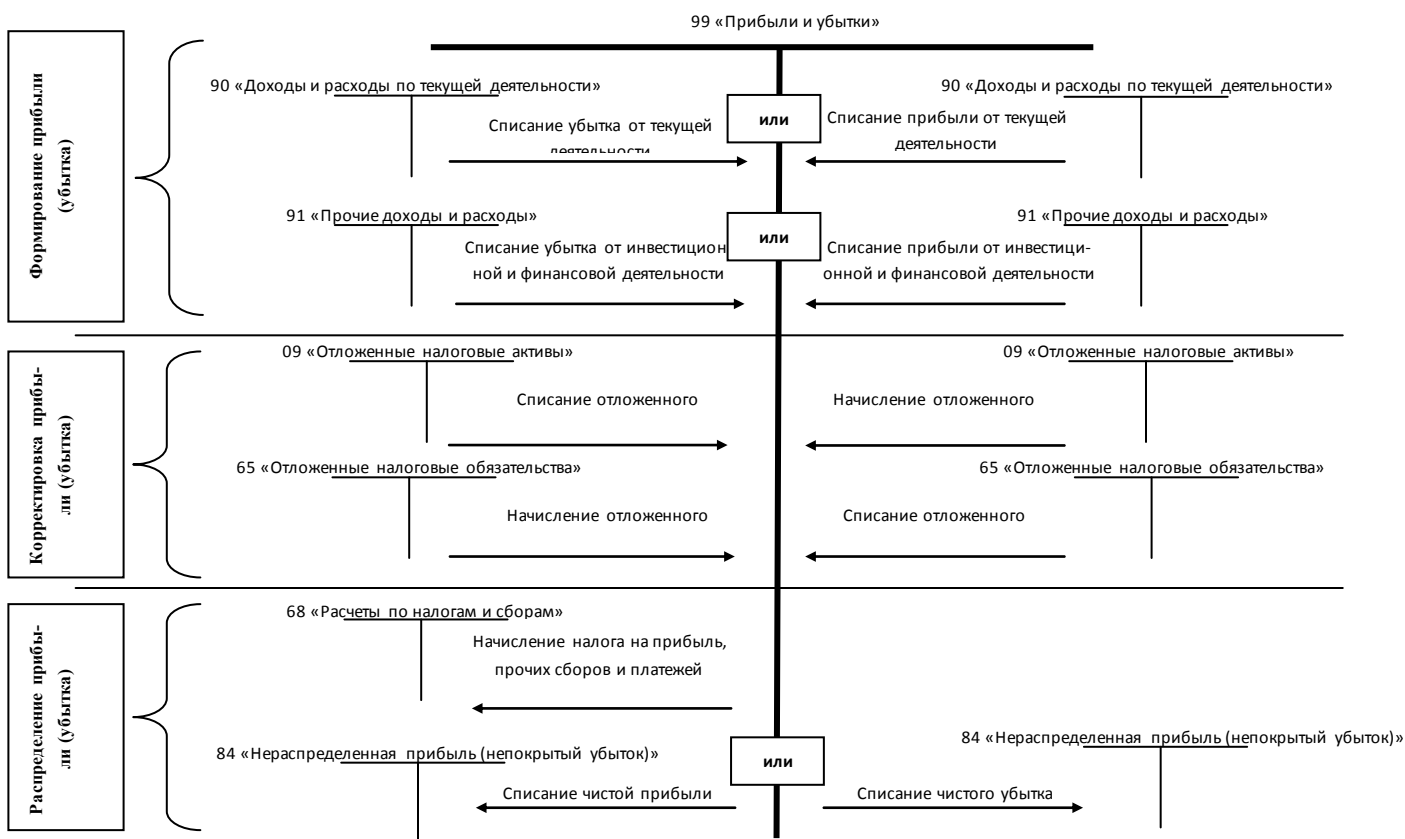


Рис. 1. Порядок формирования, корректировки и распределения прибыли (убытка) до налогообложения

После проведения данного анализа приступают к третьему направлению вертикального анализа общей прибыли, а именно анализируется структура общей прибыли по направлениям ее распределения. Эта прибыль согласно действующему законодательству распределяется по двум направлениям:

- часть прибыли перечисляется в бюджет в виде налога на прибыль, сборов и платежей;
- оставшаяся прибыль является чистой прибылью (убытком) организации, которая присоединяется в конце года к нераспределенной прибыли (непокрытому убытку).

В таблице 8 представлен анализ структуры общей прибыли по направлениям ее распределения. Как видно из данной таблицы, удельный вес чистой прибыли в отчетном периоде по сравнению с планом и значением за соответствующий период прошлого год значительно снизился. Одновременно в отчетном периоде вырос удельный вес налога на прибыль;

## Анализ структуры прибыли (убытка) до налогообложения по направлениям ее распределения

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Прибыль (убыток) до налогообложения, подлежащая распределению</b>	<b>901</b>	<b>100,00</b>	<b>604</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Налог на прибыль	393	43,62	599	99,17	55,55
3. Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода)	–	–	–	–	–
4. Прочие платежи, исчисляемые из прибыли (дохода)	–	–	–	–	–
5. Чистая прибыль (убыток)	508	56,38	5	0,83	-55,55

б) *анализ структуры совокупной прибыли (убытка) путем расчета удельного веса в совокупной прибыли (убытке): чистой прибыли (убытка); результата от переоценки долгосрочных активов; результата от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток).* Данный анализ является завершающим этапом вертикального анализа финансовых результатов, представленных в Отчете о прибылях и убытках. Результат его проведения позволяет выяснить, за счет каких факторов организация смогла нарастить или наоборот снизить величину собственного капитала: путем осуществления текущей, инвестиционной и финансовой деятельности или за счет иных факторов, которые к выше перечисленным видам деятельности отношения не имеют. Последние обусловлены или макроэкономическими явлениями: переоценкой долгосрочных активов из-за инфляционных процессов в экономике; увеличение размера вклада учредителей в иностранной валюте из-за девальвационных процессов; спроса на акции организации при их реализации на бирже по цене выше номинала и др.; или выявленными ошибками в бухгалтерском учете, относящиеся к прошлым периодам.

В таблице 9 представлены итоги расчетов структуры совокупной прибыли (убытка), которые свидетельствуют о том, что совокупная прибыль в отчетном периоде полностью идентична чистой прибыли, так как результаты переоценки долгосрочных активов и от прочих операций, не включаемых в чистую прибыль (убыток), в анализируемых периодах отсутствовали. В связи с этим, можно заключить, что собственный капитал организации в отчетном анализируемом периоде был увеличен только за счет чистой прибыли, а именно на 5 млн р.

Таблица 9

## Анализ структуры совокупной прибыли (убытка)

Показатель	Предыдущий год		Отчетный год		Изменения, п.п.
	млн р.	уд. вес, %	млн р.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5
<b>1. Совокупная прибыль (убыток)</b>	<b>508</b>	<b>100,00</b>	<b>5</b>	<b>100,00</b>	<b>X</b>
2. Чистая прибыль (убыток)	508	100,00	5	100,00	0,00
3. Результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	–	–	–	–	–
4. Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	–	–	–	–	–

Предложенная методика проведения вертикального анализа финансовых результатов, на наш взгляд, позволит провести объективный и системный анализ структуры всех показателей, отраженных в Отчете о прибылях и убытках, и принимать после его проведения рациональные и объективные управленческие решения.

## Список использованных источников

1. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / В. И. Стражев [и др.]; под общ. ред. В.И. Стражева, Л.А. Богдановской. – Минск : Выш. шк., 2008. – 527 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.]; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Минск : Современ. шк., 2010. – 800 с.
3. Бриггем, Ю. Финансовый менеджмент. Полный курс / Ю. Бриггем, Л. Гапенски; под ред. В. В. Ковалева: пер. с англ. – СПб. : Экономическая школа, 1997. – Т. 2. – 669 с.
4. Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2009. – 350 с.
5. Инструкция о порядке составления бухгалтерской отчетности и признании утратившими силу постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 14 февраля 2008 г. № 19 и отдельного структурного элемента постановления Министерства финансов Республики Беларусь: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь, 31

- окт. 2011, № 111: текст по состоянию на 28 дек. 2014 г. // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
6. Ковалев, В. В. Анализ баланса, или Как понимать баланс / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. – М. : Проспект, 2012. – 784 с.
  7. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / Л. Т. Гиляровская [и др.]. – М. : ТК Велби, Проспект, 2006. – 360 с.
  8. Нидлз, Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл; под ред. Я.В. Соколова: пер. с англ. – 2-е изд., стереотип. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 496 с.
  9. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования : постановление Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь, 27 дек. 2011 г., № 140/260: текст по состоянию на 28 дек. 2014 г. // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014..
  10. Панков, Д. А. Бухгалтерский учет и анализ за рубежом / Д. А. Панков. – М. : Новое знание, 2005. – 251 с.
  11. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.
  12. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учеб. для вузов / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 416 с.

## ДИНАМИКА СТРАХОВОГО РЫНКА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ- СТРАХОВЩИКОВ В РФ

**О.И. Курылева,**  
заведующая кафедрой страхования, финансов и кредита,  
канд. пед. наук, доцент,

**М.В. Огородова,**  
канд. экон. наук,  
доцент кафедры страхования, финансов и кредита,  
*ФГБОУ ВО НГПУ им. К. Минина, Нижний Новгород*

По данным известного российского страхового портала «Страхование сегодня» страховой рынок РФ и Нижегородской области в том числе не смотря на не слишком благоприятную экономическую обстановку в 2014 году продолжал расти (таблица 1). Так без учета ОМС по Нижегородской области за 2014 год страховой рынок вырос на 6,39 % по отношению к 2013 году, выплаты увеличились на 9,94 %.

*Таблица 1*

**Динамика сборов и выплат (без ОМС) по Нижегородской области (РФ)\***

Год	Поступления		Выплаты	
	Поступления (тыс. руб)	% от показателя предыдущего года	Выплаты (тыс. руб)	% от показателя предыдущего года
2014	15 024 508	106.39	8 187 162	109.94
2013	14 121 611	108.76	7 447 250	114.90
2012	12 984 459	122.78	6 481 681	114.41
2011	10 575 020	116.74	5 665 173	104.03
2010	9 058 920	107.47	5 445 624	100.04
2009	8 429 609	83.86	5 443 571	109.86
2008	10 052 263	138.28	4 954 903	136.46
2007	7 269 656	116.40	3 631 066	129.61
2006	6 245 559	139.23	2 801 470	139.15
2005	4 485 674	113.46	2 013 329	109.98
2004	3 953 466	0.00	1 830 697	0.00

\* по данным страхового портала «Страхование сегодня» <http://www.insur-info.ru/>

К тому же за последние годы на финансовом рынке резко выросло количество предлагаемых продуктов и услуг, в том числе услуг по управлению денежными средствами и увеличению капитала. В таком многообразии предложений, потребителю зачастую бывает очень тяжело оценить эффективность предлагаемых продуктов и выбрать для себя оптимальный финансовый инструмент. Все больше и больше финансовых супермаркетов предлагают свои услуги по подбору финансовых продуктов, в том числе и страховых.

В зарубежных финансовых супермаркетах ING Group (Нидерланды) 19 % в структуре доходов составляют доходы от розничных банковских продуктов, 25 % – инвестиционных услуг, 56 % – страховых продуктов; в *Credite Agricole SA* (Франция) соотношение несколько другое: розничные банковские продукты – 24 %, корпоративные и инвестиционные продукты – 20 %, международный розничный бизнес – 7 %, специализированные финансовые услуги – 29 %, страхование – 20 %.

Таким образом, сегодня в России существует устойчивый спрос на рынке труда на высококвалифицированных специалистов в области страхования и в целом на финансовом рынке.

Однако имеется ряд причин, в силу которых организация многоуровневой подготовки страховщиков затруднена.

Во-первых, это отсутствие развитой нормативной базы подготовки бакалавров и магистров в области страхования. Во-вторых, особо остро проявляется следующее противоречие современного рынка труда и образовательных услуг. С одной стороны, в Нижегородском регионе имеется довольно высокий спрос на квалифицированных страховщиков, а с другой – до сих пор у старшего поколения остается стереотип агента-страховщика времен СССР, негативное восприятие современного страхования в свете занижения суммы ущерба компаниями и неплатежами, и как следствие – нежелание обучаться этому направлению подготовки со стороны молодого поколения.

В третьих, большинство страховых компаний недостаточно информированы о подготовке специалистов-страховщиков в вузах региона. И при подготовке специалистов-страховщиков вузы и выпускающие кафедры не всегда достаточно тесно взаимодействуют со страховыми компаниями-работодателями.

Кафедра страхования, финансов и кредита ФГБОУ ВО НГПУ им.К.Минина является выпускающей по специальностям «Финансы и кредит» специализации «Страхование», «Менеджмент организации» специализации «Управление страхованием» с 2001 года и лидирует по количеству выпускников среди вузов Нижегородского региона (так например в 2010-2011 учебном году успешно защитили дипломы 110 студентов, а в 2011-2012 156). В 2014 году кафедра начала набор абитуриентов на новый профиль в рамках бакалавриата «Экономика» – «Финансы и страхование». Выпускники кафедры работают в крупных страховых компаниях Нижегородского региона и занимают в том числе руководящие посты.

Подготовку специалистов-страховщиков осуществляет высококвалифицированный профессорско-преподавательский состав, из которого кандидатов и докторов наук 90 %.

Активное участие ППС в научно-практических конференциях различного уровня по страховой тематике (Международный страховой форум, организованный Пермским гос.университетом и Вторым научным обществом страховых знаний, конференции Государственного университета налоговой службы Украины, Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, НГПУ и др.) обеспечивает постоянный процесс повышения качества подготовки страховщиков.

На кафедре ведется научно-исследовательская работа по теме: «Финансы страховых организаций», над которой успешно работает коллектив авторов. За последние 5 лет опубликовано 4 монографии по теме исследования, успешно защищена диссертация на соискание ученой степени кандидата наук.

В научно исследовательской работе кафедры принимают активное участие студенты, которые под руководством ППС показывают высокие результаты конкурсах и олимпиадах, проводимых страховыми компаниями, их объединениями и зарубежными партнерами (Международный ежегодный конкурс рефератов знаний по страховой тематике, проводимый Всероссийским союзом страховщиков, Российским союзом автостраховщиков, Мюнхенским перестраховочным обществом, Всероссийский конкурс научных работ студентов, проводимый ОСАО «ИНГОССТРАХ» (2010 г. 3 место), Всероссийский ежегодный конкурс научных работ студентов, проводимый «РОСГОССТРАХ» (3 место 2010 год, дипломы 2009-2011 гг., Международная олимпиада по страхованию, ежегодно организуемая нашими украинскими и белорусскими партнерами, в частности Международным университетом МИТСО.

В качестве особой формы подготовки страховщиков и активизации их научной деятельности является проведение на базе кафедры Областной студенческой олимпиады по страхованию, которая с 2011 года стала ежегодной.

Практическую компоненту подготовки страховщиков обеспечивает сотрудничество кафедры с работодателями: ООО «Росгосстрах», ЗАО «Объединенная страховая компания», с которыми заключены долгосрочные договоры о сетевом взаимодействии.

Таким образом, на кафедре страхования, финансов и кредита ФГБОУ ВО НГПУ им. К. Минина имеются все условия для эффективной уровневой подготовки специалистов-страховщиков.

В целом, по нашему мнению, для решения выделенных в статье проблем организации уровневой подготовки страховщиков необходимо следующее.



1. Вузам совместно со страховщиками выработать единые стандарты подготовки специалистов для данной отрасли и рекомендовать их в качестве стандартов ВПО по направлению подготовки «Страхование» для внедрения Минобрнауки РФ.

2. Маркетинговым отделам вузов необходимо устанавливать тесные контакты со страховщиками-работодателями, проводить мониторинг рынка страховых и образовательных услуг и рекомендовать руководству вузов направления развития профессиональной подготовки в данной отрасли.

3. ППС активнее участвовать в мероприятиях, организуемых страховщиками, в целях постоянного повышения уровня квалификации; внедрять эффективные современные системы практико-ориентированного обучения студентов-страховщиков, формировать их современный имидж и повышать привлекательность данного направления подготовки в глазах общества.

4. Необходимо создание Ассоциацию вузов РФ и зарубежных вузов для повышения качества подготовки специалистов-страховщиков и реализации совместных сетевых программ.

#### **Список использованных источников**

1. Динамика страхового рынка Нижегородской области [Электронный ресурс] / Страховой портал «Страхование сегодня» Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/>

## **ВНЕШНИЙ ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ДИНАМИКА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

**А.А. Дичковский,**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Особенно в последние годы проблема внешней задолженности приобрела глобальный характер, а проблема обслуживания внешнего долга стала одним из ключевых факторов обеспечения макроэкономической стабильности в стране. Следует иметь в виду, что от характера решения долговой проблемы будут зависеть бюджетная дееспособность Республики Беларусь, состояние ее валютных резервов и стабильность национальной валюты, уровень процентных ставок, инвестиционный климат, характер поведения всех сегментов отечественного финансового рынка.

Как известно, внешний государственный долг может появиться по двум основным причинам: в результате нехватки финансовых ресурсов в национальной валюте из-за низкой эффективности экономического развития и в результате нехватки финансовых ресурсов в свободно конвертируемой валюте для расчетов с другими государствами. Хорошо известны и тяжелые последствия нарастания внешнего долга: уменьшение национального богатства; перевод части ВВП за рубеж; сокращение в будущем производственных мощностей страны; снижение эффективности национальной экономики; снижение уровня благосостояния населения, в том числе и будущих поколений; угроза истощения золотовалютных резервов; возможность валютного и долгового кризисов и перенос кризисных явлений в реальный сектор экономики; возможность потери части экономического суверенитета страны.

По оценкам Всемирного банка, к числу государств, несущих тяжелое бремя внешних долгов, относятся те страны, у которых наблюдается на протяжении трех лет превышение расчетного уровня следующих показателей:

- отношение общей суммы долга к ВВП, если оно превышает 50 %. В нашей стране данный показатель составлял 52,8 % на начало 2015 г.;
- отношение общей суммы долга к годовому объему экспорта товаров и услуг, если оно превышает 220 %. В республике этот показатель составил на 01.01.2015 г. 93,3 %;
- отношение платежей по погашению и обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг, если оно превышает 30 %. В Республике Беларусь в 2014 г. показатель составил 26,4 % [1].

Исходя из этих критериев относительно к государственному внешнему долгу, следует отметить, что Республика Беларусь не относится к странам, которые несут тяжелое бремя внешних долгов. Однако негативной тенденцией является быстрое нарастание внешней государственной задолженности республики за последние годы. Динамика объема внешнего государственного долга такова: за период с 1996 г. по 01.01.2015 г. он вырос с 2,18 до 40,06 млрд дол. США, т. е. в 18,4 раза, а за последние пять лет внешний государственный долг Беларуси вырос в 1,8 раза [1].

Основными держателями белорусского государственного внешнего долга выступают Россия, ЕврАзЭС, МВФ, Китай, Венесуэла и другие кредиторы. Весь долг представлен долгосрочными обязательствами (средний срок кредитов – более одиннадцати лет). И это благоприятно сказывается на стабилизации экономики, так как в периоды экономической нестабильности государство заинтересовано в увеличении срока погашения долговых обязательств, поскольку сокращение объема производства, уменьшение доходов и налоговых поступлений негативно отражаются на состоянии государственного бюджета. В этот период выплаты по государственному долгу затруднительны из-за нехватки финансовых средств и нежелательны с точки зрения проведения стабилизационных мероприятий и поддержки воспроизводственного процесса. Для Беларуси долгосрочные долговые инструменты как государственных, так и частных внешних заимствований являются более рациональными, несмотря на их высокую стоимость, поскольку позволяют временно избегать крупных платежей по внешнему долгу и тем самым сохранять больше ресурсов для внутриэкономического развития.

Однако анализ, основанный на динамике только лишь государственного внешнего долга, является явно недостаточным для нашей республики. В современных условиях все большее воздействие на уровень деловой и инвестиционной активности в стране начинают оказывать экспорт и импорт капитала частного сектора экономики. В последние годы именно деятельность белорусского частного сектора становится доминирующим фактором развития отношений Республики Беларусь с остальным миром.

Тенденции в движении капитала во многом определяют условия формирования потенциала валовых сбережений и накоплений, структуры национальной экономики, ее валютных резервов, бюджетной, кредитно-денежной, курсовой политики. Поэтому акцент должен быть перенесен на анализ валового внешнего долга (ВВД).

За последние годы произошли кардинальные изменения в объеме и структуре валового внешнего долга страны. Его можно представить в разбивке на следующие секторы экономики: органы государственного управления, органы денежно-кредитного регулирования, банки и другие секторы, включающие нефинансовые организации и домашние хозяйства. Можно проследить динамику роста ВВД: в 2010 г. он составлял 28,4 млрд дол. в 2011 г. – 34,02 млрд дол., в 2012 г. – 33,76 млрд дол., в 2013 г. – 39,12 млрд дол., в 2014 г. – 40,60 млрд дол. По данным Национального банка Республики Беларусь, валовой внешний долг Беларуси составил 52,8 % ВВП. Темпы роста валового внешнего долга опережали темпы роста ВВП. Анализируя структуру валового внешнего долга по секторам экономики, можно отметить постоянное преобладание и увеличение объема внешнего долга других секторов, удельный вес которого составил около 40 %. Наименьшую долю в структуре ВВД составляет внешний долг органов денежно-кредитного регулирования, причем в 2014 г. наблюдалось его сокращение. Самая большая доля валового внешнего долга приходится на нефинансовые организации и домашние хозяйства – 41,3 %, причем подавляющее большинство (около 80 %) – это краткосрочные кредиты, которые нужно будет погасить или переоформить в текущем году. Эксперты отмечают, что при этом из правительственной сферы ведения внешним долгом «выпадают» корпоративные внешние долги [2].

Оценивая бремя валового внешнего долга, эксперты считают, что в современных условиях он стал одной из серьезных проблем, несущих потенциальные угрозы стабильности макроэкономического развития и экономической безопасности страны. Они отмечают недостаточную ресурсную способность погашать внешний долг, недостаточность валютных резервов по отношению к объемам краткосрочного долга, ухудшение платежеспособности государственного сектора. Обесценение курса белорусского рубля к иностранной валюте существенно увеличило давление внешнего долга на государственный бюджет со всеми вытекающими из этого негативными последствиями.

При решении проблемы внешнеэкономической задолженности основными задачами являются:

- сохранение размера внешнего долга на экономически безопасном уровне;
- обеспечение исполнения обязательств государства в полном объеме по наиболее низкой стоимости в среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- полное финансовое обеспечение государственных гарантий;
- управление внешним долгом с целью снижения рисков, связанных с его структурой и стоимостью обслуживания;
- усиление контроля над своевременным и полным выполнением предприятиями-заемщиками условий иностранных кредитов, полученных под гарантию правительства, обязательств по погашению и обслуживанию данных кредитов.

Проблема внешне долговой устойчивости требует принятия мер, направленных, в первую очередь, на стабилизацию курса национальной валюты, снижение зависимости отечественной экономики от импорта, стимулирование экспорта, ужесточение денежно-кредитной политики государства.

Для уменьшения издержек по обслуживанию государственного долга следует использовать возможности вторичного рынка ценных бумаг. Развитие вторичного рынка оказывает непосредственное влияние на возможность государства размещать новые займы. На нем применяются такие методы урегулирования

внешней задолженности, как досрочный выкуп с рынка облигаций с более высокой объявленной доходностью. Этот метод уже применялся в Беларуси ранее, но следует отметить, что он связан с определенными рисками и можно не только преуспеть, но и потерять большую часть применяемых финансовых ресурсов. Республике Беларусь следует активно развивать отношения с такими международными финансовыми организациями, как Всемирный банк и Европейский банк реконструкции и развития. Целесообразно также рассмотреть возможность концентрации функций управления суверенным долгом в рамках единого государственного органа или соответствующей структуры, наделенной необходимыми полномочиями (например, путем создания агентства по управлению суверенным долгом).

#### Список использованных источников

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export> – Дата доступа: 10.03.2015.
2. Валовой внешний долг Республики Беларусь в разрезе секторов экономики и финансовых инструментов в соответствии с Руководством по статистике внешнего долга [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. – Дата доступа: 15.02.2015.

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА ПРОГРАММНЫЙ БЮДЖЕТ

О.Л. Шулейко,

канд. экон. наук, доцент

*Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск*

Основной целью бюджетной политики является повышение уровня жизни и благосостояния населения на основе устойчивого экономического роста. В РБ традиционно сложился высокий уровень перераспределения ВВП через государственный бюджет. Начиная с 2008 года наметилась тенденция снижения этой доли, однако в 2012-2013 годах удельный вес расходов бюджета в ВВП вновь увеличился. В 2014 году расходы консолидированного бюджета относительно ВВП сократились по сравнению с 2013 годом на 2,4 п.п. и составили 27,1 % (рис. 1).

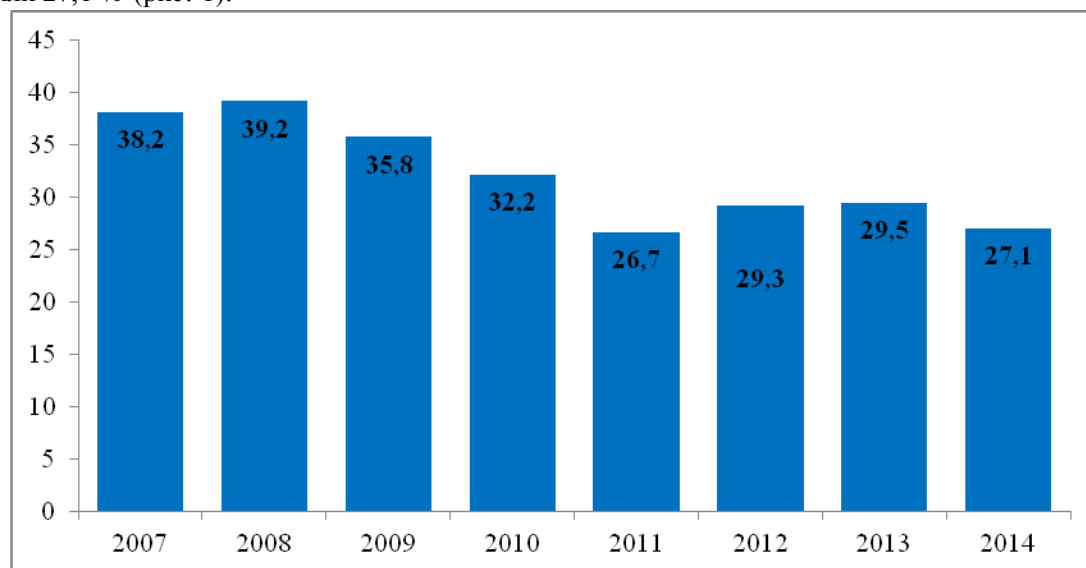
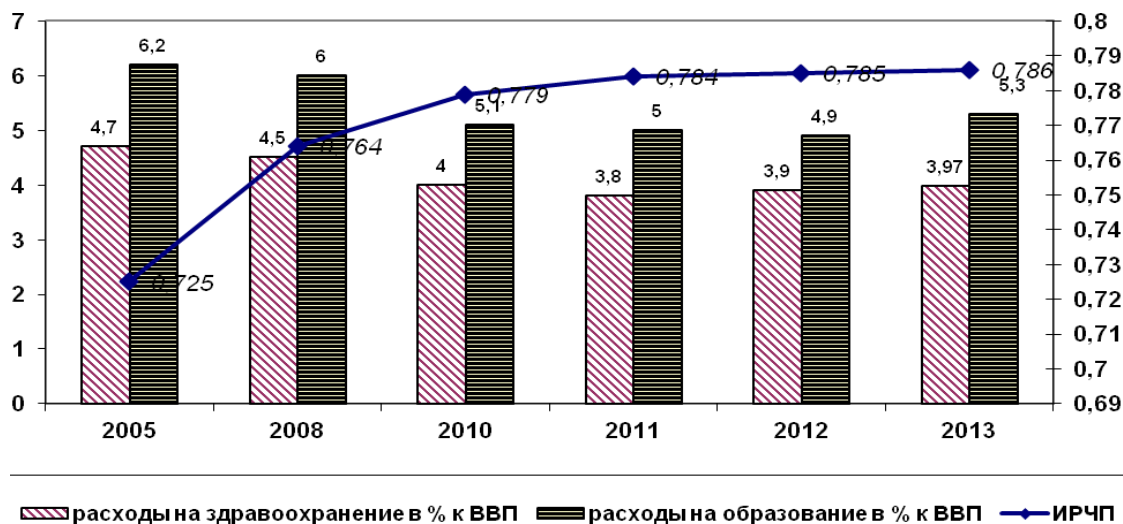


Рис. 1 Доля расходов консолидированного бюджета в процентах к ВВП Республики Беларусь в 2007–2014 годах

Несмотря на достигнутую в последние годы консолидацию бюджетных расходов, их доля в ВВП выше, чем в государствах с аналогичным уровнем доходов на душу населения. Доля расходов бюджета сектора государственного управления (в международной терминологии «бюджет расширенного правительства», который включает консолидированный бюджет и фонд социальной защиты населения) в ВВП Республики Беларусь достигает 40 %.

В настоящее время в экономике Республики Беларусь отмечается ряд негативных тенденций: замедляется темп роста ВВП и объемов производства продукции; снижаются объемы внешней торговли; сокращается размер прибыли в экономике. Все это ведет к снижению доходов и вызывает необходимость сокраще-

ния расходов бюджета. В этих условиях выполнение бюджетных обязательств становится возможным только на основе повышения эффективности бюджетных расходов. Критерием эффективности при этом является положительное влияние расходов бюджета на социально-экономическое развитие, которое достигается при правильной поставке цели расходования средств и минимальных издержках на ее достижение. Главные задачи бюджетной политики: повышение благосостояния общества; уменьшение социального неравенства, достижение социальной справедливости. Бюджетное финансирование социальных расходов обеспечивает развитие и накопление человеческого капитала. В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года стратегической целью устойчивого развития Республики Беларусь является «обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной окружающей среды для нынешних и будущих поколений» [1]. В этой связи одним из критериев эффективности бюджетной политики может служить развитие человеческого потенциала. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) является совокупным показателем социального развития и характеризует достижения страны в области состояния здоровья и долголетия, получения образования и достойного уровня жизни ее граждан. Индекс развития человеческого потенциала рассчитывается исходя из ожидаемой продолжительности жизни при рождении, среднего числа лет обучения и средней продолжительности обучения, а также валового национального дохода на душу населения. По итогам 2013 г. Беларусь заняла 53 место в рейтинге 187 стран по индексу развития человеческого потенциала [2]. При этом Беларусь опередила Россию (57 место в рейтинге), и Казахстан (70 место). По сравнению с 2005 г. ИРЧП Беларуси увеличился с 0,725 до 0,786 при росте всех основных компонентов этого индекса. Однако рост индекса в 2011-2013 годах существенно замедлился по сравнению с предыдущим периодом (рис.2)



**Рис. 4.** Индекс развития человеческого потенциала, расходы консолидированного бюджета на здравоохранение и образование в Республике Беларусь в 2005–2013 гг.

Замедление роста ИРЧП в определённой степени обусловлено сокращением расходов бюджета относительно ВВП на сферы, которые в наибольшей степени оказывают влияние на формирование человеческого потенциала, – на образование и здравоохранение.

Структура консолидированного бюджета Республики Беларусь в последние годы изменилась, существенные сдвиги произошли по статье общегосударственная деятельность, доля которой увеличилась с 16,4 % в 2009 г. до 22,5 % в 2014 г. Такой рост расходов был обусловлен значительным увеличением затрат по обслуживанию государственного долга, кроме того, в 2011 г. в общегосударственные расходы были включены расходы на финансирование государственной инвестиционной программы. В анализируемом периоде существенно сократились расходы на национальную экономику – доля данной статьи в структуре консолидированного бюджета за пять лет уменьшилась более чем вдвое (с 32,5 % в 2009 г. до 15,9 % в 2014 г.); уменьшилось финансирование охраны окружающей среды с 1,1 % в 2009 г. до 0,4 % в 2014 г. За рассматриваемый период возросла доля бюджетных расходов на образование (13,8 % в 2009 г., 17,4 % в 2014 г.), здравоохранение (10,9 % в 2009 г., 14,1 % в 2014 г.), жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство (6,2 % в 2009 г., 8,2 % в 2014 г.). Расходы на социальную политику достигли своего максимума в период кризисов (9,4 % в 2010 г., 9,6 % в 2011 г.) и, начиная с 2011 г., происходило постепенное сокращение их доли до 8,1 % в 2014 г. Таким образом, анализ расходов бюджета показывает, что происходящие

изменения динамики и структуры бюджета, не в полной степени согласуются с поставленными целями и приоритетами социально-экономического развития страны.

В структуре консолидированного бюджета по экономической классификации преобладают текущие расходы, удельный вес которых составил в 2013 г. 77,9 % или 23 % к ВВП, капитальные расходы составили 22,1 % в структуре бюджета или 7 % к ВВП. Почти 40 % расходов на текущее потребление составляют расходы на заработную плату с начислениями. Удельный вес расходов на заработную плату в общих расходах консолидированного бюджета увеличился с 17,02 % в 2008 г. до 23,4 % в 2013 г. Однако, несмотря на увеличение доли заработной платы, средняя зарплата в бюджетном секторе ниже средней заработной платы по стране. Соотношение средней заработной платы в бюджетном секторе к средней заработной плате по стране составляет примерно 75 %. Более того, темп роста заработной платы в бюджетных отраслях отстает от динамики роста средней заработной платы по стране. При таком уровне заработной платы возникают проблемы, связанные с привлечением высококвалифицированных работников в бюджетную сферу, и обеспечением высокого качества бюджетных услуг.

Ситуация в бюджетной сфере вызывает необходимость оптимизации бюджетных расходов и повышения их эффективности. Изменение подходов к формированию и исполнению государственных бюджетов в настоящее время стало общемировой тенденцией. Основным направлением преобразований в бюджетной сфере является последовательный переход к формированию бюджета через программные методы к бюджетированию, ориентированному на результат (БОР).

В Республике Беларусь программно-целевой метод бюджетного планирования начал внедряться с конца 90-х годов. В настоящее время доля расходов бюджета, финансируемых по программам, составляет примерно 30 % от общей суммы расходов, а число программ, финансируемых из республиканского бюджета в 2014 году достигло 78. В настоящее время Правительством поставлена задача завершить модернизацию системы управления государственными финансами к 2019 году. Вместе с тем, несмотря на определённые результаты, программы пока не стали, тем инструментом, который позволил бы существенно повысить эффективность бюджетных расходов [3].

Как показывает практика, при разработке и реализации бюджетных программ наиболее сложным элементом является формирование системы оценки эффективности. Вместе с тем, оценка эффективности является ключевым элементом программного бюджетирования и БОР, поскольку она позволяет, проводить конкурсный отбор программ, выявляя наиболее эффективные и прекращать финансирование неэффективных программ. Кроме того оценка эффективности дает возможность осуществлять контроль в ходе реализации программы, выявлять проблемные места, корректировать механизм реализации программы.

Понятие эффективность многоаспектное, в отношении реализации программ оценка эффективности, как правило, включает следующие основные аспекты: достигнутый результат, влияние на общество, результативность, продуктивность, качество обслуживания, качество организации (табл. 1).

Таблица 1

**Различные аспекты эффективности, учитываемые при оценке эффективности результатов реализации бюджетных программ**

Аспекты эффективности	Содержание показателей	Типы показателей
Социальная эффективность (влияние на общество)	Характеризует достижение определенного социального результата. Может определяться сравнением полученных результатов с прошлыми периодами или с другими странами по таким общим показателям, как средняя продолжительность жизни, смертность, уровень образования населения и т.д.	Показатели социально-экономического развития
Результативность	Характеризует степень достижения намеченного результата, может выражаться мерой (процентное соотношение) фактически произведенного результата к запланированному. Также отражает эффект, который не всегда может быть измерен количественно	Показатели деятельности
Продуктивность	Отражает эффективность деятельности, выработку на единицу затрат. Чем меньше ресурсов затрачено на достижение запланированных результатов, тем выше продуктивность	Показатели производительности факторов производства
Качество обслуживания	Характеризует доступность, своевременность, непрерывность, точность, вежливость и т.д.	Показатели удовлетворенности потребителей государственных услуг
Экономичность	Отражает расход ресурсов на выпуск продукции (оказание услуги)	Финансовые показатели
Качество организации	Оценка организационных структур, систем и процессов управления с использованием утвержденных стандартов.	Оценочные показатели

Источник: Собственная разработка

**Социальная эффективность** характеризует степень достижения социальных целей, поставленных в программе, и является одним из важнейших аспектов эффективности бюджетных расходов. Это обусловле-

но спецификой бюджетных программ, для оценки которых известные методы, основанные на сопоставлении «затрат-выгод», не всегда применимы, так как не для всех программ можно рассчитать подобные показатели. Международный опыт по оценке эффективности программ также свидетельствует о том, что основным критерием оценки служит достижение намеченных целей и решения поставленных задач, а также качество самой программы [4].

Для оценки **результативности** необходима разработка специальных индикаторов достижения целей. Индикаторы результативности позволяют сравнивать различные варианты бюджетных расходов, с их помощью также можно оценить объем и качество оказания государственных услуг. Критерии оценки результативности отражают соотношение полученных результатов при произведенных расходах с их планируемыми значениями на этапе утверждения программы. Данная группа критериев показывает степень достижения цели и решения задач по одному из направлений расходов бюджета, например, для программы экологической направленности показателем результативности может быть процент снижения вредных выбросов в атмосферный воздух. При этом критерии результативности могут не учитывать расходы, связанные с достижением цели или решением задач программы.

Для оценки **экономичности** необходимо знать объем и структуру затрат, и сопоставлять их с установленными нормативами или сравнивать с аналогичными показателями достигнутыми в различных регионах страны или других странах.

При оценке **производительности** целесообразно учитывать ресурсоемкость продукции и услуг с учетом их качественных стандартов. Опыт стран, внедривших программный бюджет, свидетельствует, наибольшие трудности вызывает оценка производительности и результативности. Вместе с тем, без их оценки программный бюджет теряет свои основные преимущества [5]. Различные аспекты эффективности взаимно дополняют друг друга, используются системно на всех этапах бюджетного процесса: разработки, принятия и выполнения программы.

Оценка эффективности различных вышеперечисленных аспектов программы позволяет получить набор различных показателей. Для обобщающей характеристики необходим интегральный показатель. В экономической литературе предложены различные методы расчета интегральных (композиционных) показателей. Так, М.П. Афанасьевым предложена шкала направлений оценки, в которой основными являются показатели достижения поставленной цели и дополнительно могут быть введены показатели оценки не только результативности программы, но и процесса их достижения (табл. 2).

Таблица 2

Направления оценки деятельности программы

Направления оценки	Вес направления
Цели и задачи программы	
Цели	0,15
Задачи и сроки выполнения	0,10
Планирование мероприятий	
Общий срок и план реализации мероприятий	0,10
Финансирование	0,15
Управление и мониторинг программы	
Механизм управления	0,10
Внешний мониторинг и отчетность	0,05
Доступность для общественности информации о программе и ходе ее реализации	0,05
Результативность и эффективность программы	
Результаты реализации на основе системы показателей и устойчивость достигнутых результатов	0,25
Методики оценки общественной и бюджетной эффективности	0,05
Итоговая оценка	1,00

Источник: [6]

Для минимизации риска необъективной оценки отдельного направления его целесообразно декомпозировать на несколько критериев, уровень оценки которых можно точно определить.

Интегральный показатель, выраженный в баллах от 0 (минимум) до 5 (максимум) является взвешенной оценкой результатов анализа различных аспектов подготовки, реализации, контроля результатов программы и рассчитывается по формуле (1).

$$\text{Интегральная оценка} = \sum_i (\text{Вес направления } i \times \text{Оценка направления } i). \quad (1)$$

Таким образом, разработка системы оценки эффективности реализуемых бюджетных программ необходима как для определения наиболее эффективных направлений государственных расходов, так и для создания условий для повышения эффективности расходов в рамках выбранных приоритетов, что особенно актуально в условиях сокращения бюджетных поступлений.

### Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 годы. – Минск: Министерство экономики Республики Беларусь ГНУ НИЭИ, 2015. -143 с.
2. Human Development Report 2014 / UNDP // [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2014> – Дата доступа: 10.03.2015
3. Дехтяренко, Т. От управления расходами – к прогнозированию результатов / Т. Дехтяренко // Финансы. Учет. Аудит. – 2014. – № 7. – С. 15– 17.
4. Мониторинг и оценка. Некоторые инструменты, методы и подходы Всемирный банк, 2004 [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://lnweb90.worldbank.org/oed/>– Дата доступа: 12.03.2015.
5. Шаш, Н. Н. Проблемы перехода на программный бюджет: новые вызовы бюджетной политике России / Н. Н. Шаш А. И. Бородин, А. А. Татуев // Финансы и кредит. – 2014. – № 14 (590). – С. 12–14.
6. Программный бюджет /под ред. проф. Афанасьева М.П. – Москва : Магистр, 2012. – 415 с.

## НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И БЕЛОРУССКАЯ ПРАКТИКА

**М.О. Мацулевич, А.В. Орел,**

студенты III курса

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Научный руководитель: **О.Б. Нестерович**, канд. филол. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В последние годы экономические достижения стран все теснее связаны с их способностями генерировать и использовать знания, развивать инновационный сектор народного хозяйства. При отсутствии инновационной составляющей практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Создание и внедрение инноваций представляют собой значимые инвестиции в отдаленный рост экономики, а расходы на осуществление инновационной деятельности – вложения в будущее экономики, связанные с неопределенностью и риском, но имеющие высокий уровень отдачи при успешном завершении. Общеизвестно, что инновации являются катализатором экономического роста и способствуют увеличению валового продукта, поэтому переход к инновационной модели экономического развития позволил развитым странам занять доминирующее положение на мировом рынке, стать лидерами экспорта высокотехнологичной продукции, приносящей немалые доходы.

Инновационное развитие каждой страны в значительной степени связано со сложившимися базовыми финансово-экономическими условиями на макро- и микроуровне. Среди них определяющую роль играют приоритеты финансово-бюджетной политики, достаточность собственной бюджетной базы регионов, обеспеченность инновационных предприятий источниками финансирования, а также эффективность проводимой налоговой реформы. Проблемы налогообложения наряду с финансированием и кредитованием занимают ведущее место.

Практика налогового регулирования в рыночной экономике свидетельствует о взаимообусловленности процессов инновационной и налоговой политики государства. Государственное стимулирование активизации инновационной деятельности заключается в двух основных формах финансовой поддержки инноваций:

- прямое стимулирование (прямые бюджетные расходы), предусматривающее выделение бюджетных средств на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок;
- налоговое стимулирование (косвенные бюджетные расходы) – налоговые льготы.

Налоговые льготы являются основной составляющей государственной поддержки инновационной активности. Налоговыми льготами признаются предоставляемые законодательством для отдельных категорий плательщиков преимущества, включая возможность не платить налог, сбор (пошлину) либо уплачивать их в меньшем размере [3]. При этом налоговые льготы не могут носить индивидуальный характер и должны быть направлены на решение конкретных задач: социальных, а также для стимулирования определенных видов экономической активности.

Для налоговых систем развитых стран характерен комплексный подход к формированию инновационных стимулов. Можно выделить четыре основных направления расходов на интеллектуальные активы, которые косвенно финансируются государством через механизм налоговых льгот:

- исследования и разработки;

- вложения в человеческий капитал;
- интеллектуальная собственность;
- организационные изменения.

**1. Налоговое стимулирование исследований и разработок.** Исследования и разработки являются ключевым компонентом инновационного процесса. Новые технологии, следующие за исследованиями и разработками, повышают производительность труда, что, в свою очередь, способствует экономическому росту (приблизительно 30 – 50 % экономического роста в обществе обеспечивается новыми технологиями). В развитых странах сложилась тенденция более быстрого, чем в случае прямого субсидирования, роста косвенного финансирования исследований и разработок через налоговые стимулы. Данный механизм включает следующие наиболее распространенные инструменты налогового стимулирования исследований и разработок:

- налоговый кредит (tax credit) по налогу на прибыль (корпоративному подоходному налогу), который представляет собой скидку (субсидию) на проведение исследований и разработок за счет налога;
- вычеты затрат на исследования и разработки из налоговой базы по налогу на прибыль с повышающим коэффициентом (стимулирующее воздействие этой льготы заключается в том, что в расходы для целей налогообложения включается сумма, превышающая размер реально произведенных расходов на исследования и разработки);
- ускоренная амортизация, которая представляет собой способ снижения убытков организации от инфляции за счет уменьшения налогооблагаемой базы по налогу на прибыль, что чревато потерями бюджета, и с позиций экономической теории рассматривается как налоговая льгота, поэтому порядок начисления амортизации во всем мире регулируется государством.

**2. Налоговое стимулирование инвестиций в обучение и образование.** В обществе, основанном на знаниях, налоговое стимулирование инвестиций в обучение и образование очень важно, поэтому образование является второй после исследований и разработок областью, которая стимулируется налоговыми инструментами. Главный инструмент налогового стимулирования состоит в том, что 100 % расходов на обучение разрешено вычитать из дохода в год, в котором они были произведены. В Ирландии расходы на обучение капитализируются в течение трехлетнего периода. В Финляндии и Канаде налоговое стимулирование расходов на обучение зависит от сроков обучения. Налоговые кредиты на образование используются также в Японии, Корее, Австрии, Франции, Испании.

**3. Налоговое стимулирование использования объектов интеллектуальной собственности.** Объекты интеллектуальной собственности, в зависимости от способов их приобретения и эксплуатации для целей налогообложения, можно разделить на три группы: приобретенные патенты, собственные патенты и лицензирование прав доступа. Приобретенные патенты всегда учитываются как нематериальные активы и подлежат амортизации. Стоимость приобретения зависит от коммерческой ценности и равна стоимости покупки патента. Собственные патенты учитываются по тем же правилам, но в их стоимости для целей амортизации учитываются только затраты по регистрации и защите патента, все прочие платежи вычитаются, при этом стоимость исследований и разработок, которые привели к патенту на изобретение, не включается в амортизируемую стоимость патента.

**4. Налогообложение организационных изменений.** Для целей налогообложения организационные изменения можно разделить на текущие организационные затраты на действующих предприятиях и затраты по запуску предприятий, к которым относятся расходы, понесенные после принятия решения о создании предприятия или модернизации нового производства до начала выпуска продукции. Затраты по запуску, особенно для высокотехнологичных производств, могут быть столь значительными, что при их текущем вычитании предприятия получают убыток и налог не платят, а в последующие годы расчетная прибыль и, соответственно, налог, оказываются завышенными. Поэтому в некоторых странах затраты по запуску предприятий разрешается переносить на будущее и списывать в течение определенного периода равномерно или по мере появления прибыли, например, в Чехии, Корее, Испании, Швейцарии – 100 %, равномерно в течение 5 лет.

В основу концепции налоговых расходов положен подход, согласно которому предоставление той или иной налоговой льготы не относится к налоговым расходам, если не может быть заменено расходами бюджета на сопоставимых условиях. Введение учета налоговых расходов в развитых странах привело к отмене многих ранее существовавших неэффективных льгот. Как следствие, были созданы условия для введения механизма налогового кредита на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), так как он является альтернативой прямым расходам на исследования и разработки по различного рода государственным программам, не отменяя их.

В странах с высокой инновационной активностью, таких как Япония, Корея, Нидерланды, Канада и др., косвенное регулирование через механизм предоставления налоговых льгот доминирует. Мировой опыт использования методов налогового стимулирования показывает, что в последние годы происходит переход



от прямого государственного финансирования инновационной деятельности предприятий к косвенным методам, основанным на использовании налоговых рычагов. Так, в 2015 г. более 20 государств ОЭСР предоставляют налоговые стимулы для поддержки частных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. Для сравнения: в 1995 г. – 12 государств, в 2004 г. – 18 государств, в 2015 г. – более 20 государств.

Подобная тенденция объясняется особой эффективностью методов налогового стимулирования, которая состоит в следующем:

- предоставление налоговых льгот не требует расходования бюджетных средств в виде создания специальных фондов;
- косвенные стимулы позволяют организациям самостоятельно выбирать, какие проекты финансировать, в то время как прямые научно-исследовательские гранты и субсидии предназначаются лишь для определенных исследовательских программ;
- возможность использования всеми потенциальными исполнителями научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, а не только получателями, прямого финансирования;
- нейтральность по отношению к отраслям промышленности, регионам и организациям.

Таким образом, можно сделать вывод, что налоговое регулирование является одним из экономических методов воздействия на развитие инновационной деятельности, активно используемых в механизме государственного регулирования. Система льгот сочетает целевой и отраслевой дифференцированный характер, льготный режим налогообложения увязан с налогом на прибыль. Основными методами стимулирования инвестиционной деятельности являются налоговые льготы, инвестиционные скидки на услуги, налоговый кредит, ускоренная амортизация, инвестиционные субсидии, сниженные ставки таможенных пошлин. Как показывает международный опыт, инвестиционные скидки и налоговый кредит являются более действенными инструментами для привлечения капитала по сравнению с налоговыми каникулами.

В налоговой политике экономически развитых стран большое внимание уделяется инновационной венчурной деятельности. Можно выделить три тенденции: низкий уровень налогообложения корпораций без специальной системы налоговых стимулов финансирования венчурных проектов (США, Великобритания); низкие ставки налогов на корпорации параллельно с налоговым стимулированием инновационной деятельности (Германия, Италия, Испания); высокий уровень налогообложения корпораций одновременно с развитой системой налоговых льгот венчурного предпринимательства (Франция). Субъекты хозяйствования имеют возможность применения налоговой оптимизации – использования комплекса льготных мер, предусмотренных налоговым законодательством страны, международным законодательством, для снижения налогового бремени и минимизации налоговых платежей.

Изучение международного опыта государственного регулирования инновационной деятельности убеждает в том, что без создания эффективной, действенной системы налогового стимулирования субъектов инновационной деятельности невозможно добиться успеха в переводе экономики на инновационный путь развития. Вместе с тем, **налоговое стимулирование инновационной деятельности является одним из элементов общей концепции национальной инновационной системы Республики Беларусь.**

«Формирование новой модели экономического развития национальной экономики, сориентированной на стимулирование инновационных процессов и максимальное использование внутренних ресурсов развития республики для преодоления различных экономических проблем на пути устойчивого развития невозможно без создания эффективной системы государственной поддержки. Для Беларуси выбор приоритетов и путей реализации эффективной налоговой политики является одной из важнейших проблем рационального функционирования экономики и ускорения темпов научно-технического прогресса в условиях необходимости стабилизации экономических процессов и преодоления последствий экономического кризиса», – отмечает доктор экономических наук, профессор Е. Ф. Киреева [2]. Если раньше главным инструментом в самой налоговой политике были налоговые ставки, то в последнее время они дополнились различного рода целевыми налоговыми льготами. Как показывает экономическая практика многих стран, целевые налоговые льготы оказались более эффективным инструментом стимулирования инвестиционной деятельности, в сравнении с изменением налоговых ставок.

К методам целевого налогового стимулирования инвестиционной деятельности в Республике Беларусь относятся:

- политика ускоренной амортизации;
- частичное вычитание из облагаемой прибыли затрат на инвестиции от 10 до 50 % этой прибыли с дифференциацией по отдельным отраслям и направлениям развития. При этом, чем более технологичен производимый продукт, чем выше степень его обработки, чем больше в нем квалифицированного труда, тем, как правило, более высокий процент налоговой льготы;

- вычет из налогооблагаемой прибыли вплоть до 100 % инвестиционных расходов в течение 3 лет, если проекты по ним являются приоритетными для развития экономики;
- предоставление инвестиционного налогового кредита, позволяющего вычитать из суммы начисленного налога на прибыль 10 % от суммы инвестиционных затрат;
- полный вычет из облагаемой прибыли всех затрат на проведение НИОКР, плюс дополнительный поощрительный вычет в виде бонуса до 20 % от сумм, направленных на эти цели;
- самое активное использование налоговых льгот целевого назначения для предприятий, работающих в экономически отсталых и дотационных районах, а также для вновь образуемых малых и средних предприятий и холдингов;
- для малых предприятий с оборотом менее определенной величины в год и числом занятых менее 50 человек – полное освобождение от налога на прибыль в случае ее реинвестирования.

Вынесение ускоренной амортизации на первое место среди других целевых налоговых льгот связано с огромным ее влиянием на инвестиционную деятельность и ускорение модернизации производства. В большинстве индустриально развитых стран в общих инвестициях в среднем 60 – 65 % приходится на амортизационные отчисления. Их эффективность проявляется по следующим направлениям:

- у хозяйствующих субъектов появляются дополнительные денежные средства, которые, в отличие от чистой прибыли, не отягощены налогом;
- амортизационные отчисления, в отличие от прибыли и заемных средств, являются наиболее стабильным источником поступлений денежных средств, так как на них гораздо меньшее влияние оказывают спады производства, повышение ставок по кредитам, изменение цен;
- амортизационные отчисления – это собственные денежные средства предприятий, и, в случае отказа от заемных средств, они позволяют экономить на выплате процентов по ним, что в целом повышает эффективность производства.

Использование системы налоговых льгот, ориентированных на стимулирование инвестиционной деятельности, создает дополнительную бюджетную нагрузку, но ее введение оправдывает себя, поскольку при правильном определении государством получателей льгот налоговое стимулирование может оказать позитивное влияние и на других экономических субъектов, развитие инновационной сферы будет способствовать расширению границ на другие хозяйственные сферы и отрасли. Так, рост деловой активности инновационных компаний вызовет оживление деловой активности в смежных направлениях бизнеса и на предприятиях, которые не пользуются льготами. Это, в свою очередь, даст ощутимый бюджетный эффект, возможно перекрывающий прямой эффект от налоговых льгот. При этом благо от создания, внедрения и использования инновации для общества всегда выше, чем эффект инновации для субъекта-инноватора. Предоставление льгот оказывает влияние не только на участников инновационного процесса, но и на государство в целом, гарантируя ему получение стабильных налоговых доходов в будущем и повышение конкурентоспособности отечественной продукции. Таким образом, затраты на дополнительные льготы и преференции для стимулирования инновационного развития могут рассматриваться как временные потери для бюджета государства, которые впоследствии восполнятся в кратном размере.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 гг. одной из наиболее приоритетных задач названо формирование эффективной инновационной системы, а именно, активность всех элементов Национальной инновационной системы. Налоговый механизм должен стать неотъемлемой частью государственной системы стимулирования инновационного развития.

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 гг. предусмотрено довести долю внебюджетного финансирования исследований и разработок до 52 – 54 %. Для решения этой задачи необходимо не только разрешить учитывать в затратах все понесенные расходы, но и предоставить предприятиям льготы по налогу на прибыль в зависимости от затрат на исследования и разработки. При этом возможны два варианта:

- уменьшение суммы налога на прибыль в размере 20 – 50 % суммы прироста затрат предприятия на научные исследования и разработки в среднем за 2 – 3 предыдущих года;
- вычитание суммы затрат на научные исследования и разработки в текущем году с повышенным коэффициентом (1,25 – 1,5) при условии прироста этих затрат не менее чем на 5 – 10 % в среднем за 2 – 3 предыдущих года.

Предпочтительным представляется второй вариант, поскольку предприятия получают возможность компенсировать часть затрат на исследования и разработки в периоде, когда они были понесены, а государство может прогнозировать налоговые потери для бюджетной системы. Необходимым условием предоставления этой льготы является прирост затрат на исследования и разработки, который в целях нивелирования негативных влияний должен рассматриваться за ряд предшествующих лет.

В соответствии с Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь, главным направлением преобразований производственного потенциала в 2011 – 2015 гг. должно стать внедрение новых и высоких технологий, обладающих наибольшей добавленной стоимостью, низкой энерго- и материалоемкостью, способствующих созданию новых видов товаров и услуг, новейших экологически безопасных (чистых) материалов и продуктов, а также обеспечивающих производство традиционных товаров и услуг с новыми свойствами и параметрами, недостижимыми в рамках предыдущих технологических укладов [1]. За счет создания новых и модернизации действующих производств в 2015 году вклад в экономику Республики Беларусь секторов, производящих наукоемкую продукцию, должен стать сопоставимым с вкладом традиционных секторов.

Одним из основных нормативных правовых актов, направленных на поддержку высокотехнологичных производств путем предоставления налоговых стимулов, является Указ Президента Республики Беларусь № 662 «О налогообложении высокотехнологичных организаций», утверждающий перечень высокотехнологичных организаций, имеющих льготное налогообложение прибыли, полученной от реализации высокотехнологичных товаров. Так, в соответствии с Указом, для десяти высокотехнологичных организаций Беларуси налог на прибыль уменьшен вдвое. Реализация норм указа позволяет включенным в перечень высокотехнологичным организациям направлять денежные средства, высвобождаемые в результате уменьшения на 50 % ставки налога на прибыль, на создание и дальнейшее развитие высокотехнологичных производств. Это позволяет ускорить реализацию мероприятий технического переоснащения, повышает эффективность их деятельности. В перечень высокотехнологичных организаций вошли БАТЭ, завод полупроводниковых приборов, Минский моторный завод, Витебский завод радиодеталей «Монолит», БМЗ, завод «Оптик», Минский тракторный завод, Могилевский завод лифтового машиностроения, завод «Камертон», Борисовский завод «Автогидроусилитель». Например, организации, осуществляющие производство лазерно-оптической техники, у которых доля этой техники в стоимостном выражении в общем объеме производства составляет не менее 50 %, уплачивают налог на прибыль по ставке 10 %. Они имеют также ряд других льгот по НДС и таможенным платежам.

Резиденты Парка высоких технологий, специализацией которого является IT-сфера, полностью освобождены от налога на прибыль. Эта ситуация – классический пример воздействия налоговых льгот на формирование человеческого капитала. Согласно Декрету Президента Республики Беларусь №12 «О Парке высоких технологий» [5], резиденты Парка высоких технологий получают налоговые льготы, кроме того, любые субъекты хозяйствования могут получать налоговые льготы по проектам, утвержденным в Парке высоких технологий. Резиденты и нерезиденты парка освобождаются от налогов и сборов, уплачиваемых с выручки от реализации товаров (работ, услуг), уплаты таможенных пошлин и НДС, взимаемых при ввозе товаров на таможенную территорию Республики Беларусь для осуществления деятельности в сфере высоких технологий. Для компаний-разработчиков программного обеспечения, работающих в Парке высоких технологий, введена нулевая ставка НДС и подоходный налог снижен до 9 %. Эффективность налоговых льгот, стимулирующих инновационную деятельность, подтверждается высокой результативностью деятельности Парка высоких технологий в Республике Беларусь.

Стимулирование научно-инновационной деятельности в Республике Беларусь регулируется нормативно-правовыми актами.

С 1 января 2012 г. в Республике Беларусь действуют налоговые льготы, закрепленные в Налоговом кодексе Республики Беларусь (Особенная часть) [3]. От обложения налогом на прибыль освобождается:

- прибыль организаций, полученная от реализации товаров собственного производства, которые являются инновационными в соответствии с перечнем [6], определенным Советом Министров Республики Беларусь (подп. 1.13-2 ст. 140);
- прибыль организаций, полученная от реализации товаров собственного производства, которые являются высокотехнологичными в соответствии с перечнем, определенным Советом Министров Республики Беларусь по согласованию с Президентом Республики Беларусь [4], в случае, если доля выручки, полученная от реализации таких товаров, составляет более 50 % общей суммы выручки, полученной от реализации товаров (работ, услуг) имущественных прав, включая доходы от предоставления в аренду (финансовую аренду (лизинг)) имущества (подп. 1.13-3 ст. 140).

Облагается по пониженной ставке 10 % прибыль организаций, полученная от реализации товаров собственного производства, включенных в перечень высокотехнологичных товаров [4], определенный Советом Министров Республики Беларусь по согласованию с Президентом Республики Беларусь (подп. 7 ст. 142).

Освобождаются от налога на добавленную стоимость обороты по реализации на территории Республики Беларусь научно-исследовательских, опытно-конструкторских, опытно-технологических работ, зарегистрированных в государственном реестре в порядке, определяемом Президентом Республики Беларусь (подп. 1.23 ст. 94).

Предусматривается освобождение от налога на добавленную стоимость при ввозе на территорию Республики Беларусь оборудования, приборов, а также материалов и комплектующих изделий, предназначенных для выполнения научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ, ввезенных резидентами Республики Беларусь на территорию Республики Беларусь в порядке и на условиях, определяемых Президентом Республики Беларусь (подп. 1.14 ст. 96.)

От налога на недвижимость освобождаются до 1 января 2016 г. здания и сооружения (их части) научных организаций, нацнотехнологических парков, центров трансфера технологий. От земельного налога освобождаются до января 2016 г. земельные участки научных организаций, научно-технологических парков, центров трансфера технологий.

«Система налогообложения по мере развития рыночных отношений, нарастания процессов экономической глобализации и региональной интеграции, усиления роли малого и среднего бизнеса в национальных экономиках становится инструментом все более тонкой настройки. Налоговое законодательство в Беларуси, безусловно, будет совершенствоваться. Вероятно, эти процессы в нашей стране происходят с большей осторожностью, чем у некоторых наших соседей. Но мы исходим из того, что корректировки законодательства не должны вредить ни государству, ни плательщикам», – отметил Министр по налогам и сборам Республики Беларусь В. Н. Полуян [7].

Налоговое регулирование является значимым фактором в стимулировании экономического роста в экономике Республики Беларусь. Адекватность экономическим условиям и задачам страны по обеспечению прогрессивного социально-экономического развития означает необходимость учета новых принципов при развитии налоговой системы, что предполагает: обеспечение ее эффективности в соответствии с условиями свободной конкуренции; гибкость налоговой системы с точки зрения ее реакции на изменение экономической конъюнктуры, что обеспечивается за счет высокого удельного веса прямых налогов; принцип административной простоты и прозрачности системы по взиманию налогов, обеспечивающей сокращение расходов на ее поддержание и отсутствие условий для уклонения от уплаты налогов; отсутствие двойного налогообложения.

Оптимальная эластичность налоговой системы (предотвращающая инфляцию, но стимулирующая вложение капитала в развитие производства) вызывает ускорение экономического развития и роста доходности производства, что позволяет в последующем повысить налоговые поступления в бюджет.

На основании изложенного можно сделать вывод о целесообразности активного использования в стране мер налогового стимулирования инновационной деятельности, которые могут быть учтены при разработке Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. Направленность этих мер представляется следующей:

- стимулирование финансирования исследований, разработок и инноваций со стороны частного предпринимательского сектора с целью повышений наукоемкости ВВП;
- повышение конкурентоспособности предприятий, в особенности малых и средних;
- совместное проведение исследований и усиление сотрудничества между малыми и средними предприятиями и исследовательскими институтами;
- привлечение прямых иностранных инвестиций и венчурного капитала в инновационную сферу;
- привлечение высококвалифицированных кадров на предприятия;
- создание стимулов для использования прав на интеллектуальную собственность.

Целесообразно использовать несколько уровней налоговых льгот: от максимальных льгот или полного освобождения от всех видов налогов и других обязательных платежей до минимальных льгот для разработок, не являющихся приоритетными для государства.

Объектом стимулирования должна стать научная и инновационная деятельность и инновационная заинтересованность реальных секторов экономики, признанная общественно приоритетной.

На современном этапе возможно использование целого ряда налоговых инструментов, стимулирующих инновационную деятельность: предоставление исследовательского и инвестиционного налогового кредита, т.е. отсрочка налоговых платежей в части затрат из прибыли на инновационные цели; уменьшение налога на прирост инновационных затрат; налоговые каникулы в течение нескольких лет на прибыль, полученную от реализации инновационных проектов; льготное налогообложение дивидендов юридических и физических лиц, полученных по акциям инновационных организаций; снижение ставок налога на прибыль, направленную на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР); льготное налогообложение прибыли, полученной в результате использования патентов, лицензий, ноу-хау и других нематериальных активов, входящих в состав интеллектуальной собственности.

Изменяя налоговые правила, ставки налогообложения, сроки уплаты, структуру налогообложения, амортизационную политику, принципы бюджетной поддержки, государство сможет эффективно влиять на процессы накопления и потребления капитала, структуру материального производства, его территориальное размещение. С помощью гибкой системы стимулирования будет достигнуто оптимальное

соотношение между бюджетным финансированием инновационной деятельности и самофинансированием научно-технического прогресса.

Важно, чтобы налоговая политика в Республике Беларусь в современных условиях обеспечивала активное инновационное развитие предприятий всех форм собственности, стимулировала производство конкурентоспособного продукта, ресурсосбережение, прогрессивное научно-технологическое развитие.

Налоговое регулирование позволит воздействовать на экономические процессы, поощрять развитие инновационной деятельности, воздействовать на экономическую активность, сбалансировать платежеспособный спрос и предложение, а налоговые льготы, предоставляемые в целях инновационного развития, позволят решать стратегические задачи в национальной экономике.

#### **Список использованных источников**

1. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file5a5cae06fafa4b28.PDF>
2. Киреева Е.Ф. Финансирование инновационной деятельности и применение налоговых льгот: современное состояние в Республике Беларусь / Е.Ф. Киреева / Вопросы современной экономики. Электронный научный журнал. – Выпуск № 1. – 2014. – Режим доступа : – <http://economic-journal.net/2014/01/077/>
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть): принят 29 дек. 2009 г.: одобр. 29 дек. 2009 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.
4. Об утверждении перечня высокотехнологичных товаров Республики Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 июня 2012 г., №574 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.
5. О Парке высоких технологий: Декрет Президента Респ. Беларусь, 22 сент. 2005 г., № 12: с изм. и доп. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.
6. О порядке формирования перечня инновационных товаров: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 31 окт. 2012 г., №995 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.
7. Полуян В.Н. Белорусское налогообложение: тренды и новации 2014 года / В.Н. Полуян / Проблемы управления. – 2014. – № 1. – С. 41–44.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС, СТАДИИ И ЭТАПЫ ИННОВАЦИОННОГО ЦИКЛА**

**А.С. Залесовский,**

преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Инновационный процесс в научно-технической сфере представляет собой процесс трансформации идеи в нужный обществу продукт (услугу). Хозяйственная практика свидетельствует, что крайне мало успешных примеров прямой передачи научно-технической разработки из стен вузов, отраслевых НИИ или иных учреждений Министерства образования непосредственно в промышленность. В большинстве случаев инновационные прорывы срабатывают именно в малых инновационных предприятиях (МИП), которые впоследствии поглощаются мировыми лидерами или же они сами превращаются в таких лидеров.

Осуществление любой предпринимательской деятельности всегда основано на какой-либо идее. Но для инновационного малого бизнеса правильный выбор идеи имеет принципиальное значение и фактически является залогом будущего успеха проекта или, наоборот, его неудачи. Именно постоянный поиск новых идей является «двигателем» инновационного бизнеса и, в достаточно высокой степени, научно-технического прогресса в целом.

В отличие от обычной бизнес – идеи, которая может заключаться в повторении уже существующего бизнеса, инновационную идею можно определить как реально существующую возможность производства оригинального товара, продукта, услуги или же их улучшенных вариантов (модификаций), а также новых марок.

Чтобы сформулировать инновационную идею, которая позволит рассчитывать на деловой успех, необходимо:

- либо открыть новый способ создания некоторой полезности, имеющей ценность для потребителей;
- либо создать комбинацию особых способностей, обеспечивающих создание данной полезности;

- либо создать уникальную формулу, с помощью которой можно достичь максимально возможной предпринимательской маржи (валовую прибыль, доход) в стоимости создаваемой полезности и иметь возможность присваивать эту маржу в виде прибыли.

Очевидно, что для этого необходимо, во-первых, хорошо представлять своих потенциальных клиентов и их потребности, во-вторых, четко понимать, с помощью каких способностей инноватор сможет удовлетворять имеющиеся потребности; в-третьих, быть способным выразить то, каким образом я за счет чего у инноватора будет появляться предпринимательская маржа.

Для предпринимателя, занимающегося инновационным бизнесом, очень важно выделить для себя те информационные источники, которые помогут ему найти инновационную идею. Этими источниками могут быть конкретные знания: о рынке и его потребностях; о появлении новых технологий, материалов, способов производства; о существующих структурных или географических разрывах в обеспеченности каким-то определенным товаром и др.

Конкретными источниками инновационных идей могут выступать:

- потребители – с точки зрения изучения потребительского спроса;
- ученые, в том случае, если они занимаются изобретением или поиском новых материалов, товарных свойств, которые могут привести к созданию новой продукции или услуг;
- конкуренты, в части своей стратегии и деятельности, связанной с изучением потребительского спроса;
- торговые агенты, дилеры и прочие посредники;
- непосредственно работники предприятия, при этом в процесс зарождения инновационных идей вовлекается как можно большее число сотрудников.

По мнению известного американского специалиста в области менеджмента П. Друкера, «подтолкнуть» предпринимателя к активному поиску инновационной идеи способны следующие факторы:

- неожиданное событие – успех, неудача, неожиданное внешнее событие;
- неконгруэнтность – несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней («такая, какой она должна быть»);
- нововведения, основанные на потребности процесса (под потребностью процесса следует иметь в виду те его недостатки, которые должны быть устранены);
- внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
- демографические изменения;
- изменения в восприятии, настроениях или ценностных установках людей;
- появление новых знаний, как научных, так и ненаучных.

Приближение к собственной инновационной идее у разных людей происходит по-разному. Кто-то всю жизнь идет к серьезному открытию, занимаясь научной работой, но, с точки зрения практики бизнеса, результаты этой работы могут никогда не найти применения. Кому-то может прийти в голову сразу несколько идей, а кто-то потратит много времени на поиски и обдумывание одной-единственной идеи. Чтобы «приблизиться» к своей собственной идее, задайте себе вопросы: «Что я умею делать?», «В какой сфере деятельности лежат мои интересы?», «Будет ли у кого-то потребность в результатах моей деятельности?» Новые идеи могут быть самыми разными по ценности и перспективности. Общим для них является то, что они постоянно занимают мысли своих авторов.

Весьма важно для инноватора произвести предварительный «отсев» идей уже на стадии их появления. Для этого необходимо обдумать и проанализировать каждую идею со всех сторон, чтобы в результате остановиться на одной или нескольких наиболее привлекательных идеях. Не следует стремиться реализовать сразу все имеющиеся идеи, иначе у предпринимателя просто может не хватить сил и ресурсов [1].

Основные вопросы, которые следует обдумать на предварительной стадии, следующие:

- В чем конкретно состоит ваша идея (товар, услуга)?
- В чем заключается новизна идеи?
- Кто будет пользователем (покупателем) результатов инновационного процесса?
- Что необходимо (какие ресурсы), чтобы начать реализацию идеи?
- Что может воспрепятствовать реализации, выбранной мной идеи?

Если после ответа на эти вопросы некоторые из инновационных идей не потеряют свою привлекательность, а, наоборот, станут еще более убедительными, настало время оценить их более детально и выбрать те из них, которые следует реализовывать в первую очередь.

Как показывает практика, отсутствие финансовых средств на разработку инновационных продуктов является одним из наиболее серьезных препятствий для малых предприятий, стремящихся работать в инновационной сфере. Поэтому, выбирая конкретные направления инновационной деятельности, особенно в сфере научно-технических разработок, предпринимателю необходимо быть в курсе приоритетов в области научно-технической политики, осуществляемой государством.

Для оценки жизнеспособности выбранной инновационной идеи специалисты, занимающиеся экспертизой инновационных проектов, обычно предлагают инициатору проекта ответить на следующие вопросы:

- Имелись ли основания для поисков идеи нового продукта?
- Существует ли вообще необходимость в создании нового продукта?
- Есть ли необходимость замены одного продукта другим? Является ли новый продукт органичным продолжением предыдущего ряда продуктов?
- Соответствует ли идея инновационного продукта внутривыпускной структуре предприятия-разработчика?
- В состоянии ли разработчик самостоятельно осуществить выпуск пробной партии продукта либо получить такой продукт?
- Сможет ли разработчик реализовать новый товар на рынке?
- Заполняет ли новый продукт какую-либо рыночную нишу?
- Осуществлял ли кто-либо ранее подобные идеи, если да, то насколько успешно?
- Не приступил ли в настоящее время кто-либо еще к реализации сходной идеи?
- С какими рисками может быть связана реализация предлагаемой идеи?
- Будет ли прибыль от реализации инновационного проекта выше, чем затраты на его реализацию?

Весьма важно при обосновании целесообразности реализации инновационного проекта рассмотреть каждую из следующих позиций и оценить степень важности каждого из приведенных критериев:

- новизна и приоритетность проекта;
- технико-технологическая осуществимость проекта;
- выбранная сфера деятельности (производство, сфера услуг; информационные технологии и т. д.), отраслевая принадлежность;
- рыночная привлекательность проекта (степень востребованности инновационного товара на рынке сбыта);
- наличие необходимого капитала для инициации инновационного проекта;
- необходимый ежегодный капитал;
- имеющиеся источники финансирования;
- процент личного участия в проекте автора;
- характер возможных денежных затруднений (постоянные, долговременные, вероятные, эпизодические);
- масштаб проекта (численность штата, необходимая для его реализации);
- наличие персонала с необходимым уровнем квалификации;
- оценка темпов роста бизнеса (медленный, умеренный, быстрый);
- размер потенциальной клиентуры и ее характер;
- предполагаемые конкуренты и преимущества инноватора перед ними;
- стратегия инноватора в бизнесе и перспективы развития предприятия;
- степень риска инновационного бизнеса;
- необходимость получения сертификатов и лицензий на производимые продукты;
- защищенность нового продукта патентами или авторскими свидетельствами (патентная или лицензионная чистота);
- наличие законодательной базы и соответствие проекта имеющемуся законодательству;
- наличие поддержки тематики инновационного проекта со стороны государственных органов, местных администраций или донорских организаций. Как правило, для ответа на перечисленные вопросы необходимо разработать полноценный бизнес-план инновационного проекта.

Рассматривая инновационный процесс как трансформацию инновационной идеи в потребительский продукт в научно-технической сфере, следует подчеркнуть, что в таких областях, как ИТ и Био, предметные стадии развития инновационной идеи несколько отличаются.

Существует большое количество классификаций стадий и этапов инновационного цикла «инновации-продукт». Обычно выделяют три стадии и внутри каждой стадии соответствующие этапы: стадия исследований (этапы фундаментальных исследований (ФИ), прикладных исследований (ПИ) и проектно-конструкторских разработок (ПКР)), стадия производства (этапы технологического освоения новшества, собственно производства новых товаров/услуг) и стадия потребления, или эксплуатации (реализация на рынке, эксплуатация, замена и ликвидация). Что касается стадий инновационного цикла «инноваций-процессов», то здесь выделяют стадии: зарождение (осознание потребности и возможности изменений, поиск и разработка новшеств), освоение (внедрение на объекте, эксперимент, осуществление производственных изменений), диффузия (распространение нововведения, тиражирование, многократное повторение на

других объектах), рутинизация (реализация нововведения в стабильных постоянно функционирующих элементах соответствующих объектов).

Но для инновационного малого бизнеса, работающего в научно-технической сфере, предметные стадии развития инновационной идеи экспертами и специалистами инноватики называются несколько по-иному, поэтому целесообразно применять другие классификации, которые постепенно принимаются научным сообществом. Часто выделяются стадии: фундаментальные исследования, поиск прикладного ресурса, НИР, ОКР, пилотное производство, серийное производство. Для малых инновационных предприятий, в частности, большой интерес представляет следующий цикл деятельности малого инновационного предприятия (МИП) от «долины смерти» до IPO (выпуска первых акций на рынок).

*Любая инновационная идея по дороге к коммерциализации неизбежно вступает в «долину смерти», под которой понимают самый начальный отрезок пути, когда перспективы инновационной технологии не ясны, впереди предстоят сплошные траты на создание работоспособного прототипа продукта или услуги, а собственных средств у разработчика может не хватить.*

Рассмотрим более укрупненно первую стадию, так называемую посевную стадию, приходящуюся на первый этап работы МИП. На этой стадии у разработчиков имеется лишь идея или проект. Компания находится в процессе формирования. Подбирается команда, проводятся НИОКР и маркетинговые исследования, определяется концепция бизнеса. Происходит сбор начальных финансовых ресурсов. Создается прототип инновационного продукта. Она сопровождает три ключевых этапа развития инновационной идеи: НИР, ОКР/ОТР и Пилот, поэтапно включая в свой состав новых акционеров.

Источники финансирования на «посевной стадии»: собственный капитал, семья, друзья, «бизнес-ангелы», «посевные фонды», гранты, государственная поддержка. Справедливым считается, если каждая сторона (инноватор и инвестор) вложат поровну: инноватор — технологию, а инвестор — деньги, которых будет достаточно для реализации задач этого этапа.

Данная стадия именуется «посев» у инвесторов, а у специалистов предметной области именуется НИР. Главная цель первой стадии — получить целевой продукт будущего бизнеса. Главные события — подтвержденный старт инноваций, привлечение первых инвестиций, формирование предпринимателя и учреждение проектной компании.

«Посевная» стадия жизни проекта — это самая ранняя, когда, собственно, и бизнеса как такового нет. непонятно, сработает ли идея, удастся ли надежно защитить патентами, созданную интеллектуальную собственность, сколько времени и денег придется потратить на ее коммерциализацию и есть ли вообще рынок. Вопросов больше, чем ответов, а ответы требуют напряженной квалифицированной работы и средств, которые в кредит у банка не взять, поскольку банки под залог идей категорически не ссужают. Инвесторы, готовые рисковать, существуют, и они называются «бизнес-ангелами», и «посевными инвесторами».

Вторая стадия называется «стартапом», или «старт-ап», как его именуют инвесторы, точнее, первая половина этой стадии, или ОКР/ОТР — как именуют специалисты предметной области. Главная цель стадии — разработка технологического процесса серийного производства целевого продукта будущего бизнеса. Главные события: компания недавно организована, создается команда, имеются опытные образцы продукции, компания налаживает производство и выход продукции на рынок, т. е. реализуются первые продажи (осуществляются поиск и привлечение первых клиентов на рынке), выполняется переход от прототипа к действующему масштабируемому продукту. Источники финансирования — венчурные фонды, т. е. на этой стадии типичным инвестором становится институциональный венчурный фонд. Здесь стороны делят доли компании обычно на 3 равные части, а новый инвестор вкладывает деньги, которые будут достаточны для реализации задач этого этапа за треть доли компании.

В конце этой стадии МИП входит в «долину смерти» «Долина смерти» — это участок на временной шкале, когда идея инноватора и основанная на ней бизнес-модель проходят серьезные испытания «на прочность». Начинается она, с момента первых продаж, то есть той точки, где кривая финансовых потоков, находясь в отрицательной области значений, проходит «точку перегиба». Собственно, «точка перегиба» кривой и есть следствие начала продаж. Если динамика прироста продаж позволяет изменить характер кривой, а бюджета проекта достаточно, чтобы поддерживать компенсацию разницы в операционных расходах и доходах от продаж, то у проекта есть шанс преодолеть «долину смерти» и дойти до «точки безубыточности». Как известно, это точка пересечения кривой с осью абсцисс (ось X), когда кривая переходит в положительную область (положительный финансовый поток).

Если же доход растет не теми темпами, как ожидалось, менеджменту бизнеса надо предпринять серьезные усилия по качественному преобразованию бизнес-модели или, например, сделать серьезные скидки в стоимости продукта для 1 – 2 крупных потребителей, чтобы вывести их денежные потоки на себя, чтобы они дали шанс бизнесу выйти на самоокупаемость. Одновременно с этим менеджменту надо изыскать резервы, чтобы счет компании не ушел «в минус». За этим должен следить финансовый директор (или бухгалтер), правильно сводя баланс движения денежных средств. Если появится необходимость, то менеджмент должен иметь источники «коротких» или «средних» денег, которые в резерве всегда должен иметь успешный предприниматель и его команда, прежде всего в лице финансового директора. Тем не менее, вся



ответственность лежит на предпринимателе, являющемся главным менеджером проекта и одновременно генеральным директором, отвечающим за все вопросы бизнеса.

Третья стадия – вторая часть «старт-апа», или стадия «ранний рост», или пилотное производство (экспериментальное производство), как именуют специалисты предметной области. Главная цель стадии – создание производственной компании и выход на проектную мощность по производству целевого продукта будущего бизнеса. Главные события – «проверка на прочность» и достижение «точки безубыточности».

Источники финансирования: финансирование проекта за счет клиента и заказчиков, а финансирование инвестиций на развитие осуществляются за счет фондов прямых инвестиций и банковских кредитов. На этой стадии типичным инвестором становится институциональный фонд прямых инвестиций. Здесь стороны делят доли компании на четыре равные части, а новый инвестор вкладывает деньги, которые будут достаточны для реализации задач этой стадии. Главные события: компания осуществляет выпуск и коммерческую реализацию готовой продукции, хотя пока не имеет устойчивой прибыли; постепенно происходит расширение ее клиентской базы, комплектуется штатный персонал компании, бизнес переезжает на свою площадку или берет долговременную аренду, где формирует все системы для полномасштабного бизнеса с развитием. Бизнес требует стандартизации номенклатуры выпускаемой продукции, разделения подразделений на бизнес-единицы, приносящие прибыль, и на сервисные службы, обеспечивающие бизнес-единицы ресурсами (информация, кадры, материалы и др.). Бизнес-единицами считаются производственный отдел и отдел продаж. Сервис-единицы — это служба маркетинга (для производственной компании), финансовая и кадровая службы, служба материально-технического обеспечения (снабжение), логистика и т. д. Все еще актуальным остается вопрос привлечения финансирования на развитие. Компания проходит точку безубыточности.

Четвертая стадия инновационного пути развития малой компании называется «расширение» и охватывает промежуток времени, когда компания занимает достаточно устойчивую позицию на рынке и начинает получать прибыль. При этом расширяются производство и сбыт продукции, увеличиваются основные активы и капитал компании. Источники финансирования те же, что и на предыдущей стадии: финансирование проекта за счет клиентов и заказчиков; а инвестиции на развитие предоставляют фонды прямых инвестиций и банки в форме кредитов.

Пятую стадию функционирования малого инновационного предприятия специалисты и эксперты называют обычно «промежуточной стадией», или «мезонинной стадией», поскольку это последняя стадия перед «выходом» компании на *IPO*. На данной стадии компания получает прибыль и привлекаются дополнительные инвестиции для улучшения краткосрочных показателей компании, что влечет общее повышение ее капитализации. В компанию на «промежуточной стадии» перед непосредственным выходом акций компании на открытый рынок начинают вкладывать средства инвесторы, ожидающие быструю отдачу от своих вложений. Источники финансирования: подготовка к *IPO* (*Bridgfinancing*).

На последней, шестой стадии, которую обычно называют «выход», происходят следующие главные события: создание публичной компании в форме открытого акционерного общества, продажа доли другому стратегическому инвестору (*M&A*), первичное размещение на фондовом рынке (*IPO*) или выкуп акций менеджментом компании (*MBO*) – доля инвестора приобретает менеджерами компании по устраивающей инвестора цене. Как правило, это точка выхода венчурных инвесторов. Продажа происходит по ценам, намного превышающим первоначальные вложения, что позволяет инвесторам зафиксировать значительные объемы прибыли. На этой стадии существует большая потребность во внешнем финансировании, что и обеспечивается продажей акций на открытом фондовом рынке.

Подобная специфика обозначения стадий инновационной цикла более характерна для инноваций малых предприятий, работающих в научно-технической сфере. Что касается большинства других сфер хозяйственной деятельности, то инновационный процесс в них можно представить как процесс последовательного превращения идеи в товар, проходящий этап фундаментальных, прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства, и сбыта – процесса коммерциализации нового продукта, технологии [2].

**Инновационный процесс** с организационной стороны – это параллельно последовательное осуществление научно-исследовательской, научно-технической, производственной деятельности и маркетинга.

**Инновационный процесс**, с временной точки зрения, представляет собой последовательную смену временных этапов жизненного цикла нововведения от возникновения идеи до ее разработки и распространения.

**Инновационный процесс** с ресурсной стороны можно определить как процесс финансирования и инвестирования разработки и распространения нового вида продукта или услуги.

В общем виде инновационный процесс состоит в получении и коммерциализации изобретений, новых технологий, видов продуктов и услуг, решений производственного, финансового, административного или иного характера и других результатов интеллектуальной деятельности.

Инновационная деятельность состоит из ряда мероприятий, объединенных в одну логическую цепочку. Каждое звено этой цепочки или стадия инновационного цикла подчинены своей логике развития, имеют

свои закономерности и особенности. Соединяясь воедино, научные изыскания, опытно-конструкторские и технологические разработки, инвестиционно-финансовые, маркетинговые мероприятия и производственный потенциал, возможности и способности организации подчинены одной главной цели — реализации нововведения (инновации).

Для инновационной деятельности характерными особенностями являются цикличность и этапность, что означает прохождение любого нового знания через полный инновационный цикл по стадиям и этапам. Этапы, которые составляют стадию, характеризуют ее, с одной стороны, как часть единого целого инновационного цикла, а с другой стороны, как относительно самостоятельный, обособленный элемент цикла с характерным для него законченным комплексом мероприятий.

В соответствии с тем, что различают инновации-продукты и инновации-процессы, будем аналогично выделять структуру инновационного цикла «инновации – продукт» и «инновации – процесс».

На первой стадии инновационного цикла, на стадии НИОКР, проводятся фундаментальные теоретические исследования (1-й этап), прикладные изыскания (2-й этап) и проектно-конструкторские разработки (3-й этап). Общность первых трех этапов состоит в том, что первичным материалом и результатом первой стадии инновационного цикла являются новые научные знания, научные идеи в форме открытий, изобретений. Цель фундаментальных исследований (ФИ) — выявить наиболее существенные закономерности, раскрыть новые связи между явлениями, познать закономерности природы и общества с точки зрения их конкретного использования. Фундаментальные исследования делятся на теоретические и поисковые. Результаты теоретических исследований проявляются в научных открытиях, обосновании новых понятий и представлений, создании новых теорий. Толчок для коренных изменений в науке способно дать только такое открытие, в котором в определенный момент производство испытывает наибольшую практическую потребность. Поэтому на данном этапе также выявляются реальные возможности применения новых знаний. К поисковым относятся исследования, задачей которых является открытие новых принципов создания изделий и технологий, новых, не известных ранее свойств материалов и их соединений, методов управления. Завершаются поисковые фундаментальные исследования обоснованием и экспериментальной проверкой новых методов удовлетворения общественных потребностей. Все поисковые фундаментальные исследования проводятся как в академических учреждениях, институтах и вузах, так и в крупных научно-технических и производственных организациях персоналом высокой квалификации.

Приоритетное значение фундаментальной науки в развитии инновационных процессов определяется тем, что она выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области знания. Вероятность положительного результата фундаментальных исследований в мировой науке составляет лишь 5 %. Поэтому фундаментальные исследования должны финансироваться в основном за счет бюджета государства на конкурсной основе, а также могут частично использовать и внебюджетные средства. В условиях рыночной экономики заниматься фундаментальными исследованиями отраслевая наука не может себе позволить.

Научное знание стало сейчас теоретической основой развития производства, поэтому в развитых странах фундаментальным теоретическим и поисковым исследованиям уделяется особое внимание. Именно они образуют потенциал знаний для инновационной деятельности, представляющий собой интеллектуальный продукт, рыночную стоимость которого оценить весьма сложно.

Выполнение прикладных НИР связано с высокой вероятностью получения отрицательных результатов. Поэтому прикладные исследования (или рискоинвестиции), выполняемые в научно-технических организациях и вузах с различными тематическими направлениями, финансируются за счет средств государственного бюджета, на конкурсной основе, а также крупного бизнеса и венчурных фондов. На этапе прикладных исследований новые знания, полученные в результате фундаментальных исследований, материализуются в вещественной форме – в виде изобретений, промышленных образцов и полезных моделей. Результатом данного этапа являются новые оригинальные образцы техники и технологии, которые подтвердили свою экономическую эффективность и практическую применимость в тех или иных отраслях и сферах общественного производства.

После завершения прикладных научно-исследовательских работ (НИР) при условии положительных результатов экономического обоснования и анализа, удовлетворяющих предприятие с точки зрения стоящих перед ним целей, имеющихся ресурсов и рыночных возможностей и условий, приступают к выполнению опытно-конструкторских работ (ОКР), связанных с разработкой аванпроектов, эскизно-техническим проектированием, выпуском рабочей конструкторской документации, изготовлением и испытанием опытных образцов. ОКР – важнейшее звено материализации результатов предыдущих этапов НИР. Основная задача ОКР – создание комплекта конструкторской документации для серийного производства. Данный этап проводится в специализированных лабораториях вузов, в конструкторских бюро, на опытных заводах, в научно-производственных подразделениях крупных предприятий. К источникам финансирования на этом этапе добавляются собственные средства предприятий и организаций [3].

**Проектирование** – комплекс мероприятий, обеспечивающих поиск технических решений, удовлетворяющих заданным требованиям, их оптимизацию и реализацию в виде комплекта конструкторских доку-

ментов и опытного образца (образцов), подвергаемого циклу испытаний на соответствие требованиям технического задания.

Любое современное сложное техническое устройство есть результат комплексного знания. Проектировщик должен знать маркетинг, экономику страны и мира, физику явлений, многочисленные технические дисциплины (радиотехнику, вычислительную технику, математику, машиностроение, метрологию, организацию, технологию производства и т. д.), условия эксплуатации изделия, руководящие технические документы и стандарты.

Кроме того, следует учитывать: особенности и требования реальной жизни, коллектива, чужой опыт, умение получать и оценивать информацию. Не последним требованием к проектировщику является комплексность мышления, умение работать с большим числом организаций. Особенно это умение необходимо разработчику изделия, входящего в более сложный комплекс (например, радиостанции для судна, самолета) или связанного с другими системами (по выдаче данных, питанию, управлению и т. д.).

В процессе НИОКР формируется новая научно-техническая информация, отражаемая в соответствующей документации. Уровень эффективности и практического применения результатов исследования зависит от того, на каком из этапов инновационного цикла он определяется. По оценкам, если на I этапе окупается только 5 – 10 % произведенных затрат, на II этапе – 20 – 25 %, на III этапе – 90 %.

Вторая стадия «ПРОИЗВОДСТВО» состоит из двух этапов: технологического освоения новшеств (IV) и собственно производства новых продуктов (V).

На четвертом этапе основной целью является подготовка производства к практическому применению результатов научно – исследовательских и опытно-конструкторских разработок и обеспечение необходимых для этого условий. Именно на данном этапе осуществляется непосредственное взаимодействие науки и производства.

На V этапе происходит тиражирование новых продуктов, то есть собственно производство нового продукта на серийных заводах. Степень удовлетворения общественных потребностей в новом продукте во многом определяется соответствием мировому, уровню результатов разработок, выполненных на предыдущих этапах инновационного цикла. Если произведенный новый продукт будет соответствовать или превосходить лучшие мировые образцы, тогда соответственно будет получен ожидаемый эффект и обеспечена конкурентоспособность продукции и предприятия.

На третьей стадии инновационного цикла «инновации – продукт» осуществляется собственно потребление нового продукта, и выделяются два этапа – этап реализации на рынке и этап потребления (использования, эксплуатации) продукта.

На VI этапе (реализация на рынке) происходит перераспределение новых продуктов между потребителями на основе правильного выбора места и условий последующей эксплуатации (потребления) новшества.

На VII этапе (потребление) происходит непосредственное потребление нового продукта, а следовательно, и нового знания, о веществе, воплощенного в нем. Именно на этом этапе выявляется фактическая эффективность проведенной инновационной деятельности, когда оцениваются достоинства и выявляются имеющиеся недостатки продукта, заинтересованность в устранении которых служит стимулом для создания нового инновационного цикла, поскольку возникает потребность в более совершенном продукте.

Для отдельных инноваций-продуктов выделяют этап замены в качестве отдельного элемента стадии потребления инновационного цикла. Поэтому последний этап (VIII) — этап старения и замены наступает тогда, когда наступает не только физический, но и моральный износ техники, обусловленный появлением новых, более эффективных образцов новой техники. Целью данного этапа является обеспечение замены устаревшей техники более производительной и экономичной с минимальными потерями для производства [4].

Таким образом, с помощью рассмотренного в общем виде структуры инновационного цикла «инновации – продукт» можно упорядочить и формализовать процесс разработки и внедрения на предприятиях продуктовых инноваций.

Существует и другая классификация жизненного цикла продуктовой инновации, предполагающая выполнение следующих стадий:

- первая – НИОКР по созданию продукта;
- вторая – технологическая подготовка и организация серийного производства продукта;
- третья – масштабный выпуск продукта;
- четвертая – снижение объемов выпуска и прекращение производства продукта.

Последовательность разработки и внедрения стадий и этапов инновационного цикла «инновации-процессы» в учебной литературе в большинстве своем имеет вид:

- 1 – зарождение (осознание потребности и возможности изменений, поиск и разработка новшеств);
- 2 – освоение (внедрение на объекте, эксперимент, осуществление производственных изменений);
- 3 – диффузия (распространение нововведения, тиражирование, многократное повторение на других объектах);
- 4 – рутинизация (реализация нововведения в стабильных постоянно функционирующих элементах соответствующих объектов).

Под диффузией инноваций принято понимать распространение нововведений – процессов в деловых циклах научно-технической, производственной и организационно-экономической деятельности, включая сферу оказания услуг. Возможность диффузии инноваций определяется их инвариантностью, то есть способностью сохранения неизменными имеющихся количественных характеристик, но отношению к преобразованиям и переменам окружающей внешней среды. Инвариантность инноваций-процессов способствует ускоренному притоку инвестиций, так как характеристики технологических инноваций в случае их диффузии остаются неизменными и инвестор с большей определенностью может планировать экономические результаты инновации.

Важнейшим рыночным регулятором диффузных процессов является трансферт инноваций, который законодательно разрешает передачу права использования новшеств как носителей новых ценностей другим субъектам инновационной деятельности. Трансфер технологий представляет собой процесс переноса технологии от разработчика к пользователю в следующих организационных формах: лицензионные соглашения; совместные научно-исследовательские предприятия; инженерно-исследовательские центры; совместные промышленно-университетские научно-исследовательские центры.

Таким образом, жизненный цикл технологической инновации состоит из следующих стадий:

- первая – НИОКР по созданию технологии;
- вторая – промышленное освоение технологии;
- третья – распространение и тиражирование технологии;
- четвертая – процесс рутинизации технологии, который включает широкое применение нововведений-процессов в стабильно функционирующих подразделениях организаций и предприятий [5].

#### **Список использованных источников**

1. Кондратьев, Н. Д. Основные проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. – М. : Наука, 1991.
2. Друкер, П. Инновации и предпринимательство / П. Друкер. – М., 1992.
3. Глазьев, С. Ю. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы центрального регулирования / С. Ю. Глазьев, Д. С. Львов, Г. Г. Фетисов. – М. : Наука, 1992.
4. Макаркин, Н. П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / Н. П. Макаркин. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 1997. – С.13.

## **АРАБСКИЙ ВЕКТОР ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**И.Н. Фомина,**

доцент кафедры финансов

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В ходе реализации арабского вектора, одного из важных направлений внешней политики Беларуси, белорусская дипломатия достигла определенных успехов. Вместе с тем, с первых лет становления арабского направления Минск сталкивался с вызовами и проблемами, что оказывало сдерживающее влияние на развитие белорусско-арабских отношений.

Так, несмотря на установление дипломатических отношений с Египтом, Марокко, Кувейтом и Оманом в 1992 году и ОАЭ и Сирией в 1993 г., официальные визиты Председателя Совета министров Беларуси В. Кебича в Кувейт (май 1992 г.) и ОАЭ (май 1993 г.), открытие Генерального консульства в Абу-Даби (1994 г.), отношения с арабскими странами не получили масштабной поддержки со стороны белорусского руководства. В 1992–1993 гг. дипломаты Омана, Марокко, Туниса, Египта, Ирака выразили заинтересованность своих правительств в сотрудничестве с независимой республикой, но Минск не использовал в полной мере возможность установить более тесные отношения с этими государствами на волне интереса к Беларуси. В 1992–1994 гг. арабский регион воспринимался, как политически и географически удаленная часть мира, не представляющая интереса в аспекте укрепления международного престижа республики. Только в 1994–1995 гг. складывается понимание перспективности сотрудничества с арабским миром в политическом и экономическом плане и разрабатывается программа сотрудничества с арабскими государствами, а в 1997–1999 гг. открываются первые посольства в арабских странах – Египте, Сирии и ОАЭ. Таким образом, Минск приступил к более активной политике в регионе с некоторым опозданием [1].

Еще одной проблемой, проявившейся в ходе реализации направления, стало осознание особенностей выстраивания отношений с арабскими государствами, в том числе с монархиями Залива. Длительным оказался процесс установления личных контактов с руководством арабских стран, в связи с чем, договоренно-

сти о визитах глав арабских государств, достигнутые в ходе переговоров с официальными лицами, в рассматриваемый период не были реализованы. Так, в 2001 г. был отложен визит М. Каддафи (состоялся в ноябре 2008 г.), в 2003–2005 гг. шла подготовка визитов Президента Сирии Б. Асада (состоялся в июле 2010 г.) и Эмира Катара Х. Аль Тани (состоялся в апреле 2009 г.), так и не состоялся ожидавшийся в 2006 году визит Президента Египта Х. Мубарака. Приглашения посетить Минск также направлялись эмиру Кувейта Дж. Аль-Сабаху (январь 2000 г.), королю Иордании Абдалле (декабрь 2002 г.), наследному принцу Саудовской Аравии Абдалле (март 2004 г.) и султану Омана Кабусу (ноябрь 2004 г.), но Минск так и не вошел в программу официальных визитов. В период 1992–2006 гг. состоялись визиты Президента Ливана Э. Лахуда и Президента Судана Х. Аль-Башира (июль 2004 г.), глав не самых влиятельных государств в арабском мире.

Кроме того, из приоритетных арабских партнеров только Ливия открыла посольство в Минске (2001 г.), в то время как Египет, Сирия, ОАЭ достаточно долго были представлены на уровне послов, аккредитованных по совместительству. Вопрос открытия посольств обсуждался в течение 1998–2006 гг., и только в 2007 году было открыто посольство Сирии, а в 2009 г. – посольство ОАЭ. То, что «обычные методы на Востоке не срабатывают», было отмечено Министром иностранных дел С. Мартыновым в ходе совещания с Главой государства по вопросам сотрудничества со странами Персидского залива, и это свидетельствует о понимании специфики работы с регионом.

В процессе построения отношений с арабским миром у Беларуси сформировались приоритетные партнеры.

Региональные события, как, например, операция в Ираке 2003 г., вторжение Израиля в южный Ливан или распад Судана в последующие годы, и события на международной арене, как теракт в США в 2001 г. и формирование списка стран «оси зла» с целью оказания давления на правительства Ливии, Сирии, Йемена и Судана, также оказывали негативное влияние на возможности реализации арабского направления. Операция в Ираке вызвала смещение в расстановки политических сил в арабском мире, а экономика таких страна как Сирия, Ливан и Иордания испытала серьезные потрясения в связи с прекращением поставок иракской нефти, что отразилось на динамике товарооборота с Беларусью. Эти изменения требовали от белорусской дипломатии быстрой адаптации к новым условиям и внесения коррективов в стратегию развития отношений с арабским регионом. Нестабильность в арабском мире стала серьезным вызовом для Минска.

На динамике отношений с арабскими государствами сказалось, что белорусская дипломатия имела слабую поддержку своих инициатив со стороны предприятий экспортеров.

В период 1992–2006 гг. только МАЗ и МТЗ открыли сборочные предприятия в арабском регионе, развитие товаропроводящей сети других предприятий-экспортеров в арабских странах не осуществлялось практически до 2003–2005 гг. Можно также отметить, что слабое вовлечение белорусского частного бизнеса в сотрудничество с арабскими государствами – количество совместных предприятий в 1992–2006 было незначительным. Несмотря на значимость инвестиционного сотрудничества с арабскими странами, отмечался бюрократизм и формализм в работе. Проблемным моментом стал длительный период формирования договорно-правовой базы с такими странами, как Кувейт, Катар, Марокко, Алжир [2].

В заключение можно констатировать, что проблемы, проявившиеся в ходе реализации арабского направления, не стали непреодолимым фактором на пути сотрудничества с арабскими государствами. Взаимная заинтересованность партнеров в развитии отношений содействовала решению ряда вопросов в последующие годы. Важным представляется, что белорусская дипломатия стремиться к корректной оценке недочетов и достигнутых результатов и дальнейшему поиску форм и подходов к взаимодействию с арабским регионом.

#### **Список использованных источников**

1. Беларусь и страны Африки: потенциал сотрудничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://export.by/resources/izdaniya\\_i\\_publicacii/belarus\\_i\\_strani\\_afriki\\_potencial\\_sotrudnichestva.html](http://export.by/resources/izdaniya_i_publicacii/belarus_i_strani_afriki_potencial_sotrudnichestva.html)
2. Беларусь намерена развивать отношения со странами Африки и Южной Америки [Электронный ресурс]// Белновости. – 2013. – 13 апреля. – Режим доступа: <http://belnovosti.by/politics/7280-belarus-intends-to-the-relations-ith-the-countries-of-africa-and-south-america.html> <http://belnovosti.by/politics/7280-belarus-intends-to-develop-the-relations-with-the-countries-of-africa-and-south-america.html>

## СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ В ПОЛЬШЕ

Ришард Пукала

канд. экон. наук

*Государственная высшая технико-экономическая школа,*

*г. Ярослав, Польша*

Процесс создания в Польше современного, приспособленного к международным стандартам рынка страхования начался вместе с принятием Закона о страховой деятельности 28 июля 1990 г., который ввел в польское право первые директивы Европейского Союза. Этот закон ликвидировал страховую монополию государства, предоставляя возможность создать частные страховые учреждения с отечественным или внешним капиталом. В свою очередь, это дало возможность быстро развиваться страховому рынку – как с точки зрения количества, так и качества страховой деятельности. Дополнительно, важным элементом, стимулирующим развитие страхового рынка, было динамическое развитие банковского и капитального рынка, а также формирование принципов свободной конкуренции.

Страховая деятельность в Польше, в дополнение к положениям Гражданского кодекса, была окончательно урегулирована 22 мая 2003 года четырьмя основными законами:

- «О страховой деятельности», регулирующий функционирование страхового рынка, страховых и перестраховочных учреждений, а также условия страхования в области имущественного страхования и страхования жизни.

- «О страховом посредничестве», отражающий принципы выполнения страхового посредничества в области страхования жизни и имущественного страхования.

- «Об обязательном страховании, Страховом гарантийном фонде и Польском бюро страховщиков транспортных средств», регулирующий:

- принципы заключения и выполнения договоров обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, обязательного страхования гражданской ответственности земледельцев на основании ведения сельскохозяйственной деятельности и обязательного страхования зданий, входящих в состав сельского хозяйства от пожаров и других стихийных бедствий,
- способ контроля выполнения обязанности заключения страховых договоров, а также последствия невыполнения этой обязанности,
- основные принципы, которые должны соответствовать договорам обязательного страхования,
- задачи и принципы действия Страхового гарантийного фонда и Польского бюро страховщиков транспортных средств.

«Страховом и пенсионном надзоре», создание Уполномоченного по делам страхователей, регулирующий принципы надзора над страховой деятельностью, а также функционированием пенсионных фондов. Этот закон заменили 21 июля 2006 г. Законом о надзоре над финансовым рынком, назначая Комиссию финансового надзора, задачей которой является надзор над всем финансовым рынком.

Оценивая уровень развития страхового рынка с перспективы последних 20 лет, надо обратить внимание, что как по стороне предложения, так и по стороне спроса, на нём произошли существенные изменения, обусловленные институциональными и экономическими факторами. Страховой сектор прошёл глубокую трансформацию, как предметно-структурного, так и количественного характера. Изменения касались почти всех аспектов его функционирования. Преобразования выполнялись под влиянием внутренних институциональных процессов (таких как социально-экономические изменения), а также внешних, таких как: глобализация, де-регуляция и либерализация. Конкурентные условия на страховом рынке в Польше значительно улучшились. Рынок становится всё более эффективным. Произошли значительные, структурные изменения со стороны спроса. Несомненно, это свидетельствует о повышающейся страховой сознательности и повышающейся роли, какую играет сектор страхований в накоплении сбережений. Домашние хозяйства не ограничивают потребления страхований лишь к основному обслуживанию, которым являются инструменты, защищающие от риска форс-мажорных ситуаций, но используют страховые продукты также как вид финансовых вкладов, а также дополнительного пенсионного обеспечения. Следует отметить, что домашние хозяйства в Польше в настоящее время заявляют большой спрос на финансовые услуги, которые в экономике рассматриваются как предметы роскоши, частью которых является страхование жизни с основными фондами, а также другие виды страховых продуктов, связанные со страхованием сбережений и инвестиций.

Страховой рынок – кроме страховой защиты потребителей, страховых учреждений, а также вспомогательных учреждений (в фазе распределения страхования – страховые посредники, а в фазе предоставления услуг – также другие обслуживающие лица) – создают также учреждения так называемой инфраструктуры

страхового рынка. К ним в частности принадлежит Комиссия финансового надзора, учреждения поддерживающие потребителей или дополняющие деятельность страховых учреждений, т.е. Польская страховая палата, Польское бюро страховщиков транспортных средств, Уполномоченный по вопросам застрахованных, а также Страховой гарантийный фонд.

## **1. Комиссия финансового надзора**

Комиссия финансового надзора (КФН) является центральным органом государственной администрации, осуществляющим надзор над финансовым рынком в Польше. Она была создана в силу Закона о надзоре над финансовым рынком от 21 июля 2006. Надзор над деятельностью Комиссии осуществляет Председатель Совета министров. КФН осуществляет надзор над:

- банковским сектором,
- капитальным рынком,
- страховым рынком,
- пенсионным рынком,
- платежными учреждениями и бюро платежного обслуживания, а также
- учреждениями электронных денег.

К задачам Комиссии кроме того принадлежит:

- предприятие действий, которые служат правильному функционированию финансового рынка,
- предприятие действий, имеющих целью развитие финансового рынка и его конкурентоспособности,
- предприятие информационных действий в области функционирования финансового рынка,
- участие в подготовке юридических проектов в области надзора над финансовым рынком,
- создание возможности полюбовного и примирительного решения споров между участниками финансового рынка, особенно споров, следующих из договорных отношений между субъектами, подвергающимися надзору Комиссии и потребителями услуг, предоставляемых другими субъектами.
- выполнение других задач, определенных законами.

Цель надзора над финансовым рынком – обеспечить правильное функционирование контроля этого рынка, его стабильность, безопасность, а также прозрачность, доверие для финансового рынка, а также обеспечить интересы участников этого рынка.

## **2. Польская страховая палата**

Польская страховая палата (ПСП) – это организация хозяйственного самоуправления, действующая с 1990 г., действующая на основании Закона о страховой деятельности от 28.07.1990 г. Первоначально Палата была добровольным объединением страховщиков, преобразованным в 1995 г., на основании Закона от 8.06.1995 г., который вносил изменения в закон о страховой деятельности, в организацию страхового самоуправления, членство в которой было обязательным и возникает в момент начала страховой деятельности на территории Польши. С 2000 г. произошло расширение деятельности Палаты, как в национальном, так и в международном масштабе. Увеличилось участие страховой среды в её деятельности. Развилась информационная, а также публикационная деятельность в области страхования. Была внедрена система обучения страховых кадров. В международной сфере появилось укрепление польской страховой среды, а также были развиты существенные для рынка связи с европейскими организациями и международными объединениями.

К главным целям Польской страховой палаты относятся:

- создание сильного страхового самоуправления,
- поддержка создания рациональной правовой системы, регулирующей страховое обслуживание в Польше,
- действие в рамках международных структур страхового самоуправления,
- обмен информацией и интеграция страховой среды,
- сотрудничество с финансовым надзором и страховыми учреждениями,
- образование в области страхования,
- создание престижа и доверия по отношению к страховому обслуживанию в Польше.

Таким образом, Польская страховая палата играет особенную роль в организации страхового рынка – представляет интересы страховых учреждений, как перед органами государственной власти, так и перед другими организациями или объединениями (отечественными и иностранными). Она также предпринимает действия в области охраны общих интересов членов Палаты, по предупреждению, вместе с другими учреждениями, угроз страхового рынка, по заботе о выполнении принципов честной конкуренции и принципов этики на страховом рынке.

### 3. Польское бюро страховщиков транспортных средств

Польское бюро страховщиков транспортных средств (ПБСТС) – это организация, сосредоточивающая страховые учреждения, которые на территории Польши занимаются обязательным страхованием гражданской ответственности владельцев транспортных средств за ущерб причиненный в связи с движением этих транспортных средств, так называемая автогражданка. В соответствии с положениями закона об обязательном страховании, Страховом гарантийном фонде и Польском бюро страховщиков транспортных средств, принадлежность этих учреждений к Польскому бюро страховщиков транспортных средств обязательна и начинается со дня получения от органа надзора разрешения на выполнение страховой деятельности. В рамках выполняемой деятельности ПБСТС занимается кроме прочего:

- выдачей страховых документов (сертификатов Зелёная карта) действующих в странах Системы Зелёной карты,
- заключением с Национальными бюро, из государств-членов Системы Зелёной карты, договоров о взаимном признании страховых документов,
- проведением оценки размера ущерба или непосредственным устранением ущерба, нанесенного на территории Польши владельцами транспортных средств, зарегистрированных за границей и имеющих действующие страховые полисы (Зелёная карта), которые выданы иностранными Национальными бюро,
- проведением оценки размера ущерба или непосредственным устранением ущерба, нанесенного на территории Польши владельцами транспортных средств, зарегистрированных в государствах, в которых Национальные бюро, которые подписали Многостороннее соглашение (т.е. в странах ЕОГ (*European Economic Area*), Андоре, Хорватии, Швейцарии и Сербии),
- определением принципов и порядка распределения документов граничного страхования, особенно определением форм этих документов, а также их учётом.

Кроме того ПБСТС исполняет роль:

- возмещающего органа,
- центра информации,
- центра редистрибуции информации о жертвах ДТП.

В соответствии с принципами Системы Зелёной карты Польское бюро страховщиков транспортных средств исполняет роль Национального бюро, представляющего Польшу в Системе зелёной карты и являющегося членом Совета бюро. Выполняя требования так называемой Женевской рекомендации ООН (*Recommendation No 5 on Insurance of Motorist Against Third Party Risks – 25.01.1949; 1984, 2000, 2004*) ПБСТС является организацией признанной Республикой Польшей, которая подписала и подписывает соответствующие договора с эквивалентными организациями других государств принадлежащих к Системе Зелёной карты.

### 4. Уполномоченный страхователей

Уполномоченный страхователей (УС) – польское государственное учреждение, созданное в 1995 г. В связи с банкротством нескольких страховых компаний, задачей которого является представление интересов страховщиков, страхователей, указанных страховщиками выгоду приобретателей или уполномоченных на основании страховых договоров, членов открытых пенсионных фондов и участников пенсионных программ рабочих (ППР).

К задачам Уполномоченного страхователей относятся предпринятые действия в области защиты лиц, интересы которых представляет, а именно:

- рассмотрение индивидуальных жалоб по делам направляемым Уполномоченному,
- рецензирование юридических актов, касающихся организации и функционирования страхования, пенсионных фондов и пенсионных программ рабочих,
- внесение в соответствующие органы заявлений о принятии законодательной инициативы или о выдаче или изменении других юридических актов,
- уведомление соответствующих органов надзора и контроля, а также Польской страховой палаты и хозяйственных организаций всеобщих пенсионных компаний о замеченных нарушениях в деятельности страховых учреждений, пенсионных фондов, пенсионных обществ, страховых программ работников и других учреждений страхового рынка,
- возможности полюбовного и примирительного решения споров,
- инициирование и организация образовательной и информационной деятельности в области защиты страховщиков, страхователей, указанных страховщиками бенефициаров или уполномоченных на основании страховых договоров, членов открытых пенсионных фондов, а также участников пенсионных программ работников,



- организацию третейского суда, решающего споры со страховыми учреждениями и страховыми обществами, Страховым гарантийным фондом, а также Польским бюро страховщиков транспортных средств.

Уполномоченный в рамках выполнения своих задач сотрудничает с национальными и иностранными потребительскими организациями, а также Уполномоченным по гражданским правам, а его функционирование подчёркивает значение проблематики охраны интересов потребителей в страховании.

### 5. Страховой гарантийный фонд

Страховой гарантийный фонд (СГФ) – учреждение, созданное в 1990 вследствие развития страхового рынка в Польше. Задача фонда – выплата возмещения и пособий на основании обязательного страхования ГО собственников механических транспортных средств и земледельцев имеющих сельские хозяйства, когда виновник не заключил страхового договора (ущерб нанесенный имуществу и человеку) или не был идентифицирован (ущерб нанесенный человеку). Фонд, также удовлетворяет требования уполномоченных лиц в случае объявления банкротства или отмены заявки об объявлении банкротства страхового учреждения или прекращения процедуры банкротства, если имущества должника не хватает даже для удовлетворения расходов процедуры банкротства или в случае назначения принудительной ликвидации страхового учреждения, если требования уполномоченных лиц не могут быть возмещены активами, являющимися покрытием технически-страховых резервов. Из обязательного страхования гражданской ответственности СГФ выплачивает 100 % надлежащего возмещения и пособий, а по договорам страхования жизни 50 % задолженности, однако не более суммы составляющей эквивалент 30 тыс. евро.

Фонд является органом, уполномоченным на контроль выполнения обязанности страхования ГО собственников механических транспортных средств и ГО земледельцев. Основанием для деятельности СГФ является Закон об обязательном страховании, страховом гарантийном фонде и Польском бюро Страховщиков транспортных средств от 22 мая 2003.

Кроме того СГФ выполняет задачи следующие из Четвёртой коммуникационной директивы ЕС, связанной с созданием, а также функционированием Центра информации, а также предоставлением финансовой помощи в виде возвратной ссуды страховому учреждению, принимающему портфель договоров с обязательного страхования гражданской ответственности собственников механических транспортных средств или гражданской ответственности земледельцев.

В последние годы мы стали свидетелями динамичного развития страхового рынка, выраженного как по количеству страховщиков, работающих на рынке (в основном за счет входа на рынок субъектов из ЕС, работающих на территории Польши в рамках нотификации), объема нашей продукции, так и по стоимости подписанного взноса брутто. Количество операторов на рынке страхования, работающих в Польше с 2007 – 2014гг, располагающих национальным разрешением на ведение деятельности приведены в Таблице № 1.

*Таблица 1*

#### Страховые компании, которым выданы разрешения на территории Польши на ведение деятельности

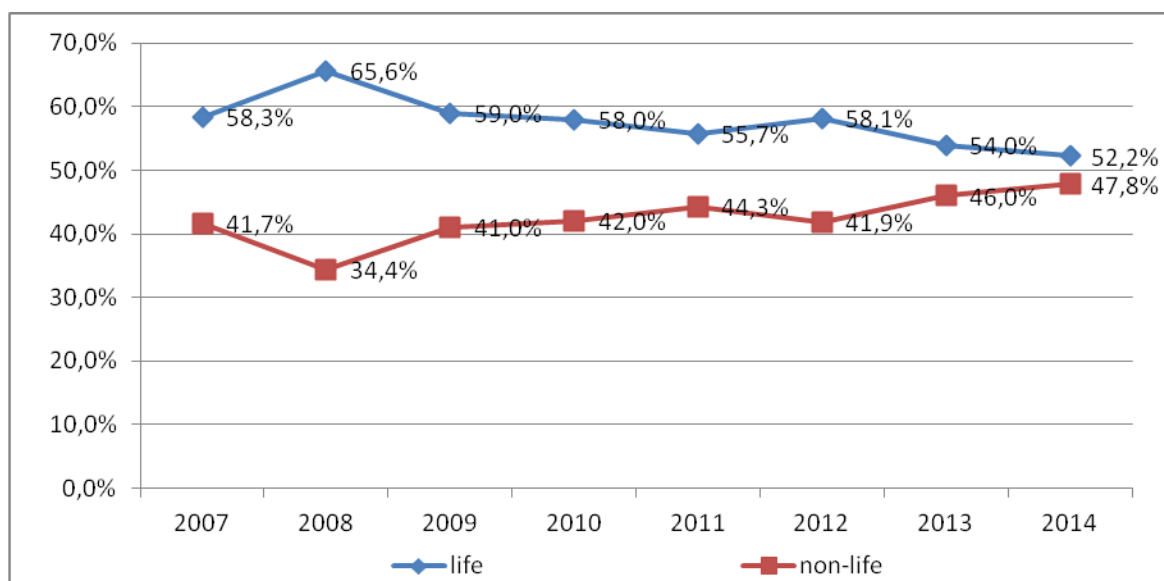
Количество страховых компаний	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
life	33	31	31	30	29	28	27	27
non – life	35	35	34	33	33	31	31	31
<b>Total</b>	68	66	65	63	62	59	58	58

Источник: [1-8]

Можно заметить, что количество компаний оставалось относительно неизменным, это свидетельствует о насыщении рынка. Влияние на эту ситуацию имеет также тот факт, что на польском рынке страхования, который является также частью единого рынка страхования ЕС, могут свободно действовать другие страховщики в рамках единой лицензии. Эта ситуация привела к тому, что к концу 2011 года о готовности ведения деятельности на территории Польши заявило около 500 компаний из ЕС. Из таблицы 1 видно, что увеличение количества разрешений на страховую деятельность на территории Польши не происходит, так как происходит слияние небольших страховых организаций.

Производя анализ рынка, с точки зрения уровня страховых взносов следует отметить, что в 2009 – 2010 гг. был период финансового кризиса, что оказало негативное влияние на рынок, но не смотря на это в 2009 – 2011 наблюдается увеличение страховых взносов. Это произошло как в отрасли страхования жизни, так и в отрасли страхования имущества. В то время как в первые годы трансформирования экономики больший интерес вызывало страхование non – life, что характерно для развивающихся рынков, но начиная с 2007 года страховые компания получали больше страховых взносов по страхованию жизни, что соответствует с тенденциями на рынке ЕС и это видно на Графике 1.

**График № 1.** Страховые премии в Польше life и non life за 2007 – 2014 гг. (в %)

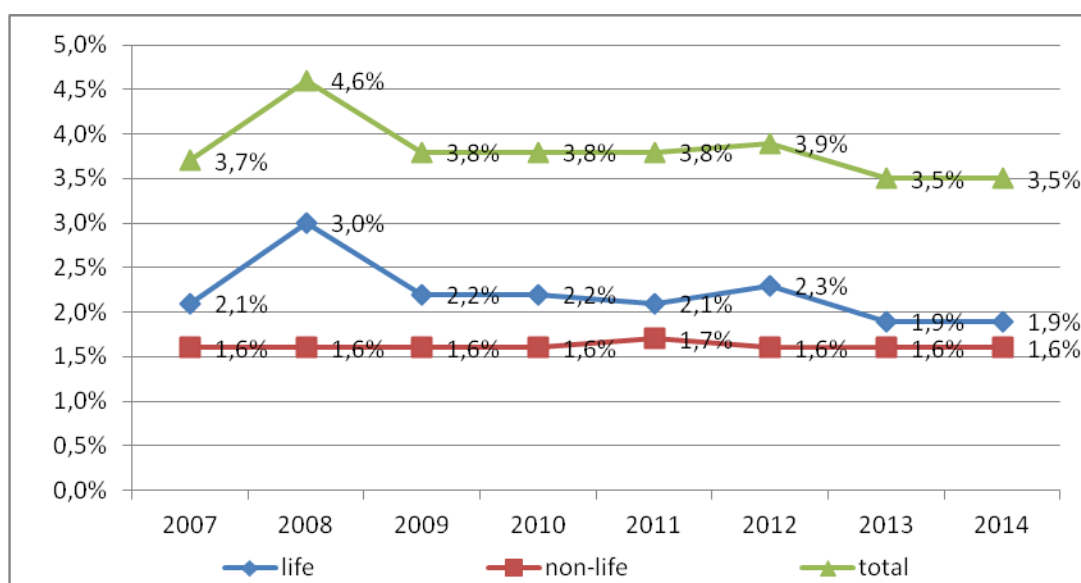


Источник: [1-8]

Динамичному развитию страхования жизни, в дополнение к повышенному интересу со стороны общественности, способствует правовая структура по страхованию жизни, которая в польских условиях очень объемная и включает в себя разнообразные соглашения и экономические функции. В последние годы особенно важную роль играют инвестиционные продукты, а также связанные со сбережениями. Они, как правило, предлагаются страховыми компаниями в сотрудничестве с заинтересованными сторонами из других секторов финансового рынка. Содержание этих договоров напоминает типичные инструменты рынка капитала (например, паи инвестиционных фондов) и банковского сектора (банковские депозиты). Защитная функция здесь ограничена, и, следовательно, подверженность страховой компании риску страхового характера не играет существенной роли. В то же время, конструкция этих продуктов приводит к тому, что риск размещения (инвестиционный), связанный с приобретаемыми страховой компанией активами, а также сам подбор активов находится в значительной степени на стороне страхователя.

ВВП является одной из основных мер оценки развития страхового рынка. Роль и значение страхования, как правило, определяется соотношением взноса к объему валового внутреннего продукта. Анализируя значение страхования для экономики страны можно использовать показатель проникновения на рынок, который определяет процент страхования в ВВП страны. Данные, показывающие эту долю в период 2007 – 2014 представлены в ниже приведенном графике № 2.

**График № 2.** Доля страхования life и non life в ВВП страны за 2007 – 2014 гг. (в %)

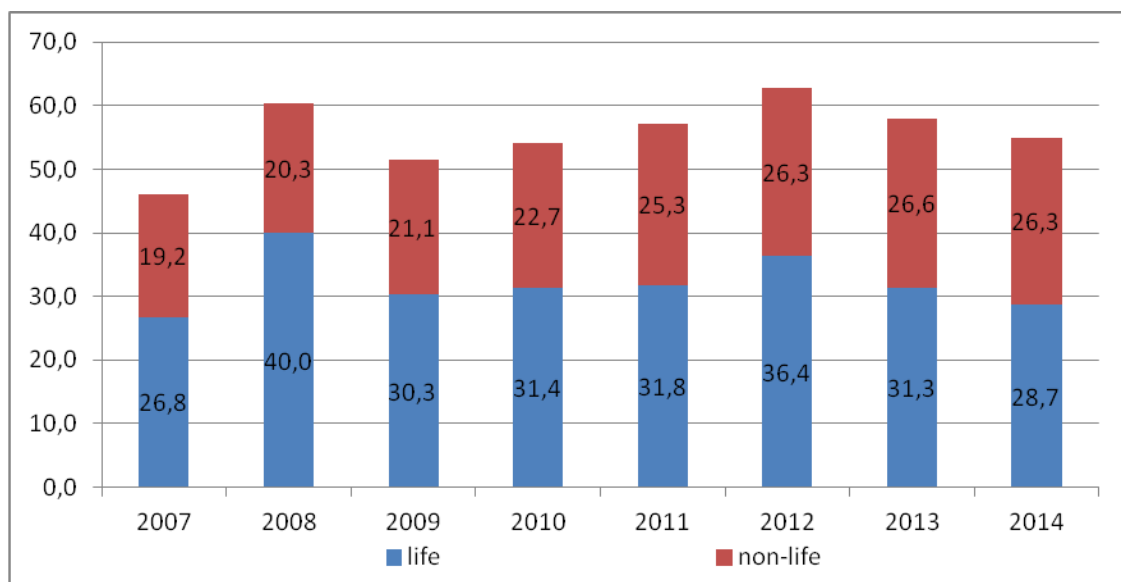


Источник: [1-8]

На Графике 2 видно, что за последние 8 лет доля страховых взносов в ВВП по страхованию non-life остается на одном уровне, по страхованию life в 2008 году произошло увеличение доли страховых взносов в ВВП до 3,0 %, затем с 2009 года происходит снижение этого показателя до 1,9 %.

К наиболее важным группам продуктов в сегменте страхования жизни в Польше относится: страхование жизни, несчастного случая, болезни, инвалидности и детское страхование от несчастных случаев. Наиболее важные категории продуктов в сегменте рискованного страхования: страхование ответственности, автокаско, страхование повреждения имущества и другие типы страхования, включая страхование финансовых рисков. Страховые премии на рынке Польши в 2007 – 2014 годах представлены на графике № 3.

**График № 3.** Страховые взносы life и non life в 2007 – 2014 годы (млн PLZ)

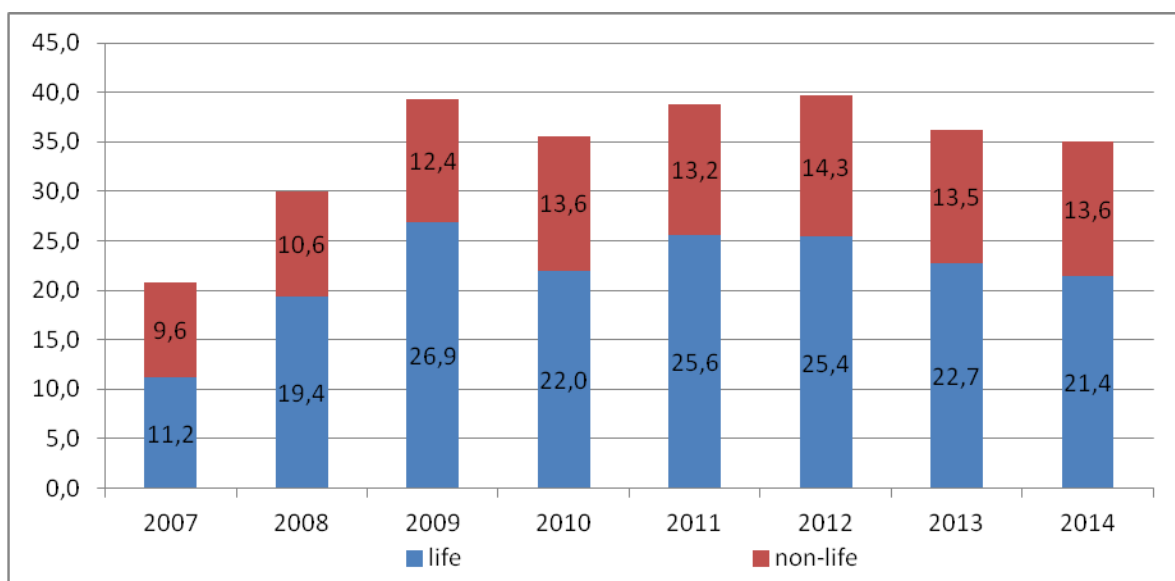


Источник: [1-8]

Страховые взносы отражены в 2-х направлениях: страхование life и страхование non-life. По страхованию life страховые организации собирают больше страховых взносов, чем по страхованию non-life.

Страховые выплаты являются неотъемлемой частью функционирования страхования. Являются частью финансовой поддержки в случае страховых событий, которые вызывают материальные потери застрахованного лица. Уровень страховых выплат на рынке представлен на графике № 4.

**График № 4.** Страховые выплаты life и non life в 2007 – 2014 годы (млн PLZ)



Источник: [1-8]

Как видно из Графика 4 в период с 2007–2009 гг. страховые выплаты увеличиваются, как по страхованию life, так и по страхованию non-life. В 2010 году финансового кризиса происходит снижение страховых выплат на 4,9 млрд польских злотых по страхованию life, а в период 2011-2012 гг. после кризиса выплаты

растут снова, затем происходит снижения выплат. По страхованию non-life выплаты растут в течение указанного периода за исключением последних 2-х лет, где происходит небольшое снижение выплат страхового возмещения.

Прошедший 2014 год показал снижения сбора страховых премий по страхованию жизни и рисковому страхованию в Польше. Страховая брутто премия за 12 месяцев 2014 года составила 54,92 млрд злотых, что на 5,09 % меньше чем в 2013 году (57,86 млрд злотых). Страховщики Польши заработали 6,81 млрд злотых за прошлый год из них по рисковому страхованию заработали 3,67 млрд злотых. Страховые организации, занимающиеся страхованием жизни собрали в 2014 году страховых взносов на сумму 28,67 млрд злотых, что 8,31 % меньше чем в 2013 году (31,26 млрд злотых). По имущественному страхованию в прошлом году брутто премия составила 26,25 млрд злотых, что на 1,31 % меньше, чем в 2013 году, что составляло 26,6 млрд злотых.

Безопасность застрахованных, которые нуждаются в помощи, в случае возникновения страхового случая, свидетельствует о достоверности страховых компаний, которые из-за исполняемых функций рассматриваются как учреждения общественного доверия.

Сегодня мы можем выделить две основные функции страхования, которые реализуются на страховом рынке Польши: социальную функцию, которая выполняет стабилизацию экономических процессов, обеспечением субъектов в них участвующих, безопасности условий жизни и экономическую, которая предоставляет возможность осуществления непрерывности бизнес-процессов и обеспечение быта застрахованным посредством минимизации последствий форс-мажорных ситуаций, покрытых страховкой. Обе функции могут быть применены к потенциалу действующих на рынке страховых компаниям, через призму их результатов. Это позволяет оценить уровень развития рынка и его значение для национальной экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2007, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2008.
2. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2008, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2009.
3. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2009, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2010.
4. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2010, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2011.
5. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2011, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2012.
6. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2012, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2013.
7. Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń 2013, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2014.
8. Raport o stanie sektora ubezpieczeń po IV kwartałach 2014 roku”, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa, 2014.
9. Ustawa z dnia 21 lipca 2006 o nadzorze nad rynkiem finansowym (Dz. U. z 2006 r. Nr 157, poz. 1119).
10. Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (Dz. U. z 2003 r. Nr 124, poz. 1152).
11. Ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o nadzorze ubezpieczeniowym i emerytalnym oraz Rzeczniku Ubezpieczonych (Dz. U. z 2003 r., Nr 124, poz. 1153).
12. [www.knf.gov.pl](http://www.knf.gov.pl).
13. [www.piu.org.pl](http://www.piu.org.pl).
14. [www.pbuk.com.pl](http://www.pbuk.com.pl).
15. [www.ufg.pl](http://www.ufg.pl).
16. [http://www.gu.com.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=55732:rynek-ubezpiecze-gorsze-wyniki-sektora&catid=107:rynek-ubezpiecze&Itemid=106](http://www.gu.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=55732:rynek-ubezpiecze-gorsze-wyniki-sektora&catid=107:rynek-ubezpiecze&Itemid=106).

## **СТРУКТУРИРОВАНИЕ ЗАГРУЗКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Н.В. Кочетов**  
*ГИПКП, г. Минск*

Бизнес-планирование организаций достаточно полно освещено в зарубежной и отечественной литературе. Однако текущее бизнес-планирование, несмотря на наличие нормативных актов и специальной литературы, остается слабоформализуемым процессом, за который несут ответственность сами организации. Это влечет много неопределенностей, затрудняет планирование, удлиняет сроки его проведения, отвлекает менеджеров организации от выполнения ключевых задач.

Имеется несколько подходов к составлению планов текущего развития организации. Многое зависит от квалификации и заинтересованности менеджеров субъекта хозяйствования. Часто используют метод подбора значений показателя по кварталам, чтобы в сумме получить его планируемое годовое значение.

Данный подход часто применяют в малых предприятиях, когда уровень менеджмента невысокий, а изменения конъюнктуры рынка в узком сегменте товаров и услуг непредсказуемы.

Средние предприятия, как правило, имеют более широкий диапазон реализуемых товаров или услуг или постоянного их потребителя. Это повышает степень предсказуемости и дает возможность строить более точные прогнозы. В этой связи на средних предприятиях к текущему планированию относятся с большим вниманием, чем на малых предприятиях, и используют более точные методы текущего планирования.

Обычно показатели планируют с учетом соответствующих периодов предыдущего года. Так, показатель первого квартала предыдущего года домножают на коэффициент планируемого роста (снижения) и получают показатель первого квартала планируемого года. Аналогичную операцию осуществляют для показателя второго квартала и т. д. Сумма значений показателя за четыре квартала должна соответствовать его годовой плановой цифре. Чтобы этого добиться, вносят коррективы в квартальные цифры, пока не получат планируемую годовую цифру.

Метод хорошо применим на практике, но у него есть недостатки. Например, при его использовании сохраняется генезис неравномерного развития. Если в базовом году наблюдалась большая неравномерность работы (первый квартал – вялая активность, второй – оживление активности, третий – реконструкция и снижение показателей, четвертый – «штормовщина» и т. п.), то она будет перенесена на планируемый год. Необходимо вносить коррективы путем подбора приемлемых квартальных показателей. Понятно, что отдельно взятая организация не может не зависеть от деловой активности партнеров и эффективность от использования предлагаемого подхода может быть получена только при достижении выравнивания деловой активности на макроуровне.

Отсюда вывод, что вопрос должен быть включен в сферу государственной экономической политики. Проявление неравномерности вызвано как объективными, так и субъективными факторами. Объективные факторы наиболее сильно проявляются в таких отраслях как сельское хозяйство, прежде всего растениеводство, перерабатывающих отраслях, специализирующихся не переработке продукции растительного происхождения, туризм, пассажирский транспорт. К субъективным факторам можно отнести влияние планирования и отчетности, привязанных к календарному году. Вследствие чего, например, имеется резкое различие деловой активности по месяцам зимнего сезона.

В данной работе предлагается ещё один из подходов к текущему планированию равномерного развития организации на годовой период. Преимущества данного подхода:

- *равномерная загрузка производственных мощностей и трудовых ресурсов организации в течение всего календарного года.* Что является важным преимуществом. Равномерность позволяет: построить достаточно напряженные темпы роста в начале года и избежать перегрузок в конце года; обеспечить стабильность и предсказуемость; стать важным условием в системе повышения уровня качества выпускаемой продукции или предоставляемой услуги. Факторы, нарушающие равномерность развития: слабая деловая активность партнеров по бизнесу в первые месяцы календарного года; спады деятельности в период летних отпусков; нарастание напряжения в конце года; всплески активности накануне праздников (характерно для организаций розничной торговли). На равномерность развития влияют и внутренние факторы (реорганизации, ввод в действие новых мощностей и т. д.). Однако наличие плана равномерного развития организации позволяет постоянно контролировать положение дел путем сравнения фактически достигнутых показателей и той модели (в виде бизнес-плана), к которой следует стремиться. Такой подход может быть полезным для практики;
- *возможность более раннего прогнозирования развития ситуации.* По отклонениям объемов производства (товаров или услуг) от показателей равномерного развития уже в первые месяцы планового года четко видно, будет план выполнен к концу года или надо принимать дополнительные меры для улучшения ситуации.

Отправной точкой для предлагаемой методики планирования является достигнутый в базовый (предыдущий) год уровень планируемых показателей (выручки от реализации товаров и услуг, прибыли и т. д.). Обычно берется уровень показателей за год и по итогам последнего квартала. С целью упрощения принимаются следующие временные интервалы: 1 год = 360 дней, 1 квартал = 90 дней, 1 месяц = 30 дней.

При планировании важна установка изменения контрольного показателя. Так, для торгующей организации это может быть рост розничного товарооборота, где применяют сопоставимые цены, учитывающие рост цен за рассматриваемый период. Для промышленных предприятий – натурально-вещественные показатели, например, объем выпуска и реализации продукции. Приведем пример объема выпуска однородной продукции промышленного предприятия.

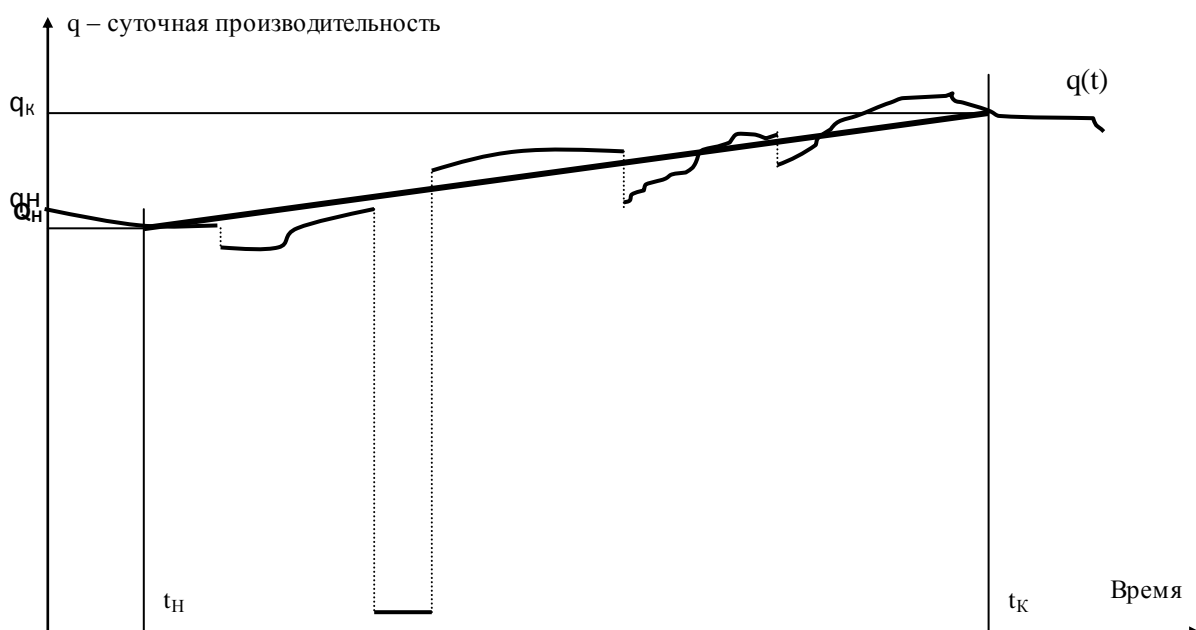
Исходные данные для планирования:

$Q_B$  – объем выпуска в базовом году, шт.;

$Q_{4B}$  – объем выпуска в последнем (четвертом) квартале базового года, шт.;

$Z\%$  – планируемый рост (или снижение – в зависимости от ситуации) показателя в наступающем году в процентах.

Приведем пример графика реального изменения суточной производительности предприятия  $q(t)$  в течение года (прерывистая линия) и его упрощения при принятии концепции равномерного развития (рисунок 1).



**Рис. 1.** Определение объема годового выпуска продукции (индексами обозначены начальные (н) и конечные (к) точки графика)

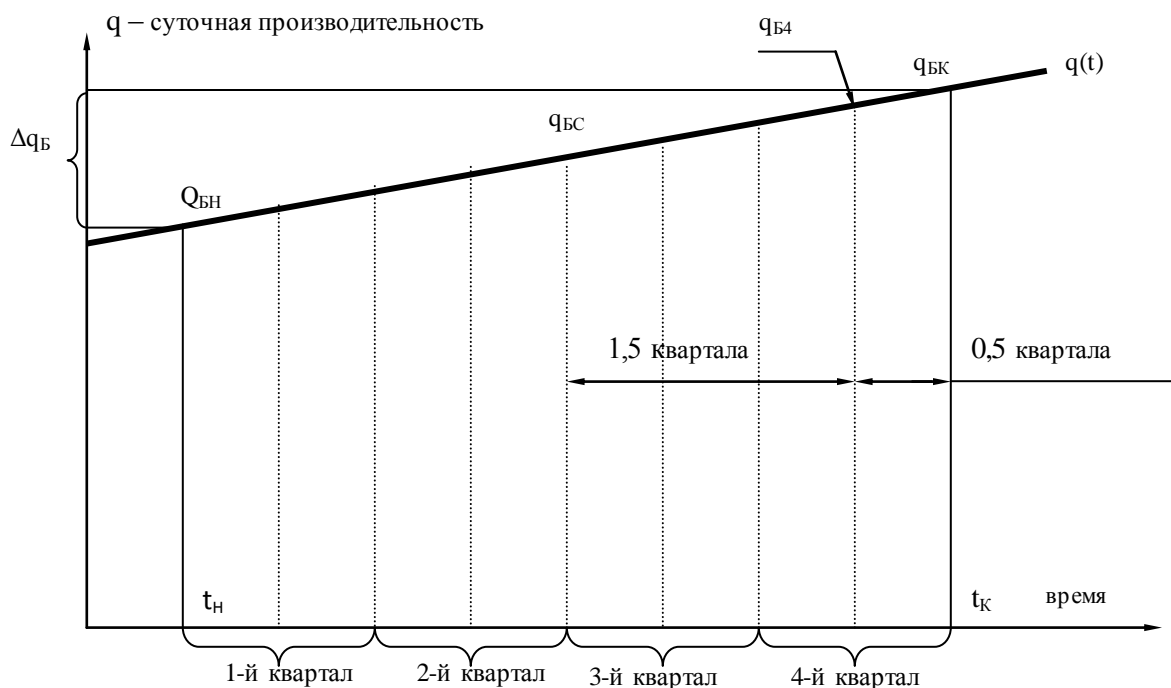
Резкие скачки среднесуточной производительности в течение года могут быть вызваны сбоями технологического процесса: выходом из строя оборудования, нерегулярностью снабжения, отсутствием средств на расчётном счёте предприятия для оплаты поставщикам и т. д.

$$Q = \int_{t_n}^{t_k} q(t) dt,$$

где  $Q$  – годовой объем выпуска;  $q$  – суточный объем выпуска;  $t_n$  – начальный момент времени (например, 1 января);  $t_k$  – конечный момент времени (например, 31 декабря).

Полагая, что при равномерном развитии значения показателей будут меняться линейно, можно их рассчитать и найти планируемые показатели на год и отдельно на каждый квартал. Можно детализировать план до месячного уровня. В наших нормативных документах предписано разбивать текущий годовой план на кварталы, но не исключено более подробное помесечное планирование. В западной практике первые несколько лет обычно используют помесечное планирование, затем – поквартальное, а в конце перспективных планов – годовое.

Рассмотрим случай линейного развития организации. На рисунке 2 представлен график изменения суточной производительности предприятия  $q(t)$  в течение базового года и его упрощение при принятии концепции равномерного развития.



**Рис. 2.** Пример линейного развития организации

Индексами обозначены начальные (н) и конечные (к) точки графика для суточной производительности ( $q$ ) и начала и конца года (t). Другие обозначения:  $q_{BC}$  – среднегодовая суточная производительность,  $q_{B4}$  – среднеквартальная суточная производительность в 4-м квартале,  $\Delta q_B$  – годовой прирост суточной производительности в течение базового года.

Для линейного развития можно найти среднегодовое значение объема суточного производства:

$$q_C = \frac{q_H + q_K}{2},$$

где  $q_C$  – среднегодовая суточная производительность.

Аналогично для 4-го квартала среднеквартальную суточную производительность вычислим по следующей формуле:

$$q_{4C} = \frac{q_{4H} + q_{4K}}{2},$$

где  $q_{4H}$  – суточная производительность в начале 4-го квартала;  $q_{4K}$  – суточная производительность в конце 4-го квартала.

Значения суточной производительности в начале и конце года и 4-го квартала нам не известны. Для их определения необходимо выполнить ряд операций. Определим среднегодовую суточную производительность и среднеквартальную за 4-й квартал следующим образом:

$$q_C = \frac{Q}{360}$$

$$q_{4C} = \frac{Q_4}{90},$$

где  $q_C$  – среднегодовая суточная производительность;  $Q$  – годовой выпуск;  $q_{4C}$  – среднеквартальная производительность в IV квартале;  $Q_4$  – квартальный выпуск в IV квартале.

Поскольку годовой выпуск и выпуск в 4-м квартале по базовому году нам известны, можем найти значение суточной производительности в конце года (в конце 4-го квартала). Для этого воспользуемся пропорциями (рисунок 2), что позволяет построить расчет суточной производительности в конце базового года ( $q_{BK}$ ). Для планового года это будет значение суточной производительности в его начале ( $q_H$ ):

$$q_{BK} = q_H = q_{BC} + \frac{2}{1,5}(q_{4BC} - q_{BC}),$$

где  $q_{BC}$  – средняя суточная производительность в базовом году;  $q_{4BC}$  – средняя суточная производительность в 4-м квартале базового года.

Используя пропорции рисунка 2, определим значение суточной производительности в начале базового года:

$$q_{БН} = q_{БС} - \frac{2}{1,5}(q_{4БС} - q_{БС})$$

Полученные выражения будут справедливы и для планируемого года, если подставить соответствующие средние значения суточной производительности планируемого года и 4-го квартала. Можно перевести все коэффициенты к десятичным дробям, тогда полученные выражения будут иметь вид:

$$q_{БК} = 1,333q_{4БС} - 0,3333q_{БС};$$

$$q_{БН} = 2,333q_{БС} - 1,333q_{4БС}$$

В дальнейшем конечные эти формулы преобразуем в таковые с коэффициентами в виде десятичных дробей.

Зная начальное значение суточной производительности в конце базового года, можно перейти к планированию следующего года.

Определим объем выпуска для базового года:

$$Q = Q_B(1 + \frac{Z\%}{100\%})$$

или  $Q = Q_B(1 + 0,01 \cdot Z\%)$

Вычислим среднегодовую суточную производительность в плановом году:

$$q_C = \frac{Q}{360}$$

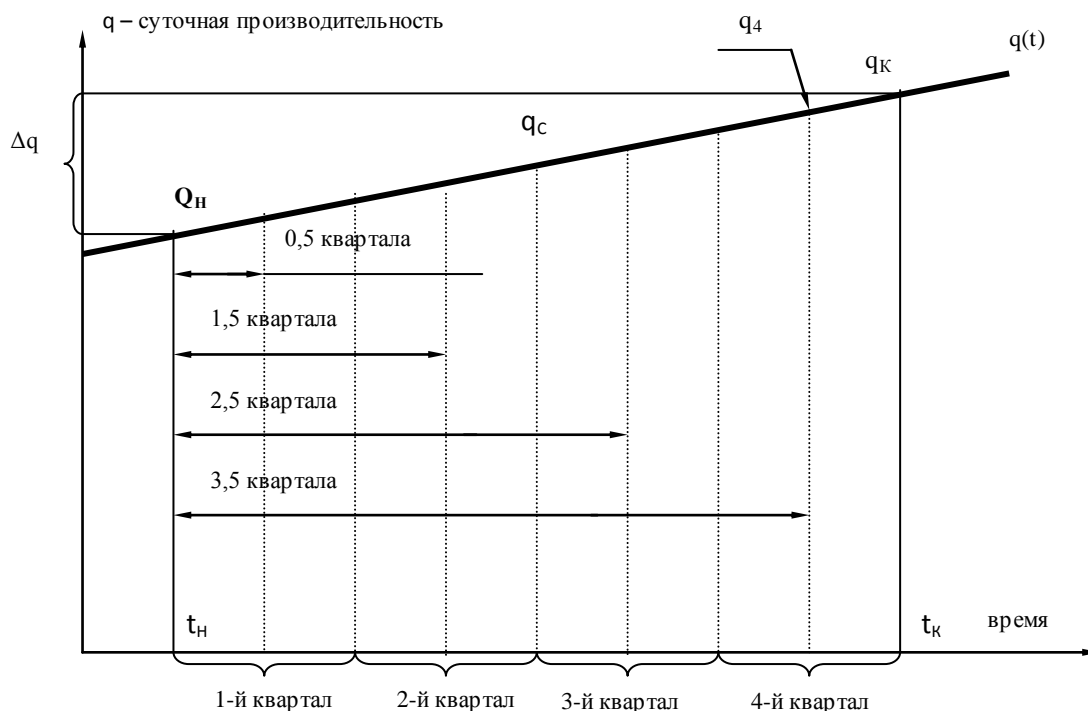
или в виде десятичной дроби  $q_C = 0,002778Q$ .

Вычислим среднесуточную производительность в конце планового года:

$$q_K = q_H + 2(q_C - q_H) = 2q_C - q_H$$

где  $(q_C - q_H)$  – полугодовой прирост производительности в плановом году.

Обозначим годовой прирост производительности  $\Delta q$ . Полагая, что при равномерном наращивании показателя среднесуточная производительность будет приходиться на середину планируемого периода, можно определить среднесуточную производительность для каждого из кварталов планируемого года (рис. 3).



**Рис. 3.** График изменения суточной производительности предприятия  $q(t)$  в течение планируемого года

Индексами обозначены начальные (н) и конечные (к) точки графика для суточной производительности ( $q$ ) и начала и конца года ( $t$ ). Другие обозначения:  $q_C$  – среднегодовая суточная производительность,  $q_4$  – среднеквартальная суточная производительность в 4-м квартале,  $\Delta q$  – годовой прирост суточной производительности в течение планируемого года



Отсюда можно записать:

$$q_{1C} = q_H + \frac{0,5}{4} \Delta q;$$

$$q_{2C} = q_H + \frac{1,5}{4} \Delta q;$$

$$q_{3C} = q_H + \frac{2,5}{4} \Delta q;$$

$$q_{4C} = q_H + \frac{3,5}{4} \Delta q.$$

Эти формулы можно обобщить и представить в следующем виде:

$$q_{iC} = q_H + \frac{1}{8}(2i-1) \cdot \Delta q,$$

где  $i$  – номер планируемого квартала.

Или в виде десятичной дроби:

$$q_{iC} = 0,125 \cdot (2i-1) \cdot \Delta q$$

Планы выпуска по кварталам можно определить, полагая, что один квартал – это 90 суток:

$$Q_1 = 90q_{1C};$$

$$Q_2 = 90q_{2C};$$

$$Q_3 = 90q_{3C};$$

$$Q_4 = 90q_{4C}.$$

Действуя аналогичным образом, можно произвести и помесечное планирование. В этом случае временные интервалы будут равны 1/12 года и среднемесячная суточная производительность составит:

$$q_{1MC} = q_H + \frac{0,5}{12} \Delta q;$$

$$q_{2MC} = q_H + \frac{1,5}{12} \Delta q;$$

$$q_{3MC} = q_H + \frac{2,5}{12} \Delta q;$$

и т. д.

В общем виде для  $j$ -го месяца среднемесячная суточная производительность составит:

$$q_{jMC} = \frac{1}{24}(2j-1) \cdot \Delta q.$$

Можно вывести обобщенную формулу для среднемесячной суточной производительности:

$$q_{jMC} = q_H + (0,1667j - 0,08333) \cdot \Delta q,$$

где  $j$  – номер расчетного месяца.

Отсюда можно определить плановый выпуск для каждого месяца:

$$Q_{jM} = 30q_{jMC}$$

Предлагаемую методику равномерного планирования поясним примером, который сможет показать справедливость предлагаемых для планирования формул и упростит использование методики на практике.

Предлагаемый подход – удобный инструмент для текущего планирования. Характер изменения планируемого параметра может быть различным. Более детальное планирование можно построить аналогично на основании вывода зависимостей для расчета планов по декадам и дням.

Равномерное развитие организации дает дополнительные преимущества в виде более полного использования производственных мощностей и трудовых ресурсов, поскольку нередко часть оборудования не задействована, а персонал недогружен либо простаивает в определённые периоды времени. В другие периоды времени могут возникнуть ситуации противоположного характера, когда ресурсов не хватает для скорейшего выполнения заказов.

Поскольку основные средства инерционны по своему стоимостному размеру, тактикой повышения эффективности может быть загрузка оборудования в фоновом режиме, то есть когда есть определенный ассортимент услуг (продукции), которые не самые выгодные для предприятия, но целесообразность их

производства оправдана при загрузке простаивающих мощностей. Например, работа ресторанов и кафе в дневное время, когда выручка не самая высокая.

Кроме того, при повышении равномерности работы организация сможет снизить размер оборотных средств за счет снижения запасов до минимально необходимых размеров, то есть при равномерном развитии значительно упрощается процесс оптимизации использования ресурсов.

Однако на практике обеспечить равномерность не просто. В настоящее время далеко не все предприятия отрасли полностью загружены. Например, станкостроение загружено только на семьдесят процентов. То есть, практически нет перегрузок мощностей. В этом случае предлагается прибегнуть к режиму фоновой загрузки.

Суть идеи состоит в том, что на государственном уровне разрабатывается программа выявления проблем, требующих решения, без привязки к жестким срокам. Например, повышение механизации труда, снижение доли тяжелого физического труда, реализация инфраструктурных проектов и т.д. Актуальность решения этих задач носит перманентный характер. Важно собрать информацию о таких задачах, систематизировать и предложить решение этих задач организациям машиностроения.

Важно привлечь весь комплекс организаций: финансовых для оценки и обоснования проектных решений, научно-прикладных, конструкторско-технологических, производственных. Государство может быть заказчиком комплексного решения выбранных задач, а организации будут формировать свои коммерческие предложения. Пока государственные органы практикуют тендерные закупки. Значительно реже – выполнение различных, в основном строительных, работ. Либо, это крупные государственные программы с указанием вовлеченных организаций (как правило, крупных прогосударственных).

А вот среднее звено между этими двумя формами привлечения бизнеса для решения государственных задач практически отсутствует. Здесь важно дать возможность свободной кооперации предприятий под решение комплексной задачи. При этом могут формироваться группы из нескольких организаций различного профиля на конкурентной основе, т.е. налицо государственно-частное партнерство.

Такой подход позволит активизировать развитие экономики: выявленные государством проблемы будут решаться, а предприятия получают дополнительную загрузку своих мощностей в фоновом режиме, что, как правило, повышает эффективность последних.

## **ЗАНЯТОСТЬ МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

**А.И. Базылева**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Под занятостью понимается трудовая деятельность населения трудоспособного возраста в гражданском секторе общественного производства, учитываемая в соответствии с нормами, определенными в законодательстве страны.

По роду деятельности всех занятых можно разделить на три большие группы:

1. Занятые в экономике
2. Военнослужащие
3. Учащиеся с отрывом от производства.

По способу вовлечения в трудовую деятельность занятых в экономике можно сгруппировать следующим образом:

1. Наемные работники
2. Работодатели
3. Самозанятые.

Уровень занятости определяется как отношение общего количества занятых к населению в трудоспособном возрасте. Незанятость рабочей силы, желающей иметь работу и ищущий ее называются безработицей. В январе-декабре 2014 года в органы по труду занятости и социальной защиты обратилось за содействием в трудоустройстве 231,1 тыс. человек (89,9 процента от уровня 2013 года), из которых 148,1 тыс. человек зарегистрированы в качестве безработных (93,6 процента от уровня 2013 года). С учетом 34,3 тыс. граждан, состоящих на учете на 1 января 2014 года, всего нуждалось в трудоустройстве 265,4 тыс. человек, из них 161,1 тыс. безработных. Уровень зарегистрированной безработицы на конец декабря 2014 года со-

ставил 0,5 процента к численности экономически активного населения ( в 2014 году- 0,5 процента) [1]. Среди безработных значительную часть составляет молодежь, в конце 2014 года 30,1 процента.(см. табл.1)

Таблица 1

**Состав безработных по полу и возрасту**

На конец декабря 2013 г.			На конец декабря 2014 г.		
Численность безработных – всего	человек	%	Численность безработных – всего	человек	%
	20959	100		24192	100
из них женщин	8503	40,6	из них женщин	9086	37,6
мужчин	12456	59,4	мужчин	15106	62,4
молодежь 16-29 лет	7251	34,6	молодежь 16-29 лет	7289	30,1

Источник: [1]

Как свидетельствуют данные таблицы количество безработных в возрасте 16- 29 лет в 2014 году по сравнению с предшествующим годом сократилось на 4,5 %. Эта же тенденция продолжается и в 2015 году.

Для сравнения: во многих странах СНГ в нынешнем году экономическая активность молодежи(15-25 лет) превышает 50 %( Россия, Украина,Казахстан и Кыргызстан). Уровень занятости молодежи в Беларуси почти 55 %. Безработица среди молодежи по странам СНГ в целом составляет 10 % (общемировой показатель-12,6 %, в странах ЕС-18,1 % [3].

Среди молодежи Республики, как в 2013 так и в 2014 годах наибольший удельный вес составляют безработные в возрасте 20-29 лет (см. табл. 2) [1].

Таблица 2

**Состав безработных по возрастным группам**

На конец 2013 года			На конец 2014 года		
Численность безработных всего	20959 человек	100 %	Численность безработных всего	24192 человек	100 %
Распределение общей численности безработных по возрасту:			Распределение общей численности безработных по возрасту:		
16-17 лет	248	1,2	16-17 лет	251	1,0
18-19	753	3,6	18-19	681	2,8
20-24	3034	14,5	20-24	2914	12,0
25-29	2686	12,8	25-29	2833	11,7

Источник: [1]

Законодательство достаточно полно и системно защищает интересы молодых людей на рынке труда, что закреплено в трудовом кодексе Республики Беларусь, который вступил в действие с 1 января 2000 года, с изменениями и дополнениями, внесенными законом Республики Беларусь от 8 января 2014 года. Так, согласно ст.28 трудового кодекса трудовой договор с предварительным испытанием не устанавливается для:

1. Работников, не достигших 18 лет;
2. Молодых рабочих(служащих), получивших профессионально-техническое образование;
3. Молодых специалистов, получивших среднее и специальное, высшее или послевузовского образования [2, с.16].

Статьи 205,206, 207, 209 трудового кодекса и др., устанавливают льготы для работников, совмещающих работу с получением образования.

Сегодня молодежь – самая инициативная, динамичная, предприимчивая часть населения, у которой есть желание создавать новое, искать наиболее успешные решения. В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 16 октября 2014 года № 495 2015 год в Беларуси объявлен Годом молодежи. Данный Указ принят в целях развития творческого, научного и профессионального потенциала молодежи, ее

активного привлечения к проведению социально-экономических преобразований в Беларуси, воспитания чувства патриотизма и гражданской ответственности у молодых граждан. Создание необходимых условий для профессиональной и трудовой самореализации молодых людей является приоритетной задачей государства в области регулирования социально-трудовых отношений. Необходимо отметить, что решение проблем, волнующих молодежь, является составной частью государственной политики в области социально-экономического, культурного и национального развития страны.

Трудоустройство молодежи – это не только заполнение вакантных рабочих мест, но и возможность для учащегося или студента заработать свой первый рубль. Это еще и решение важнейшей социальной задачи. Молодой человек своим трудом и конкретным делом участвует в созидательной деятельности. Именно поэтому направление организации вторичной занятости молодежи и поддержки студотрядовского движения являются приоритетом государственной молодежной политики в Минской области и в Республике Беларусь.

Сегодня на рынке труда молодежи складываются две противоположные тенденции. В одних сферах деятельности молодым людям трудоустроиться на работу практически невозможно (юриспруденция, аудит), т.к. они не обладают глубокими профессиональными знаниями. Зато в других областях (торговля, маркетинг, информационно-вычислительное обслуживание) их молодость, энергичность весьма положительно воспринимаются нанимателями и молодежи отдается предпочтение.

В Беларуси выстроена четкая система организации временной трудовой занятости молодежи. Одним из приоритетов государственной молодежной политики является содействие реализации права молодежи на труд. По статистике, в стране сейчас насчитывается более 2 млн молодых граждан в возрасте от 14 до 31 года, что составляет 24 % от общего количества населения и представляет значительную часть трудового потенциала страны. Каждый пятый житель Минской области – молодой человек в возрасте от 14 до 31 года.

Законодательством о труде и занятости для молодежи предусмотрены дополнительные гарантии со стороны государства в этой области:

- бронирование рабочих мест;
- гарантия первого рабочего места выпускникам государственных профессиональных учебных заведений;
- преимущественное право при обучении по направлению органов по труду, занятости и социальной защите;
- равная со взрослыми оплата при сокращенной продолжительности рабочего дня и др.

Согласно ст. 11 Закона Республики Беларусь от 15 июня 2006 г. «О занятости населения Республики Беларусь» с последующими изменениями и дополнениями (далее – Закон о занятости) государство обеспечивает дополнительные гарантии в области содействия занятости впервые ищущим работу в возрасте до 21 года.

Дополнительные гарантии в области содействия занятости обеспечиваются путем разработки и реализации целевых государственных программ содействия занятости, создания дополнительных рабочих мест и специализированных организаций, установления брони приема на работу, предоставления услуг по профессиональной ориентации, а также путем организации обучения по специальным программам.

На практике бронирование рабочих мест осуществляется в соответствии с Положением о порядке установления брони для приема на работу граждан, особо нуждающихся в социальной защите и не способных на равных условиях конкурировать на рынке труда, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 ноября 2006 г. № 1595, с последующими изменениями и дополнениями.

В соответствии с законодательством о труде государство гарантирует предоставление первого рабочего места выпускникам государственных учреждений, обеспечивающих получение профессионально-технического, среднего специального и высшего образования, лицам с особенностями психофизического развития и военнослужащим срочной военной службы, уволенным из Вооруженных Сил или других войск и воинских формирований Республики Беларусь.

Предоставление первого рабочего места выпускникам государственных учреждений образования обеспечивается путем направления их на работу по персональному распределению.

Выпускникам государственных учреждений образования дневной формы обучения, которым предоставлена возможность самостоятельного трудоустройства в связи с невозможностью их персонального распределения, первое рабочее место предоставляется путем трудоустройства в счет установленной нанимателям брони.

В республике проводится работа по профессиональной ориентации молодежи.

В Республиканском, Гродненском и Витебском областных центрах профессиональной ориентации молодежи можно получить профессиональные, справочно-информационные, индивидуальные и групповые консультации.

Основными формами работы с молодежью, обратившейся в органы по труду, занятости и социальной защите, являются:

- содействие в трудоустройстве;
- помощь в выборе и получении профессии;
- организация временной занятости молодежи в свободное от учебы время.

Одной из наиболее эффективных мер политики занятости является организация профессионального обучения молодежи. Вчерашние выпускники школ, не имеющие профессии и не поступившие в учреждения образования, за счет средств государственного внебюджетного Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, направляемых на финансирование мероприятий по обеспечению занятости населения, имеют возможность получить первую профессию и стать конкурентоспособными и мобильными на рынке труда.

В нашей стране удалось сохранить лучшие традиции прошлого и трудовую романтику студотрядовского движения. Стройотряды ставят своей целью не только заработок, но и воспитание студентов в духе творческого коллективизма и правильного, уважительного отношения к труду. Новый импульс студотрядовскому движению придал указ от 16 апреля 2012 года №181 «Об организации деятельности студенческих отрядов на территории Республики Беларусь». Были пересмотрены и обновлены подходы к организации деятельности студотрядов.

Социальная значимость студотрядовского движения огромна. Сопричастность и личный вклад в строительство важных для страны объектов играет патриотическую, воспитательную роль. Среди знаковых объектов, на которых студенческие отряды работали: Государственный музей истории Великой Отечественной войны, аквапарк по проспекту Победителей в Минске, Молодежный центр в Гродно, реконструкция железнодорожного вокзала в Бресте, молочно-товарные фермы, подготовка объектов строительства к республиканскому фестивалю-ярмарке "Дажынкi-2012" в Горках.

Организация вторичной занятости молодежи – одно из основных направлений деятельности Центрального комитета общественного объединения «Белорусский республиканский союз молодежи». При этом организация вторичной трудовой занятости молодежи, организуемой ОО «БРСМ» сегодня включает в себя: студотрядовское движение; индивидуальное трудоустройство; деятельность добровольческих отрядов; волонтерское движение «Доброе Сердце» (волонтерские отряды социальной направленности); профильные трудовые лагеря.

В целях популяризации студотрядовского движения структурами ОО «БРСМ» ведется деятельность по формированию банка данных, желающих трудоустроиться в летний период. Для привлечения молодежи в студенческие отряды активно используются социальные сети, созданы группы штабов трудовых дел. На интернет-портале «Молодежь Беларуси» активизирована электронная регистрация, желающих трудоустроиться, а также размещается информация о предлагаемых вакансиях с указанием требований, социального пакета и примерной заработной платой. Параллельно ведется договорная кампания с возможными нанимателями.

В ходе организации вторичной занятости возникли вопросы, требующие содействия органов государственного управления. Вопрос о предоставлении возможности молодежи круглогодичной вторичной занятости. Такая потребность есть и об этом свидетельствуют в том числе результаты анкетирования, проведенного ОО «БРСМ» совместно с Министерством образования Республики Беларусь среди учащейся и студенческой молодежи республики:

Так 69, 5 % опрошенных ищут возможность получать не только стипендию, но и заработать своими руками, 56,7 % выразили заинтересованность в заработке в свободное от учебы время при поступлении таких предложений. В настоящее время ЦК ОО «БРСМ» работает над организацией круглогодичной трудовой занятости молодежи.

Работодатели утверждают, что могли бы заплатить гораздо больше, если бы ребята имели первичные навыки рабочих специальностей. В настоящее время основной проблемой при организации профессиональной подготовки является сроки обучения (есть курсы не менее 6 месяцев) и отсутствие источника финансирования.

С учетом замечаний внесенных областными, Минской городской структурами БРСМ предложено расширить перечень легких видов работ, которые могут выполнять лица в возрасте от четырнадцати до шестнадцати лет, утвержденный Постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики и внести дополнительно такие виды как: укладка тротуарной плитки, оклейка обоев, покраска поверхностей, ухаживание за животными (животновод) и пр. предлагается перечень из 39 пунктов.

Важнейшими направлениями в реализации государственной социальной политики в отношении семьи и детей являются: укрепление и поддержка семьи, формирование престижа сплоченной семьи в обществе, повышение ее воспитательного потенциала и ответственности родителей за воспитание и благополучие детей; активизация работы по подготовке молодежи к семейной жизни в контексте решения актуальных задач демографической безопасности; повышение качества жизни семей с детьми, социального благополучия всех ее членов; профилактика домашнего насилия и жестокости по отношению к детям, анализ причин и последствий этого явления.

В области созданы и функционируют клубы молодой семьи. На сегодняшний день ведется активное сотрудничество с 40 такими клубами.

Общий коэффициент рождаемости в Минской области самый высокий по республике 13,3 промилле (в республике – 12,5 промилле).

За последние 5 лет — это самый высокий показатель, и обусловлен он в определенной степени принимаемыми мерами социальной поддержки населения от социальных выплат до помощи в решении жилищных проблем.

Количество браков в 2,5 раза превышает количество разводов.

Достигнуто увеличение доли вторых и последующих детей в общем числе родившихся.

Традиционным стало проведение в области ежегодных конкурсов-фестивалей молодых семей. Наиболее значимыми проектами в области стали форум сельской молодежи, фестиваль семейных ценностей, форум клубов молодой семьи, областной этап сельскохозяйственного проекта «Властелин села».

В заключении следует отметить, что основным направления политики государства в области занятости всех слоев населения, в том числе и молодежи на современном этапе определены в Государственной программе содействия занятости населения Республики Беларусь на 2015 год.

#### **Список использованных источников**

1. Министерство Труда и социальной защиты Респ. Беларусь – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>. – Дата доступа: 18.03.2015г.
2. Трудовой кодекс Республики Беларусь : с изм.и доп., внесенными ШЗаконом Республики Беларусь от 8 января 2014 г. – Минск : Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 256 с.
3. Экономическая газета. – 2015. – № 9 (818).

## **ВАЛЮТНЫЙ КУРС НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Н.В. Калмыкова,**

магистр экон. наук, преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Проблема формирования и регулирования валютного курса страны актуальна во все времена, так как обменный курс национальной валюты является ключевым фактором, связывающим экономику страны с остальным миром. Изменения валютного курса валют влияют на перераспределение между странами части ВВП, которая реализуется на внешних рынках. Последствия колебаний валютного курса зависят от валютно-экономического потенциала страны, ее экспортной квоты, позиций в международных экономических отношениях. Валютный курс служит объектом борьбы между странами, национальными экспортерами и импортерами, является источником межгосударственных разногласий. По этой причине проблемы валютного курса занимают видное место в экономической науке.

Международные расчетные или обменные операции предполагают обязательное сопоставление между собой цен (стоимостей) национальной и иностранной валют, поскольку за каждым покупаемым или продаваемым товаром стоит цена, выраженная в деньгах. Это приводит к возникновению валютного курса и необходимости определения его уровня. Валютный курс необходим для взаимного обмена валютами при торговле товарами и услугами, а также при учете взаимного движения капиталов и кредита. В частности, экспортер обменивает вырученную иностранную валюту на национальную, поскольку валюты других стран не могут обращаться в качестве законного платежного и покупательного средства на территории данного государства. В свою очередь, импортер обменивает национальную валюту на иностранную с целью оплаты товаров, купленных за рубежом. Должник приобретает иностранную валюту за национальную для погашения задолженности и выплаты процентов за иностранный кредит. Валютный курс необходим для сравнения цен мировых и национальных рынков, а также стоимостных показателей разных стран, выраженных в различных денежных единицах. Посредством валютного курса происходит периодическая переоценка счетов в иностранной валюте фирм и банков.

В связи с мировым финансовым кризисом вопрос регулирования валютного курса стал одним из наиболее актуальных и сложных для решения в настоящее время. Наиболее остро проблема формирования валютного курса отразилась для Республики Беларусь, так как внешнеторговые операции занимают значительную часть в ВВП нашей страны [4].

Официальный курс белорусского рубля к основным иностранным валютам (доллар, евро, российский рубль) устанавливается по результатам торгов, проводимых открытым акционерным обществом «Белорусская валютно-фондовая биржа» [1].

К остальным иностранным валютам (например, к польскому злотому) официальный курс устанавливается исходя из курса доллара США к белорусскому рублю и соотношений доллара США к этим валютам на международных валютных рынках.

На биржевых торгах курсы иностранных валют складываются на основании имеющегося спроса и предложения. Под спросом понимается объем иностранной валюты, которую хотят приобрести участники биржевых торгов, а под предложением – объем иностранной валюты, которую они хотят продать.

При превышении спроса над предложением курс иностранной валюты по отношению к белорусскому рублю растет, а при превышении предложения над спросом – снижается.

В ходе торгов в тот момент, когда при изменении курса иностранной валюты (в зависимости от спроса и предложения – вверх или вниз), объемы спроса и предложения совпадают, устанавливается ее биржевой курс и торги прекращаются.

При этом участие Национального банка минимально, так как его задачей является сглаживание резких колебаний указанных курсов, возникающих в те моменты, когда имеется значительное превышение либо спроса, либо предложения иностранной валюты. Так, например, если желающих продать валюту становится слишком много, Национальный банк выкупает ее, чтобы рубль значительно не укреплялся. И наоборот, когда на торгах ощущается нехватка валюты, Национальный банк может продавать валюту, чтобы рубль не девальвировался [2].

За последние три месяца 2014 года белорусская валюта по отношению к доллару США девальвировалась на 12,4 %, а за первый месяц 2015 года – еще на 18,8 %. Такая девальвация неизбежно ведет к ускорению темпов инфляции с лагом до 2-3 месяцев. При этом возникает закономерный вопрос о прогнозировании темпов инфляции в белорусской экономике в 2015 году, которые будут заведомо выше заложенной «Основными направлениями денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2015 год» инфляции в 12 %. Такое прогнозирование необходимо как для оценки перспектив развития национальной экономики в целом, так и для корректировки, проводимой в стране социально-экономической политики [5].

Повышение спроса на доллары, евро, российские рубли монетарные власти пытаются ограничивать дополнительной девальвацией белорусского рубля, что, в свою очередь, ведет к ускорению темпов инфляции. Временно введенная в конце 2014 года комиссия за покупку иностранной валюты в какой-то степени сбила ажиотаж возле обменных пунктов, но также повлияла на рост цен. Трехэтапная отмена этого сбора (каждый раз по 10 процентных пунктов) сопровождалась девальвацией белорусского рубля на каждом из этапов более, чем на 7 %.

В настоящее время верхняя граница по рублевым вкладам физических лиц установлена на уровне 50 %. С учетом того, что белорусский рубль по отношению к российской валюте еще серьезно недодевальвирован, а Национальный банк перешел к практике привязки курса белорусского рубля к корзине иностранных валют. В которой доля российского рубля увеличена, то следует ожидать дальнейшей девальвации национальной валюты [5].

Одной из мер по стабилизации ситуации в финансовой сфере стало изменение структуры корзины валют. Весовые доли при формировании корзины валют с 9 января 2015 года изменились по следующей схеме: доля евро и доллара США снижается с 33,3 % до 30 %, доля российского рубля увеличивается с 33,3 % до 40 %.

Само изменение корзины с точки зрения расчетов ничего не меняет. Изменение формы привело к техническому пересчету корзины валют. Основным фактором может стать изменение подходов Национального банка к формированию курсов валют относительно белорусского рубля.

Для населения и юридических лиц стабильность национальной валюты характеризовалось ее изменением к доллару США. Структура валютной выручки свидетельствует о том, что в общем объеме поступлений иностранной валюты доллар занимал от 22 % до 25 % (2013-2014 годы), в то время как доля российского рубля в 2013 году достигла 40 %. И даже девальвация российского рубля в 2014 году существенно не снизила его долю: по итогам 2014 года она составила 37 %.

Изменяя структуру валютной корзины, Национальный банк обозначает новый тренд: курс белорусского рубля будет в большей степени зависеть от колебаний российского рубля. Из России поступает порядка 42 % всей валютной выручки, подавляющая часть которой номинирована в российских рублях. Крупные машиностроительные предприятия Беларуси более половины продукции поставляют на российский рынок. Поэтому логичным видится привязка белорусского рубля к валюте основного внешнеторгового рынка, что позволит сохранить конкурентоспособность отечественной продукции в условиях дальнейшего ухудшения ситуации на российском рынке [3].

Российский рубль имеет шансы на продолжение девальвации, что может привести к быстрому росту курса белорусского рубля к доллару США и создать дополнительное давление на внутреннем валютном рынке.

В ближайшей перспективе курсовая политика должна быть направлена на сдерживание инфляции, повышение конкурентоспособности отечественных экспортеров и поддержание в стране финансовой стабильности.

### Список использованных источников

1. О валютном регулировании и валютном контроле : Закон Респ. Беларусь, 22 июля 2003 г., № 226-З // // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
2. Гульде, А. Режимы обменного курса для переходных экономик / А. Гульде // Банковский вестник. – № 18–19. – С. 46–51.
3. Злотникова, Е. Влияние валютного курса на эффективность экспорта отраслей экономики / Е. Злотникова // Банковский вестник. – 2012. – № 43. – С. 53–56.
4. Пупликов, С. И. Роль национальной валютной системы Республики Беларусь в предупреждении и минимизации последствий мирового и финансового кризиса на экономику страны / С. И. Пупликов // Вестник Ассоциации белорусских банков. – № 29. – 2013. – С. 34–38.
5. Национальный банк Республики Беларусь // Аналитическое обозрение «Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2014.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/> – Дата доступа : 13.02.2015.

## НЕЙРОМАРКЕТИНГ: «БОЛЬШЕ ОЩУЩЕНИЙ – ВЫШЕ ПРОДАЖИ»

**О.В. Авгуль,**

студент Белорусского национального технического университета

Научный руководитель: **Н.В. Калмыкова**, магистр экон. наук, преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Как показывают многочисленные исследования, потребительское сознание воспринимает в первую очередь не безликие горы товаров на «мертвых» прилавках, а то, как эти товары представлены. Современная торговля живет в мире конкуренции восприятий, а не в мире конкуренции продуктов. Именно на чувства и эмоции делает ставки молодая наука нейромаркетинг.

Концепция нейромаркетинга была (предположительно) впервые разработана психологами Гарвардского университета (США) в 1990-х годах. Нейромаркетинг – это наука, основанная на том, что «95 % всех наших мыслей, эмоций и познаний происходит прежде, чем мы осознаем это» (Роджер Дули, автор популярного блога «Neuromarketing»). Идея нейромаркетинга заключается в стимулировании потребительского спроса, воздействуя на подсознание человека и управляя потребителем путем воздействия на 5 основных органов чувств: зрение, слух, обоняние, осязание, вкус [1].

Разновидностью нейромаркетинга являются визуальный мерчендайзинг (воздействие с помощью цвета и изображений), звуковой дизайн и аромамаркетинг. Знаменитый маркетинговый консультант Мартин Линдстром уверен, что сенсорный маркетинг помогает выработать у человека условный рефлекс: услышал определенную музыку, почувствовал запах или увидел сочетание цветов – возникли четкие ассоциации с определенным брендом. Он утверждает, что в битве за потребителя победу одержит тот, кто будет эффективно использовать все наши пять органов чувств: зрение, слух, обоняние, осязание, вкус.

В нейромаркетинге проводятся исследования, которые помогают объяснить поведение людей. У неврологов есть многие инструменты в виде изображений мозга, которые помогают понять, почему люди реагируют на те или иные явления так, а не иначе. При проведении научных исследований в области нейромаркетинга широко используется наблюдение (при разных воздействиях) за давлением человека, его пульсом, влажностью кожи, углом поворота зрачка человеческого глаза при принятии решений.

Результаты исследования в области сенсорного маркетинга Мартина Линдстрема показывают что, если процесс приобретения покупки сопровождается приятным звуком, то количество приобретенного товара возрастает на 65 %, приятный вкус увеличивает количество покупок на 23 %, приятный запах – на 40 %; товар, приятный на ощупь, – на 26 %, а приятный на взгляд – на 46 % [2].

Часто при презентациях продуктов питания и разных напитков ведущие предлагают «снять пробу» с них. Это предусматривает использование вкусовых и обонятельных ощущений, помня, что у человека имеется 10 000 вкусовых рецепторов. Также исследования показали, что предметы, которые обладают приятным ароматом, на 40 % повышают настроение. Покупатели покупают на 10 % чаще ту обувь, которая пахнет кожей. При посещении магазинов бытовой техники посетителям может быть предложено испытание продукции, обеспечивающей тепло/холод, возникающие при использовании кондиционеров, обогревателей, холодильников и морозильников. Осязательные ощущения появляются при «прощупывании» товаров или их упаковки. Если производитель создает приятные на ощупь изделия, упаковывая их в такие же упаковки, это дает ему дополнительные преимущества. Более того, на выставках автомобилей людям нередко предлагается поуправлять автомобилями для того, чтобы они могли их «почувствовать», испытать их на комфортность, скорость и престижность, чтобы подобрать «свой» автомобиль. Таким образом, обеспечивается задействование вибрационных, двигательных и других ощущений.



Сейчас маркетологи стараются опираться на концепцию «больше ощущений — выше продажи». Эмоции заставляют покупать сильнее, чем наиболее эффективно сформулированные аргументы. Эмоциональная система оценки, которая определяет окраску восприятия, строится на индивидуальной мотивационной структуре человека, которая охватывает следующие базовые мотивы: мотив безопасности, социальный мотив, мотив силы и превосходства и мотив открывателя [1].

Мотив безопасности включает в себя эмоции людей, связанные с внутренней необходимостью и желанием надежности, стабильности, применительно к товарам этот мотив охватывает такие их свойства как качество, безопасность для здоровья, надежность, защита от негативных воздействий. Социальный мотив затрагивает семейные и дружеские отношения людей, поэтому человек выбирает те товары, которые демонстрируют заботу по отношению к другим. Мотив силы и превосходства основан на стремлении человека к власти, влиянию и доминированию над другими людьми. Применительно к товарам люди стремятся показать свое положение в обществе за счет приобретения брендовых товаров, товаров роскоши. Мотив открывателя связан с потребностью человека в исследовании и познании, при выборе товаров у потребителей прослеживается любопытство и дух первооткрывателя.

Зная биохимию эмоциональных реакций покупателей, продавцы могут эффективно воздействовать на все пять органов чувств человека, применяя позитивные раздражители в виде запахов, музыки, цвета, выкладки товара. Создайте в своем магазине благоприятную обстановку, и клиент купит Вашу продукцию. Грамотный дизайн торгового зала, правильно подобранные цвета стен и стеллажей, определенные символы и звуки благоприятно влияют на покупателя, и он, руководствуясь эмоциями, приобретает товар.

Намного больше времени, чем было запланировано, может провести человек в магазине, в котором он испытывает положительные эмоции, где он чувствует себя комфортно, что, конечно же, отражается благотворно в первую очередь на количестве позиций в его чеке. То есть, из этого можно сделать вывод, что управляя исподволь эмоциями покупателя можно значительно увеличить продажи. А нейромаркетинг как раз и работает над тем, чтобы создать у покупателя хорошее настроение, которое непосредственно влияет на количество произведенных им покупок.

Учеными проводились нейромаркетинговые исследования, которые показали, что презентация товара, которая проходит на эмоциональном уровне рождает в голове каждого потребителя такую очень высокую нейронную активность, так как в мозгу клиента более интенсивно происходит обработка раздражителя. Все это означает, что применительно к росту продаж любого товара, на покупательское поведение клиентов оказывают влияние именно эмоциональные раздражители, то есть если презентация товара будет проходить с позитивным эмоциональным посылом (семья, дом, дети, радость, любовь и так далее), то потребитель им заинтересуется намного быстрее.

Несмотря на критику методов нейромаркетинга со стороны некоторых исследователей, все же стоит отметить, что это научное направление помогает лучше узнать потребителя, его потребности, позволяет предложить именно те товары, которые нужны и которых ждет потребитель. Инструменты влияния выбирают и корректируют в зависимости от целевой аудитории и товара, для которого они применяются. Правильное их применение позволяет увеличить продажи, создать и поддержать лояльность потребителей, положительный имидж компании и ее товара, что приведет к увеличению прибыли и повышению конкурентоспособности. Это выгодно не только для производителей, но и для самих потребителей, ведь довольно часто они не знают, чего конкретно хотят. В результате таких направленных маркетинговых исследований каждый потребитель получает нужную продукцию, становится более довольным, в обществе решаются актуальные проблемы за счет сообщества таких счастливых потребителей, а каждое торговое и производственное предприятие получает прибыль и долгосрочную перспективу на его увеличение. Поэтому компании должны активно использовать инструменты нейромаркетинга для завоевания потребителей и получения большей прибыли.

Можно сделать вывод, что нейромаркетинг является действенным и перспективным направлением маркетинга и уже успел найти свое применение. Однако в настоящее время нейромаркетинг остается делом крупных международных компаний, поскольку требует очень серьезных вложений в исследование того сегмента рынка, в котором планируется проводить соответствующие мероприятия, однако оправданы эти затраты или нет – покажет будущее.

### **Список используемых источников**

1. Закаблущая, Е. Нейромаркетинг: to be, or not to be? / Е. Закаблущая // Портал деловых изданий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trademanagement.ru/article/28> – Дата доступа: 18.03.2015
2. Вербицкий, А. В. Нейромаркетинг: механизм подсознания [Электронный ресурс] / А. В. Вербицкий – Режим доступа: <http://www.experto24.ru/bisnes-i-upravlenie/marketing/neiromarketing-mekhanizm-podsoznaniya.html> – Дата доступа: 17.03.2015

## СТРАХОВЫЕ РЫНКИ РОССИИ И УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНОМ СТРАХОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

**О.А. Гаманкова,**

доктор экон. наук, профессор,  
*ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана», г. Киев*

**О.Л. Домнина,**

канд. техн. наук, доцент,  
*Волжская государственная академия водного транспорта,  
г. Нижний Новгород*

**Н.В. Комарова,**

канд. экон. наук, доцент,  
*Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург*

**Г.В. Чернова,**

доктор экон. наук, профессор,  
*Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург*

Рыночные трансформации в постсоветских государствах определили новую роль страхования в социально-экономической жизни общества. За исторически незначительный отрезок времени – четверть века – в этой сфере произошли радикальные изменения, приведшие к формированию национальных страховых рынков. При этом, будучи институционально, организационно и функционально схожими в начале своего развития, эти рынки, выросшие из недр демонополизированного Госстраха СССР, прошли свой собственный путь, накопили свой опыт и теперь характеризуются ощутимыми различиями.

На наш взгляд, особого внимания заслуживают процессы, происходящие на наиболее крупных постсоветских рынках – российском и украинском. Эти рынки представляет собой сложную систему финансовых отношений, отражающих все противоречия и проблемы трансформационных преобразований инверсионного типа в экономике страны: от монополии государственной собственности – к многообразию её форм, от директивно-планового хозяйства – к развитию конкуренции; от планового ценообразования – к свободным рыночным ценам. Рынки начинали своё формирование, имея сходные стартовые условия. Но макроэкономические условия их развития и законодательно-нормативное государственное регулирование было разным. В итоге каждый из рынков получил свой вектор и свою скорость движения.

Уровень развития рынка зависит от многих факторов – как внутренних, так и внешних. Среди них можно выделить одинаковые, общие для рынков факторы и индивидуальные, присущие каждому рынку в отдельности. При этом сила влияния даже одних и тех же факторов является разной, что обусловлено спецификой каждого конкретного рынка.

Представление о месте этих двух рынков в глобальном страховом пространстве дает таблица 1. В упомянутой таблице 1 и далее приведены данные последних лет стабильного развития рынков (до 2013 г. включительно), т.е. до начала кризиса в отношениях двух стран, приведшего к неблагоприятным экономическим последствиям.

## Основные макроэкономические показатели развития страховых рынков России и Украины

№№ п/п	Наименование показателя	Россия	Украина
1	Доля премии на душу населения, долл. 2012 г. 2013 г.	184,4 199,0	57,6 79,0
2	Доля премии в ВВП, % 2012 г. 2013 г.	1,3 1,3	1,65 2,0
3	Доля совокупной страховой премии в мировом рейтинге, % 2012 г. 2013 г.	0,56 0,61	0,08 0,07
4	Место по доле совокупной страховой премии в мировом рейтинге 2012 г. 2013 г.	24 24	50 49
5	Доля в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию жизни, % 2012 г. 2013 г.	0,07 0,10	0,01 0,01
6	Место в мировом рейтинге по доле совокупной страховой премии по страхованию жизни 2012 г. 2013 г.	44 40	72 69
7	Доля в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию иному, чем страхование жизни, % 2012 г. 2013 г.	1,22 1,27	0,14 0,16
8	Место в мировом рейтинге по доле совокупной страховой премии по страхованию иному, чем страхование жизни 2012 г. 2013 г.	15 15	47 45

Источник: [1]

Данные табл. 1 свидетельствуют о том, что в 2012 г российский и украинский рынки занимали, соответственно, 24-е и 50-е место в мировом рейтинге по сбору страховых премий; в 2013 г – 24-е и 49-е. Эти показатели отражают объемы соответствующих рынков, которые, в свою очередь, зависят от объемов экономик стран. Российский рынок в 2012 г. составлял 26027 млн долл США, число страховых компаний при этом – 458; украинский – 2692 млн долл США, число страховых компаний – 414; в 2013 г., соответственно, – 28421 млн долл США (число страховых компаний – 430) и 3586 млн дол. США (число страховых компаний – 407) [1].

Как видим, объемы украинского рынка в 8-10 раз меньше российского. Но при этом показатель проникновения страхования (т.е. его доля в ВВП) в Украине выше: в 2012 г. он составлял 1,65 %, в 2013 г. – 2,0 %. В России показатель проникновения страхования в 2012 и 2013 гг сохранялся на уровне 1,3 %. Для сравнения: в целом по миру проникновение страхования составляет 6,6 %, в странах Западной Европы – 7,9 %, в странах Центральной и Восточной Европы – 2,6 %.

Следует отметить, что ближайшие годы внесут и уже вносят коррективы в эти показатели в сторону снижения. Пока что трудно делать точные прогнозы, но по предварительным оценкам, кризис в отношениях двух стран приведет к тому, что по итогам 2014 г. ВВП Украины, по данным Госслужбы статистики Украины, снизится на 6,5 %, а в 2015 г. – еще на 1,5 % по сравнению с 2014 г. Некоторый рост ожидается только в 2016 г. Эти процессы не могут не коснуться страхового рынка. Скорее всего, темпы снижения объемов рынка будут соответствовать темпам падения ВВП, а то и опережать их. Позитивным моментом при этом будет то, на рынке сократится доля псевдостраховых операций, рынок очистится от обанкротившихся компаний и приобретет более классические черты.

Что касается России, то по прогнозам экспертов, ВВП в 2014-2015 гг. хоть и не продемонстрирует резкого падения, однако не покажет и существенной динамики (например, Bank of America Merrill Lynch понизили прогноз роста реального ВВП России – с 0,5 % до 0,3 % в 2014г. и с 1,3 % до 0 % в 2015г. Прогноз учитывает более сильный, чем ожидалось, инфляционный эффект от запрета на импорт, ухудшение инвестиционных и потребительских перспектив и дальнейшее сокращение экспорта) [2]. На фоне этих ожиданий можно прогнозировать аналогичные неутешительные показатели темпов роста страхового рынка России.

В связи с неблагоприятными тенденциями в экономике и ухудшением в обеих странах жизненного уровня населения снизится показатель размера страховой премии, приходящейся на душу населения («плотность страхования»), хотя эти показатели в России и Украине и сейчас невысоки: в 2012 г – 184,4 и 57,6 долл. США соответственно; в 2013 г. – 199,0 и 79,0 долл. США соответственно (для сравнения: в США плотность страхования – 661 дол.США, в странах Западной Европы – 2947,1 долл США).

Если же говорить о рейтингах России и Украины среди стран мира в отдельно в секторах «Non-Life» и «Life», то тут картина несколько иная. В глобальном страховом пространстве в секторе «Non-Life» Россия входит в двадцатку лидеров и занимает стабильное 15-е место с долей в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию иному, чем страхование жизни 1,22 % в 2012 г. и 1,27 % в 2013 г, в то время как Украина в последние годы находится на 47-45 местах с долей в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию иному, чем страхование жизни 0,14 % в 2012 г. и 0,16 % в 2013 г.

В секторе «Life» обе страны демонстрируют низкие показатели. Россия в последние годы занимает 44-40 места с долей в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию жизни 0,07 % в 2012 г. и 0,10 % в 2013 г. Украина занимает 72-69 места со стабильной долей в мировом рейтинге совокупной страховой премии по страхованию жизни 0,01 %. Это свидетельствует о слабом развитии экономик стран, достаточно низких уровнях доходов граждан, невысоком уровне страховой культуры.

Главными факторами, определяющими в ближайшем будущем развитие как украинского, так и российского страховых рынков, будут:

- стагнация экономики;
- девальвация национальных валют;
- ухудшение инвестиционного климата;
- неразвитость финансового рынка;
- снижение уровня жизни населения;
- низкая платежеспособность страхователей, особенно физических лиц;
- недостаточный уровень капитализации страховщиков;
- низкая инвестиционная привлекательность страхового бизнеса, в том числе для иностранных инвесторов;
- жесткий рынок перестрахования;
- отсутствие эффективной государственной политики в сфере страхования.

Достичь показателей развития страховых рынков на уровне ведущих стран мира в ближайшей перспективе не удастся ни России, ни Украине.

Как показывает проведенный нами анализ, место российского и украинского рынков в мировом страховом пространстве пока нельзя назвать весомым. Такие низкие значения показателей развития страховых рынков не соответствуют экономическим возможностям обоих государств, их положению в мире, площади территорий и численности населения. Поэтому можно говорить о серьезном потенциале развития этих рынков. Наши выводы подтверждаются данными исследования Мирового Банка, касающегося инвестиционной привлекательности развивающихся страховых рынков (таблица 2), которая еще недавно для России и Украины выглядела достаточно убедительной.

Таблица 2

**Индикаторы инвестиционной привлекательности страховых рынков развивающихся стран, 2011 г.[3; 4]**

Регион/ страна	Масштаб страхового рынка	Проникновение (доля страховых премий в ВВП)	Концентрация (страховые премии на душу населения)	Экономические перспективы (прогноз Мирового Банка по росту ВВП)	Население (млн чел.)	Простота ведения бизнеса по рейтингу Мирового Банка
Центральная и Восточная Европа						
Россия	1	1	2	1	1	3
Украина	2	1	1	1	1	3
Критерии оценки	Общий объем страховых премий, дол. США	Доля страховых премий в ВВП, %	Премии на душу населения, дол. США	Прирост реального ВВП, % (2011-2021 гг.)	Население млн чел.	Рейтинг Мирового Банка
1	>10 млрд	<2,9	<91,5	>3,7	>40	1–61
2	1 млрд – 10 млрд	2,9–7,0	92–595	2,5–3,7	20–40	62–122
3	<1 млрд	>7,0	>595	<2,5	<20	123–183

Как видно из табл. 2, и Россия, и Украина в стабильные периоды своего развития имели высокий рейтинг привлекательности страхового рынка исходя из таких показателей как доля страховых премий в ВВП и численность населения (эти показатели во многом отражают потенциал развития рынков). Еще недавно Мировой Банк одинаково позитивно оценивал экономические перспективы развития обеих стран, хотя по простоте ведения бизнеса они по-прежнему позиционировались как недостаточно привлекательные для инвесторов. Но, тем не менее, на страховых рынках России и Украины представлены почти все транснациональные страховщики-лидеры мирового рынка страхования. В Украине это АХА Страхование, UNIQA,

Vienna Insurance Grup, PZU Украина, ИНГО Украина, АЛЬЯНС Украина и др. В России это – АЛЬЯНС, ЦЮРИХ, ДЖЕНЕРАЛИ ППФ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ, ДЖЕНЕРАЛИ ППФ ОБЩЕЕ СТРАХОВАНИЕ, СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ КАРДИФ, АЛЬЯНС РОСНО ЖИЗНЬ, АВИВА, СИВ ЛАЙФ, ЭРГО РУСЬ и др.

Приход иностранных страховщиков влияет на рынки двояко. С одной стороны, это дает толчок к соответствующему развитию национальных страховых компаний, обеспечивает рост их капитализации, повышение профессионального уровня персонала. С другой, иностранные компании имеют несравненно большие финансовые возможности, что дает им неоспоримые преимущества в конкурентной борьбе. Страховщики оказываются перед проблемой выбора: привлекать инвестора или концентрироваться на определенном сегменте рынка. Кроме того, высокая концентрация иностранного капитала на любом рынке является опасной в связи с потерей контроля и ростом риска внешнего воздействия, особенно учитывая опасность «бегства капитала» в кризисные периоды.

В 2013 г. объемы иностранного капитала на страховом рынке Украины составили 4,24 млрд грн (28 % совокупного уставного капитала страховщиков). Структура иностранного капитала, присутствующего на страховом рынке Украины (в разрезе стран его происхождения) пока еще достаточно подвижна и меняется из года в год, неизменно высокой остается лишь доля Кипра и оффшорных зон. Так, на начало 2013 г. структура иностранного капитала она была такой: Австрия – 15,6 % его общего объема, Россия – 9,8 %, Франция – 2,9 %, Казахстан – 5,5 %, США – 4,8 %, Нидерланды – 3,8 %, Германия – 2,1 %. На Кипр и оффшорные зоны приходилось более 40 %. (рис.1).



Рис. 1. Структура иностранного капитала на страховом рынке Украины на начало 2013 г. [5]

Структура иностранного капитала на страховом рынке России (рис.2) «идеологически» схожа с аналогичной структурой на страховом рынке Украины, хотя отличия, несомненно, есть.

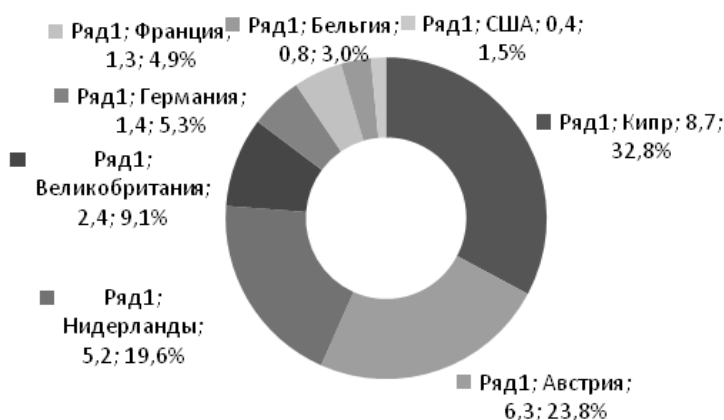


Рис. 2. Структура иностранного капитала на страховом рынке России на начало 2013 г. [6].

На российском рынке, как и на украинском, преобладает доля оффшорных зон и Кипра (32,8 %). Однако доля европейских также является достаточно высокой: на Австрию приходится 23,8 %, Нидерланды – 19,6 %, Великобританию – 9,1 %, Германию – 5,3 %, Францию – 4,9 %, Бельгию – 3,0 %. Примечательно, что на страховом рынке России отсутствуют в качестве инвесторов представители постсоветских государств, в то время как в Украине они есть. Это – Россия и Казахстан, которые по удельному весу в общем объеме иностранных инвестиций занимают на страховом рынке Украины 2-е и 3-е места соответственно. Доля России на страховом рынке Украины (9,8 %) сопоставима с долей Великобритании на страховом рынке России (9,1 %). Доля Казахстана на страховом рынке Украины (5,5 %) сопоставима с долей Германии на страховом рынке России (5,3 %).

Высокая доля Кипра и оффшорных зон является косвенным подтверждением недостаточной степени привлекательности рынков России и Украины для иностранных инвесторов из ведущих развитых стран. К сожалению, есть все основания полагать, что по итогам 2014 г. и текущего года степень привлекательности страховых рынков России и Украины для таких инвесторов снизится еще больше в силу причин как экономического, так и политического характера. Это означает, что в ближайшей перспективе рынки будут испытывать инвестиционный голод и находиться в состоянии рецессии.

Взаимные финансовые потоки между рынками России и Украины также пострадают. Это, в частности, касается операций перестрахования. Россия для украинских страховщиков стала в последнее время в этой сфере самым крупным партнером. К примеру, на конец 2013 г. в структуре исходящего из Украины перестрахования на долю России приходилось 38,7 % (632,1 млн грн), что превышает доли таких стран, как Германия и Великобритания, вместе взятых (Германия – 15,4 %; Великобритания -14,6 %). Скорее всего, по итогам 2014 г. структура исходящего перестрахования изменится не в пользу России вследствие ухудшения отношений между странами. Учитывая данный факт, следует ожидать также изменения структуры иностранного капитала, присутствующего на российском и украинском рынках, а, возможно, и явлений бегства капитала.

Можно предположить также, что из-за сокращения объемов бизнеса сохранится тенденция к сокращению числа страховых компаний на рынках обеих стран (рис.3).

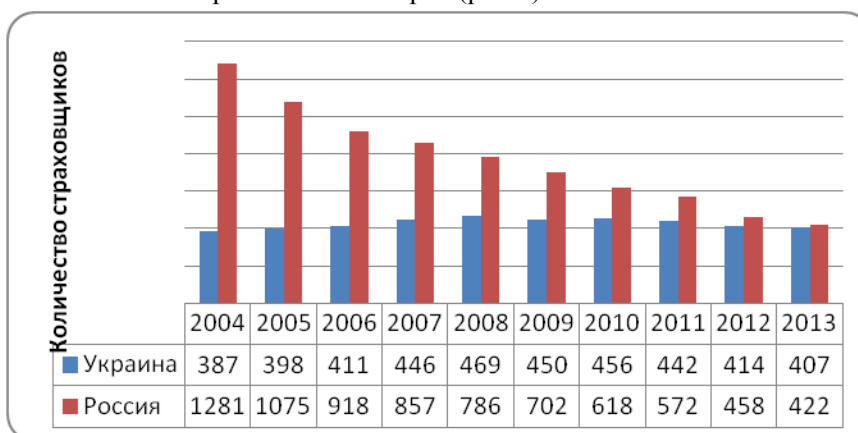


Рис. 3. Динамика числа страховых компаний в России и Украине

Источник: составлено авторами на основании [5;7;8].

Эта тенденция в течение последнего десятилетия была особенно ярко выражена на российском рынке. Количество страховщиков за этот период сократилась с 1408 в 2004 г. до 422 на конец 2013 – начало 2014 гг. На украинском рынке процесс сокращения, хотя и не такой резкий, происходит начиная с 2008 г.: с 469 в 2008 г. до 407 на конец 2013 – начало 2014 гг. Сокращение числа страховщиков и их укрупнение в России и Украине происходили различными путями: за счет слияний и поглощений, в результате перехода ряда региональных страховщиков на положение филиалов более крупных компаний, присоединения мелких страховщиков к крупным, создания страховых и финансовых групп. В то же время некоторые страховщики покинули рынок в связи с утратой инвесторами интереса к страховому бизнесу. В конечном итоге эти процессы способствовали перераспределению страхового капитала между наиболее сильными игроками рынка.

Сокращение численности страховых компаний объективно сопровождается изменением концентрации страхового рынка в обеих странах, однако тенденции концентрации страхового рынка отличаются (рис.4).



Рис.4. Динамика доли ТОП-10 страховщиков по страховым премиям на страховых рынках России и Украины

Источник: составлено авторами на основании [5; 7; 8].

Так, если в России доля ТОП-10 компаний в течение последних трех лет хоть незначительно, но возрастала: в 2010 г. – 52,8 %; в 2011 г. – 55,0 %; в 2012 г. – 56,0 %, в 2013 г – 58,1 %, то на украинском страховом рынке в 2012 г. произошло резкое ее снижение – с 34,4 % (2011 г.) до 28,6 % (2012 г.), которое в 2013 г. сменилось некоторым ростом – до 30,7 %.

Кроме того, как видно из рис.4, принадлежащая на ТОП-10 страховщиков доля в России (58,1 %) почти вдвое больше, чем в Украине (30,7 %). На наш взгляд, это может свидетельствовать об олигополистических тенденциях на российском страховом рынке.

Аналогичная картина наблюдается и в крупнейшей «страховой двадцатке» обеих стран (рис.5). На конец 2013 – начало 2014 гг. в Украине на долю Топ-20 приходилось 50,3 % страхового рынка, в России – 72,5 %. В то же время значения долей ТОП-100 компаний расходятся не так сильно: 92,1 % в Украине и 94,5 % в России. Таким образом, можно утверждать, что крупнейшие 100 компаний на обоих рынках собирают более 90 % всех страховых премий, хотя концентрация страхового рынка России выражена более ярко.



Рис. 5. Показатели концентрации на страховых рынках России и Украины в 2013 г.

Источник: составлено авторами на основании [5;8].

Процессам концентрации способствует специфическая структура страховых рынков двух стран в разрезе видов страхования (см. рис. 6 и рис.7), где доминируют автотранспортное страхование и страхование имущества. Как видно из диаграмм, представленных на рис.6 и рис.7, наиболее развитым сегментом обоих рынков является автострахование, включающее в себя страхование КАСКО и страхование ответственности автовладельцев. На автострахование приходится 27,8 % страхового рынка Украины и 39,1 % страхового рынка России (в том числе 24,3 % – КАСКО и добровольное страхование гражданской ответственности автовладельцев; 14,8 % – обязательное страхование гражданской ответственности автовладельцев).

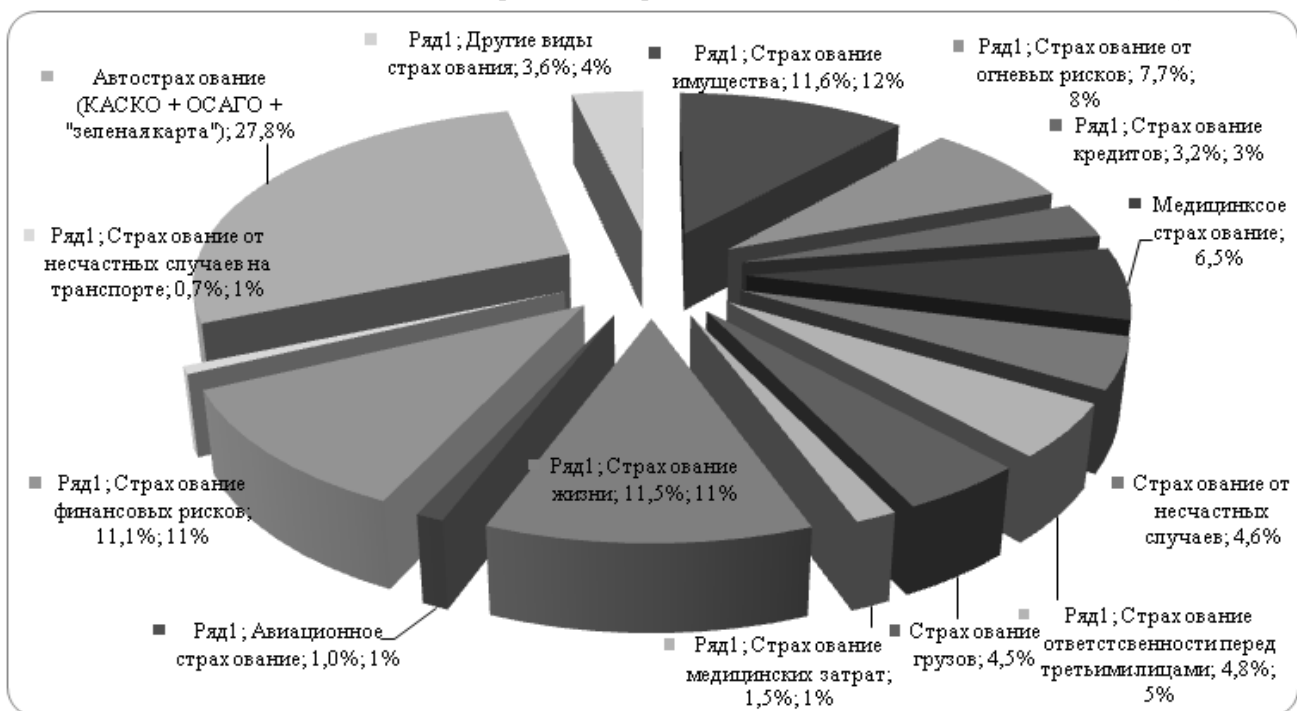


Рис. 6. Структура страхового рынка Украины по показателю страховых премий в разрезе видов страхования, 2013 г. [5]

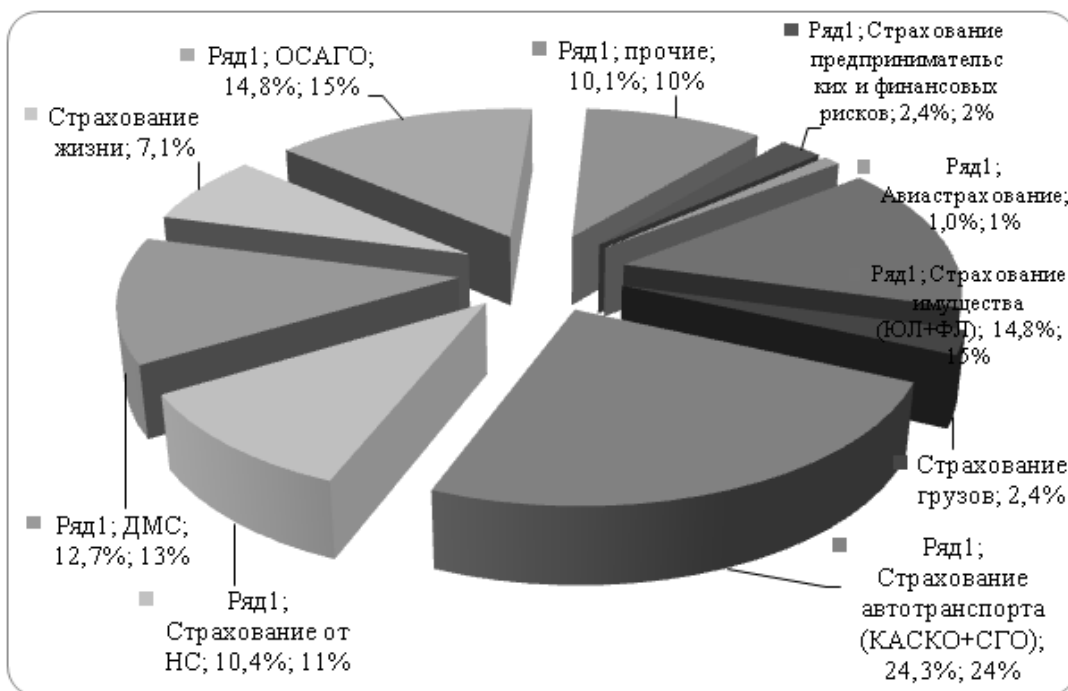


Рис. 7. Структура страхового рынка России по показателю страховых премий в разрезе видов страхования, 2013 г.

Источник: составлено авторами на основании [8].

Следующим по значимости на обоих рынках является страхование имущества. В Украине на него приходится 19,3 % рынка (в т.ч. страхование имущества от огневых рисков – 7,70 %, иное страхование имущества – 11,6 %), в России – 14,8 %.

Обращает на себя внимание более развитый сегмент личного страхования на страховом рынке России, составляющий 30,2 % (в т.ч. добровольное медицинское страхование – 12,7 %; страхование от несчастных случаев – 10,4 %; страхование жизни – 7,1 %). В Украине личное страхование составляет 24,8 % рынка. Оно представлено медицинским страхованием (8,0 %, в т.ч. страхование медицинских расходов – 1,5 %); страхованием от несчастных случаев (5,3 %, в том числе обязательное страхование от несчастных случаев на транспорте – 0,7 %), страхованием жизни (11,5 %). Недостаточно развитым на обоих рынках пока что остается страхование ответственности – за исключением страхования ответственности автовладельцев, которое в России и Украине является обязательным видом страхования.

Традиционно высокой в структуре украинского страхового рынка является доля страхования финансовых рисков. Это в значительной степени объясняется широкими возможностями проводить в этом сегменте рынка псевдостраховые операции, связанные с применением схем обналичивания и «налоговой оптимизации». Очищение рынка от псевдостраховых операций и псевдостраховых компаний является приоритетной задачей государственного регулятора – Национальной комиссии, осуществляющей государственное регулирование в сфере рынков финансовых услуг.

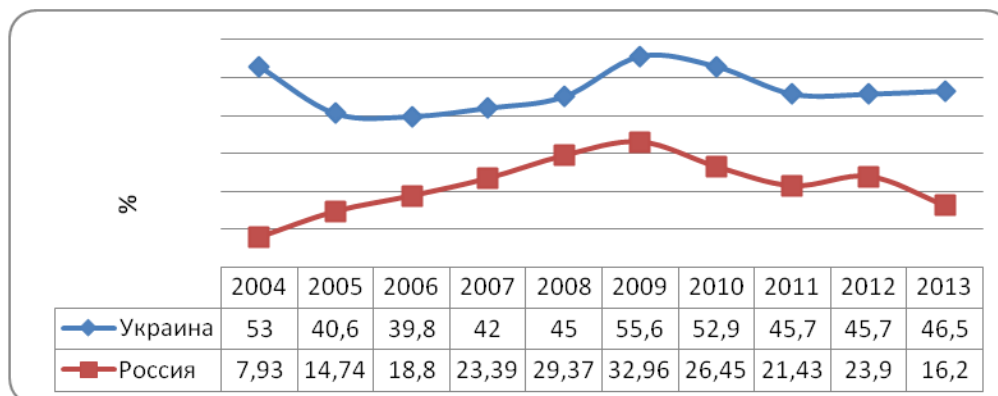
Отдельно следует сказать о страховании жизни. Если в мире, в объеме глобального страхового рынка, соотношение секторов «Non-Life» и «Life» составляет в последние годы примерно 43 % к 57 % то в России и Украине на долю страхования жизни приходится примерно лишь десятая часть рынка: 7,1 % – в России и 11,5 % – в Украине. То, что внутренние страховые рынки России и Украины, по своей сути, являются рынками «Non-Life» страхования, можно считать косвенным свидетельством слабого развития экономик обеих стран, достаточно низкого уровня доходов граждан, невысокого уровня страховой культуры, а главное – отсутствия доверия населения к инструментам долгосрочного инвестирования, в числе которых – полисы накопительного страхования жизни. В Украине, например, классических долгосрочных договоров страхования жизни заключается чрезвычайно мало в силу неблагоприятной экономической конъюнктуры, а в общем объеме поступлений от страхования жизни в целом по рынку львиную долю составляют страховые премии по краткосрочным договорам страхования жизни ссудозаемщиков при оформлении потребительских кредитов.

Все это свидетельствует о том, что страхование пока что не стало насущной потребностью граждан России и Украины. Среди факторов, влияющих на популярность страховых услуг, можно назвать оценку потребителями страхования как эффективного способа борьбы с опасностями; степень чувствительности потребителей к рискам; финансовые возможности потребителей (готовность и способность платить за страхование). На потребительскую оценку страхования и, тем самым, на популярность страховых услуг, суще-



ственное влияние оказывает также непосредственная деятельность страховщиков – качество обслуживания клиентов, сроки урегулирования убытков, уровень страховых выплат.

Данные об уровне страховых выплат на российском и украинском страховых рынках представлены на рис. 8. Эти данные показывают, что пик выплат в обеих странах пришелся на первый посткризисный год – 2009.



**Рис. 8.** Динамика уровня страховых выплат в России и Украине

Источник: составлено авторами на основании [5; 7; 8].

Впоследствии ситуация выровнялась, уровень выплат стабилизировался. При этом следует отметить, что значение показателя уровня выплат на страховом рынке России (в 2013 г. – 16,2 %) почти в 3 раза ниже, чем в Украине (в 2013 г. – 46,5 %). Это во многом может быть следствием того, что в соответствии с Федеральным Законом № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» все средства ОМС стали признаваться целевыми средствами, а не страховыми премиями (платежами) и поэтому ОМС было исключено из статистики российского страхового рынка. Вполне очевидно, что это повлекло за собой изменение как абсолютных показателей развития российского страхового рынка, так и относительных, в частности – показателей уровня выплат и показателей структуры рынка в разрезе обязательных и добровольных видов.

Если еще в 2011 г. соотношение добровольного и обязательного страхования составляло на российском рынке 43,6 % к 56,4 % [7], то после изменения законодательства в отношении обязательного медицинского страхования это соотношение установилось на уровне 81,5 % к 18,8 % в пользу добровольного [7]. Примерно такое же соотношение демонстрирует украинский рынок: 82,1 % – добровольное; 17,9 % – обязательное [5]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России и в Украине на обязательное страхование приходится примерно пятая часть объемов страхового рынка. Причем в обеих странах основная доля премий среди обязательных видов страхования приходится на ОСАГО (в 2013 году – 14,8 % общего объема премий в России и 13,3 % – в Украине).

Сочетание обязательного и добровольного страхования характерно для всех страховых рынков в мире, однако в развитых странах эти формы страхования органично взаимосвязаны, и добровольное страхование всегда превалирует над обязательным. Однако, на наш взгляд, обязательная форма страхования, при всей ее неоднозначности, имеет неоспоримые преимущества, особенно для новых, развивающихся рынков. Обязательное страхование, в силу своей массовости, во-первых, позволяет удешевить социально значимые страховые услуги, во-вторых, постепенно сформировать у населения привычку к страхованию и укоренить потребность в нем. Это немаловажно, поскольку, например, по результатам опроса украинских страхователей относительно того, чем для них является страхование, 26 % респондентов ответили, что оно является способом получения психологической уверенности; для 37 % – экономически обоснованным способом борьбы с опасностями; для 4 % – стилем жизни. Но при этом 33 % респондентов считают страхование пустой тратой денег, что является достаточно высоким негативным показателем. В этих условиях обязательное страхование является явным стимулом развития страховых рынков обеих стран, обеспечивая вовлечение в страховые процессы широких слоев населения.

## Выводы

Анализ современного состояния наиболее крупных рынков на постсоветском пространстве – российского и украинского – позволяет сделать выводы о том, что эти рынки пребывают в процессе развития. Процесс развития объективно необходим, ведь тот факт, что страхование – это наиболее адекватный механизм минимизации экономических потерь, возникающих в результате наступления неблагоприятных случайных событий, оспорить невозможно. Выступая институтом социальной и финансовой защиты как отдельного человека, так и всего общества в целом, страхование в то же время выступает важнейшим источником инвестиционных ресурсов, необходимых для развития экономики каждой из стран. Уровни развития

как российского, так и украинского страхового рынка пока еще значительно ниже уровня развитых стран (специалисты считают, что такое отставание составляет 10-15 лет). Тем не менее, российский и украинский страховые рынки состоялись. За короткий срок страховщикам удалось не только усовершенствовать советские классические виды личного и имущественного страхования, но и предложить бизнесу и населению необходимые в рыночной экономике новые виды: страхование ответственности, предпринимательских и финансовых рисков, кредитов и инвестиций, различные виды медицинского страхования, инновационные программы страхования жизни и пенсий. За этот период оформились необходимые рынку институты: страховые и перестраховочные компании, страховые посредники, профессиональные и общественные объединения страховщиков, ассистирующие компании, сообщества аварийных комиссаров и актуариев. Одновременно со всеми этими процессами сформировалась определенная страховая культура. Несмотря на некоторые особенности, показатели развития российского и украинского страховых рынков очень близки. Рынки прошли фазу становления, создания и развития законодательно-правового обеспечения, динамичного вовлечения в страховой оборот финансовых и человеческих ресурсов. Они заняли свое место в мировом страховом пространстве.

#### Список использованных источников

1. Swiss Re. – Sigma № 3/2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://media.swissre.com/documents/sigma3\\_2014\\_en.pdf](http://media.swissre.com/documents/sigma3_2014_en.pdf)
2. Григорьева, Т. Мировые банки снижают прогноз роста ВВП России // РБК QUOTE [Электронный ресурс] / Т. Григорьева. – Режим доступа: <http://quote.rbc.ru/topnews/2014/09/09/34214298.html>.
3. Лига страховых организаций Украины [Электронный ресурс]. – Официальный сайт. – Режим доступа: URL: [www.uainsur.com](http://www.uainsur.com).
4. Гаманкова, О. О. Страховый рынок України в глобальному страховому просторі / О. О. Гаманкова, В. К. Хлівний // Фінанси України, 2012. – № 5. С. 58–67.
5. Национальная комиссия, осуществляющая государственное регулирование в сфере рынков финансовых услуг. – Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://dfp.gov.ua/734.html>; [http://nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/sk\\_%202013.pdf](http://nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/sk_%202013.pdf).
6. Интерфакс [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://rud.exdat.com/docs/index-798456.html>.
7. Страхование сегодня. МИГ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/statistics/analytics/?unAction=a03&unSes=597f37500b6f2b7e0c8d4f4621af7e76>.
8. Рейтинговое агентство Эксперт РА. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.raexpert.ru/rankingtable/insurance/itogi\\_2013/main/](http://www.raexpert.ru/rankingtable/insurance/itogi_2013/main/).

## УЧЕТНАЯ ОЦЕНКА КАК МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

**О.П. Кундря-Высоцкая,**  
канд. экон. наук, доцент

*Львовский институт банковского дела УБД НБУ, г. Львов*

Роль оценки в бухгалтерском учете качественно возросла, а ее функции расширились в период формирования рыночных отношений в экономике Украины. Это объясняется тем, что оценка как функция и как элемент метода бухгалтерского учета перестала быть лишь техническим приемом стоимостного измерения его объектов. Она стала методической основой реальной оценки стоимости активов и пассивов хозяйствующих субъектов в условиях сбалансированности спроса и предложения. Именно оценке результатов хозяйствования (или отдельных его элементов) до и после принятия управленческого решения определяется результат последнего.

В корпоративном секторе экономики Украины оценка как методологический инструмент также приобретает качественно новое значение. Это обусловлено тем, что таким структурам необходима объективная оценка стоимости акционерного капитала. При создании совместных предприятий все стороны заинтересованы в справедливом определении своей доли в уставном капитале. Кроме того, необходимо установить объективную стоимость приватизированного имущества. В общем специфика организационного строения корпоративного предприятия предопределяет исследования оценок в широком формате, обусловленном особенностями корпоративного управления.

Обуславливая методологию оценки в сегодняшних условиях, и, в частности, в корпоративном секторе, необходимо отметить, что для анализа места и функций оценки существенное значение имеет обоснование научных подходов к классификации, нормативного обеспечения и применения оценки.

Как отмечает Л.Г.Ловинская: «Достичь единых подходов к толкованию сущности оценок и определения методик их расчета возможно только на основе общей классификации.» [1, 252 с.] По нашему мнению, общая классификация оценок очень важна для бухгалтерского учета. Это обусловлено его назначением как

функции управления, а следовательно, и местом бухгалтерских оценок среди других оценок, используемых на предприятии. Бухгалтерский учет – информационное основание принятия управленческих решений, поэтому его оценки «корреспондируют» с потребностями других функций управления и оценками, используемых ими.» [1, 252 с.]

Строя такую классификацию, необходимо учесть, что все оценки, связанные с хозяйственной деятельностью субъектов хозяйствования, является по своему содержанию экономическими. Такое понимание экономических оценок отличается от их толкования в литературе. По мнению В.Г.Швеца: «Экономические оценки используют, обозначая ценность имущества при его реализации или приобретении, имеют, как правило, калькуляционный характер» [2, 447 с.]. Л.Г. Ловинская считает, что к экономическим оценкам относятся оценки, которые используются в реализации определенной функции управления или является ее результатом. Соответственно, экономические оценки бывают плановыми, бухгалтерскими, статистическими, финансовыми, аналитическими и тому подобное. [1, 252 с.] Безусловно, такой подход производит предпосылки для упорядочения многообразия оценок с помощью построения общей классификации, поскольку позволяет воссоединить оценки их общим признаком или свойством в определенную информационную совокупность, а дальше дифференцировать по различиями.

Дифференциация экономических оценок может происходить за их целью или сферой применения, методом расчета и источником исходных данных. Разделение экономических оценок на виды обусловлено спецификой функций управления, особенностями их методологических основ, что особенно характерно в крупных корпоративных структурах. Например, оценки, используемые в финансовом менеджменте, предназначенные для обоснования управленческих решений, направленных на привлечение и эффективное использование финансовых ресурсов.

Так называемая финансовая стоимость управленческого решения исчисляется с учетом влияния факторов – потока денежных средств, времени и риска. Расчеты прodelьвают в различных их комбинациях как переменных и постоянных величин [3, с. 234]. Такие показатели могут использоваться в бухгалтерском учете, однако они будут связаны не с вариативностью выбора управленческого решения, а с отображением уже произведенной хозяйственной операции или существующего объекта бухгалтерского учета.

Безусловно, в содержании оценки в бухгалтерском учете и финансовом менеджменте будут различия. Впрочем, следует отметить, что разделение экономических оценок на виды, обусловленное спецификой функций управления, в определенной мере есть условным, поскольку часто одинаковы по методике расчета и объектами оценки, используются различными функциями управления или же функции управления пользуются оценкам друг друга. Например, рыночная оценка как результат оценочной деятельности может использоваться различными функциями управления – бухгалтерским учетом, планированием, финансовым менеджментом и тому подобное.

На основании вышеупомянутого можно предложить такую подчиненность критериев общей классификации экономических оценок: по функциям управления, по назначению (по видам), по методу расчета, по источникам данных.

В данном случае классификация экономических оценок рассмотрена с целью доказательства факта, что оценки, которые используются в бухгалтерском учете, является подсистемой системы экономических оценок. Система экономических оценок имеет единые методологические основы. Они вытекают из общего объекта для всех оценок хозяйственной деятельности как в пределах предприятия, так и вне их. Таким образом, оценка менеджмента, финансового состояния и финансового результата деятельности субъектов хозяйствования, необходимость обеспечения обоснованных и достоверных показателей финансовой отчетности влияет на избрание способа оценки стоимости объектов бухгалтерского учета.

Теоретическим фундаментом процесса оценки следует считать комплекс оценочных принципов, которые объединены в группы (Рис.1).

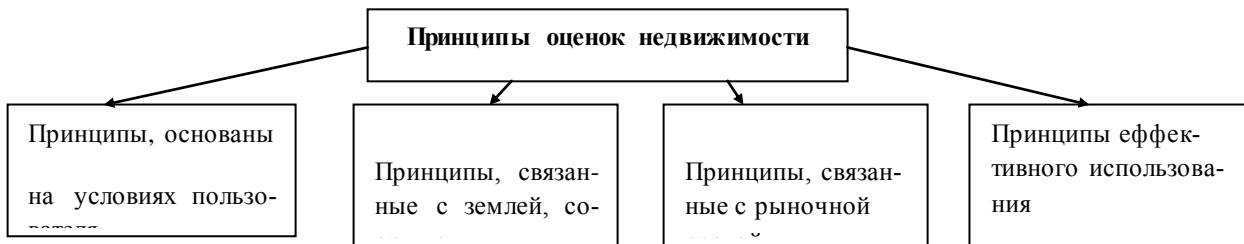


Рис. 1. Принципы оценки

Кроме того, при определении оценки необходимо учитывать: оценку активов и обязательств; оценку предприятия как функционирующего предприятия; окончательной продажной цены. Всего в процессе оценки объекта можно выделить шесть основных этапов, а именно:

- 1) определение задачи оценки;
- 2) планирование процедуры оценки;
- 3) сбор данных и проверка информации;
- 4) использование методов оценки;
- 5) составление и согласование выводов;
- 6) определение уставной цены.

При определении задачи оценка учитывает то, с какой целью проводится оценка предприятия: приватизация, продажа на аукционе, ликвидация, аренда и т.д., и обязательно указывается дата проведения оценки.

В соответствии с функциями оценок, как составляющей метода бухгалтерского учета, они делятся на два вида: оценки качественные и стоимостные. Соответственно, качественные оценки включают определение критериев признания объектов бухгалтерского учета, информационное обеспечение оценки финансового состояния и оценки менеджмента предприятия. Стоимостные – измерение стоимости объектов бухгалтерского учета, а именно активов, капитала, доходов, расходов и финансовых результатов (рис. 2).



**Рис. 2.** Классификация видов оценки в бухгалтерском учете в соответствии с его функциями

Система стоимостных оценок, используемой в бухгалтерском учете, имеет многофункциональный характер. Этим обстоятельством объясняется сосуществование различных денежных оценок. Оценку как экономическую категорию можно анализировать с разных сторон и на разных уровнях абстракции. В частности, важны следующие критерии: первый – точка зрения субъекта, который оценивает имущество; второй – на момент времени, когда такая оценка выполняется; третий – продается или покупается ценность (имеется в виду назначение ценности). Отсюда вытекает множество разнообразных трактовок относительно понятия оценки как экономической категории и методики ее осуществления.

Наиболее проблематичным является вопрос выбора методики оценки. Практически по методике применения оценки в каждом конкретном случае – решение принимает оценщик – в зависимости от цели и задачи по определению стоимости оцениваемого объекта. Впрочем, подобные решения должны быть мотивированы соответствующими регламентами. По вопросам оценки в сфере корпоративного бизнеса, то методическими нормами здесь следует считать МСФО. В Концепции с Международными стандартами бухгалтерского учета приведены следующие виды стоимости, составляющие основу оценки статей отчетности: историческая себестоимость, текущая себестоимость, стоимость реализации (погашения), нынешняя стоимость [4, 304 с.]. Методика расчета каждого из приведенных видов стоимости учитывает временную стоимость денег.

Историческая себестоимость предусматривает, что активы отражаются по сумме уплаченных денежных средств или их эквивалентов, или справедливой стоимостью компенсации, выданной, чтобы приобрести их на момент приобретения. Обязательства отражаются по сумме поступлений, полученных в обмен на обязательства или других обстоятельств (например, налогов на прибыль) по суммам денежных средств или их эквивалентов, что, как ожидается, будут оплачены с целью погашения обязательства в нормальном ходе деятельности.

При применении текущей себестоимости активы отражают по сумме денежных средств или их эквивалентов, которая была бы уплачена в случае приобретения того же актива на текущий момент. Стоимость реализации (погашения) предусматривает, что активы отражаются по сумме денежных средств или их эквивалентов, которую можно было бы получить на текущий момент путем продажи актива в процессе обычной реализации. Обязательства отображаются по стоимости их погашения, то есть за недисконтированный

суммой денежных средств или их эквивалентов, которая, как ожидается, будет уплачена для погашения обязательств при нормальном ходе деятельности предприятия.

Нынешняя стоимость означает, что активы отображаются по дисконтированной стоимости будущих чистых поступлений денежных средств, что, как ожидается, имеет генерировать статья в нормальном ходе деятельности предприятия. Обязательства отражаются по нынешней дисконтированной стоимости будущего чистого выбытия денежных средств, которые, как ожидается, будут необходимы для погашения обязательств в нормальном ходе деятельности.

В бухгалтерском учете предприятий Украины базовой оценкой признано в Законе «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» историческую (фактическую) себестоимость. Использование в Украине только модели учета, ориентированной на финансовое сохранения капитала, является определенным ограничением развития системы бухгалтерского учета. [5, с.53] Как подчеркивает Я.В.Соколов, выбор определенной оценки еще не гарантирует точности учета, поскольку каждый подход к оценке имеет свои погрешности и слабые стороны [6, с. 99]. Так, историческая себестоимость наряду с такими преимуществами, как документальная обоснованность, точность, логичность и простота вычисления, имеет и существенные недостатки: необходимость проведения переоценок, искажающие реальность в результате несовершенства методик, необъективность финансового результата и др. [6, с.215]. Не меньшей критике подвергается и оценка по текущей стоимости и текущей стоимости. Например, метод дисконтирования будущих поступлений занижает текущую ценность средств и тем самым уменьшает прогнозную ценность данных бухгалтерского учета [5, с.189]. Как видно из приведенных аргументов, слабость обоих подходов связана с необъективностью итоговых данных учета. Вместе с тем, считаем, что историческая себестоимость и текущая себестоимость соответствуют тем моделям учета, в которых они доминируют.

Исходя из об "объекта нашего исследования – корпоративных систем управления, – в обосновании методологии оценок в данной сфере целесообразно подробно остановиться именно на определении текущей себестоимости, поскольку именно она нашла свое применение для оценки объектов бухгалтерского учета с расширением толкования значения учета в управлении предприятием.

В конце XX в. возник стратегический учет, влияние которого на оценку объектов учета имеет свое значение, что способствовало расширению функций оценки в учете, и соответственно, внедрения текущей стоимости, как альтернативного способа оценки по МСФО. По этому поводу Е. С. Хендриксен и М. Ф. Ван Бреда пишут: «Выбор метода оценки предполагает тщательное изучение цели оценки в бухгалтерском учете. Существует мнение, что логично оправданным является метод оценки по себестоимости, но есть и сторонники предоставления оценке определенного экономического смысла» [7, с.117]. И так, исследователи считают, что текущая стоимость делает учетные данные реалистичными, пригодными для принятия управленческих решений.

Изучение международного опыта, МСФО позволило прийти к выводу, что текущая стоимость по методам определения разделяется на текущую стоимость приобретения (current costs), экспертную оценку (appraisal value) (расчетную величину текущей стоимости для целевого использования), справедливую оценку (fair value). Текущая стоимость приобретения отличается от исторической стоимости тем, что учитывает фактор инфляции, а также динамику цен на такие активы.

Текущая стоимость действующих на предприятии активов в условиях финансовой концепции сохранения капитала определяется в результате проведения переоценки. Экономическая интерпретация ее такова, что она отражает стоимость замещения данного актива подобным по техническим характеристикам и физическим состоянием. Преимущества текущей стоимости по сравнению с исторической заключаются в том, что во-первых, она является лучшей информационной базой для прогнозирования, поскольку основывается на ценах текущего периода, улучшает сопоставимость доходов и расходов предприятия. Во-вторых, ее использование в качестве базовой оценки позволяет разграничить потенциальные прибыли, зависящие от эффективного менеджмента предприятия и от динамики цен на рынке, участником которого является данное предприятие. Безусловно, такие ключевые характеристики оценки текущей стоимости являются определяющими по использованию в корпоративных системах управления.

Недостатком текущей стоимости является сложность получения объективной информации о стоимости восстановления (замещения) действующих активов, а также невозможность использования для сезонных и изготовленных по устаревшей технологии активов.

Экспертная оценка (appraisal value) (расчетная величина текущей стоимости для целевого использования) является результатом профессиональной оценки. Ее преимущество заключается в объективности, поскольку расчет осуществляется сторонними компаниями лицами. По своему экономическому содержанию она является рыночной стоимостью. Мерой рыночной стоимости является наиболее вероятная цена, которая может быть получена на дату оценки на рынке при соблюдении условий, содержащихся в определении рыночной стоимости. При установлении этой цены в частности не учитываются цены, завышенные или заниженные за особые условия или обстоятельства операции. И так, рыночная стоимость актива есть предсказуемой величиной, а не обусловленной заранее или фактической ценой продажи. Рыночная стоимость отражает текущее состояние и условия рынка на фактическую дату оценки, а не на прошлое или будущую дату.

Рыночная цена предполагает, что переход актива от продавца к покупателю и заключения сделки совершаются одновременно, без всякого пересмотра цены.

Еще одним отличием рыночной стоимости является то, что она определяется после проведения надлежащего маркетинга. Это означает, что рыночная цена учитывает то обстоятельство, что имущество должно быть выставлено для продажи наиболее подходящим образом, чтобы обеспечить его реализацию по наилучшей из достижимых цен в течение разумного периода.

Рыночную стоимость следует понимать как стоимость актива, рассчитанную безотносительно к затратам на его приобретение или продажу и без учета каких-либо связанных с операцией налогов. Рыночная цена должна учитывать наиболее вероятно, совершенное с финансовой точки зрения использование имущества, в результате которого стоимость оцениваемого имущества является наиболее выгодной. Следует отметить, что рыночная стоимость не лишена недостатков. Наиболее существенными из них являются субъективность и периодичность, обусловленные самим характером определения рыночной стоимости. Рыночная оценка является всегда результатом профессионального суждения эксперта, поэтому она имеет отпечаток его субъективного взгляда. С другой стороны, из-за стремительного изменения рыночной конъюнктуры определена в предыдущие периоды рыночная стоимость перестает соответствовать существующему уровню цен, что предусматривает привлечение дополнительных затрат от предприятия.

Третьим видом текущей стоимости является справедливая стоимость. Справедливая стоимость – понятие, определенное в Международных стандартах финансовой отчетности как денежная сумма, за которую можно было бы обменять актив или погасить обязательство в коммерческой сделке между хорошо осведомленными заинтересованными сторонами. Одной из глобальных тенденций развития финансовой отчетности является постепенный переход к оценке ее статей по справедливой стоимости. В 1993 Совет по стандартам финансового учета США издал стандарт, которым введена оценка отдельных видов финансовых инструментов по справедливой стоимости вместо низкой оценки по себестоимости или рыночной стоимости.

В 1998 г. аналогичный подход был использован в МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка», в котором предусмотрено использование справедливой стоимости в учете всех финансовых инструментов за исключением дебиторской задолженности, займов, а также тех финансовых инструментов, справедливая стоимость которых определить невозможно. Позже оценку по справедливой стоимости было распространено на нефинансовые активы, в частности инвестиционную недвижимость, биологические активы и тому подобное.

Следует отметить, что справедливая стоимость характеризует не операции обмена, а ее условия. Исходя из определения, справедливая стоимость предполагает наличие таких условий, как независимость, осведомленность и заинтересованность сторон. На рис. 3 отражены условия для определения справедливой стоимости.

Независимость означает, что стороны не являются связанными, поскольку в операциях между связанными сторонами цены могут отличаться от рыночных. Осведомленность сторон предусматривает, что стороны владеют информацией о рыночной ситуации.

Заинтересованность означает, что обе стороны не вынуждены совершать сделку под влиянием обстоятельств (например, в случае необходимости срочной продажи имущества).

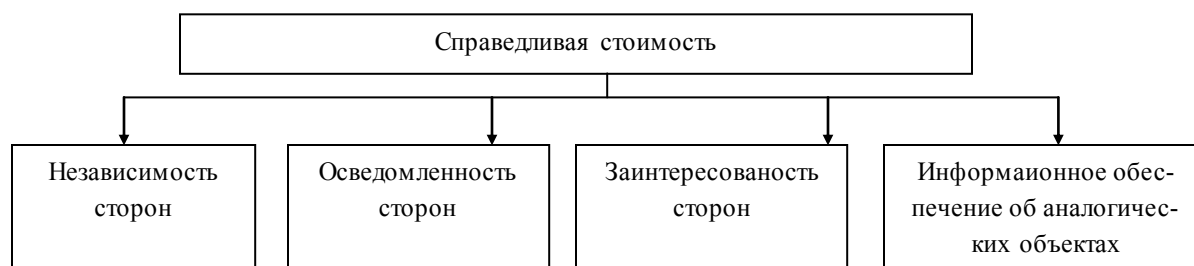


Рис. 3. Условия для определения справедливой стоимости

Итак, справедливая стоимость может быть как первичной, так и текущей оценкой элементов финансовой отчетности. Первоначальную оценку с использованием справедливой стоимости применяют в случае купли-продажи активов сделки между независимыми и поинформированными сторонами в обычном процессе деятельности.

Согласно МСФО 18 «Доход» доход должен оцениваться по справедливой стоимости, которая была получена или подлежит получению. При таких условиях сумма дохода по результатам операции, как правило, определяется соглашением между субъектом хозяйствования и покупателем или пользователем актива. В большинстве случаев компенсация предоставляется в денежной форме или в форме эквивалентов денежных средств, а доход выражается в той сумме денежных средств или их эквивалентов, которые были получены или подлежат получению. Однако, в случае отсрочки поступления денежных средств или их эквивалентов справедливая стоимость компенсации может быть ниже номинальной суммы денежных

средств, которая была ли получена. Например, предприятие может предоставить беспроцентный кредит покупателю или принять от покупателя в виде компенсации за продажу товаров вексель, ставка процента которого будет ниже рыночной. Когда договоренность фактически является финансовой операцией, справедливая стоимость компенсации определяется дисконтированием всех будущих потоков с использованием условной ставки процента. Условная ставка процента будет определена из двух следующих ставок:

- а) к действующей ставке на подобный инструмент эмитента с подобной кредитной ставкой, или
- б) ставки процента, которая дисконтирует номинальную сумму компенсации инструмента к текущей стоимостной цене продажи товаров или предоставления услуг.

Разница между справедливой стоимостью и номинальной суммой компенсации признается как доход от процента. Если товар или услуги обмениваются, подлежат обмену на товары или услуги, которые являются сходными по характеру и стоимости, обмен не рассматривается как операция, создающая выручку. Это часто происходит с такими товарами, как масло или молоко, когда поставщики обмениваются запасами в различных регионах для своевременного удовлетворения спроса в определенной местности. Если товары продаются или предоставляются в обмен на неподобные товары или услуги, обмен рассматривается как операция, которая генерирует доход. Доход оценивается по справедливой стоимости полученных товаров или услуг, скорректированных на сумму переведенных средств или их эквивалентов. Если невозможно достоверно оценить справедливую стоимость полученных товаров или услуг, доход оценивается по справедливой стоимости переданных товаров или услуг, скорректированный на сумму переведенных денежных средств или их эквивалентов.

Из этого следует, с одной стороны, что первоначальной оценке дебиторской задолженности покупателей справедливая стоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг), определенная в договоре между продавцом и покупателем. Это опровергает тезис о том, что справедливая стоимость носит условный характер. С другой стороны, справедливая стоимость, конечно, является основой первоначальной стоимости приобретенных предприятия активов, поскольку сумма, уплаченная (или подлежащая уплате) покупателем, является основным компонентом фактической себестоимости приобретенного актива.

Лучшим свидетельством справедливой стоимости, как правило, являются цены активного рынка на подобную недвижимость в той же местности и в подобных условиях договоров аренды или иных контрактов. МСФО 40 «Инвестиционная недвижимость» поощряет (но не требует) предприятие определять справедливую стоимость инвестиционной недвижимости за проведение оценки независимым оценщиком, который является признанным специалистом соответствующей квалификации и имевший недавний опыт в оценке инвестиционной недвижимости, которая находится в подобной местности и относится к подобной категории.

В случае отсутствия текущих цен на активном рынке предприятию следует рассматривать:

- текущие цены на активном рынке на недвижимость различного характера, состояния, местонахождение (или ту, что находится в разных арендных и других контрактных условиях), скорректированных для отображения этих разниц;
- недавние цены на менее активном рынке, скорректированные для отражения изменений экономических условий с даты операции, осуществлявшиеся по таким ценам;
- прогнозы дисконтированного денежного потока, основанные на достоверных предварительных оценкам будущих денежных потоков и поддерживаются условиями существующего соглашения об аренде и других контрактов, и (если возможно) внешними свидетельствами, такими как текущие арендные платежи за подобной недвижимостью, которая находится в той же местности и в таком же состоянии с применением ставок дисконта, которые отражают текущие рыночные оценки о размере и времени денежных потоков.

Таким образом, преимуществом справедливой оценки является то, что ее использование создает условия для объективного оценивания будущих денежных потоков, обеспечение сопоставимости активов, приобретенных в разное время. В свою очередь, это способствует эффективному менеджменту и объективной оценке его результатов. По этому поводу в МСФО 32 отмечается: «Справедливая стоимость обеспечивает нейтральную основу для оценки действий управленческого персонала, указывая на результат его решений приобрести финансовые активы, а также понести, сохранить или погасить финансовые обязательства. Если предприятие не оценивает актив или финансовое обязательство в балансе по справедливой стоимости, оно предоставляет информацию о справедливой стоимости путем раскрытия дополнительной информации» [ 8, с.77]. Безусловно, такие качественные характеристики оценки справедливой стоимости только подчеркивают необходимость использования такой оценки в корпоративных структурах. Однако, слабой стороной справедливой оценки является ее условный характер, ведь она определяется не реальной хозяйственной операцией, а значит, не подтверждена документально. Кроме того, она в известной степени «способствует» нарушения принципа осмотрительности, соблюдение которого требует при составлении отчетности минимизировать неопределенность показателей.

Такая полемика сегодня актуальна. В свете мирового финансового кризиса аналитики справедливую стоимость трактуют одной из причин, спровоцировавших кризис. Однако, АССА (Ассоциация присяжных сертифицированных бухгалтеров) утверждает, что Совет по международным стандартам бухгалтерского учета (IASB – независимая организация, устанавливающая международные стандарты учета) должен воспользоваться ситуацией в финансовой сфере и внедрить окончательную концептуальную базу финансовой отчетности, в которой «справедливая стоимость» занимала бы место.

Таким образом:

- Учет по справедливой стоимости имеет ряд существенных преимуществ, однако существующие неликвидные рынки выявили проблемы отнесения достоверной стоимости к финансовым инструментам и деривативам.

- По этой причине МСФО должны как и ранее включать разнообразные принципы определения затрат и оценки текущей стоимости. В общем сейчас АССА не усматривает причин для расширения использования справедливой стоимости в стандартах бухгалтерского учета, а особенно в тех сферах, где рынки отсутствуют.

- Первоначальная стоимость также может быть раскрыта в финансовой отчетности, если используется справедливая стоимость, чтобы пользователи могли самостоятельно принимать решения об указанной стоимости активов.

- Финансовая отчетность в целях информирования заинтересованных лиц о состоянии дел компании, а не для того, чтобы предоставить регулирующим (заинтересованным) органам инструмент финансовой стабильности.

Многие положительные и проблематичного в учете финансовых инструментов и активов по справедливой стоимости в результате публикаций АССА дало для Украины. Например, исключительно сложными представляются вопросы определения справедливой стоимости недвижимости и облигаций многих эмитентов, поскольку в это время происходит очень мало сделок с такими инструментами, и рынок является неликвидным. Однако некоторые аспекты, изложенные АССА, не являются особенно актуальными для Украины, например, сложности учета деривативов и обязательств по справедливой стоимости, так как подобная практика не имеет у нас широкого распространения. Для украинских банков являются гораздо более актуальным вопрос, который связан с определением справедливой стоимости: определение необходимой суммы резерва по обесценению кредитов по МСФО с учетом экономического кризиса и существенного обесценения национальной валюты и тому подобное.

Бесспорно, в учете по справедливой стоимости есть ряд преимуществ, – и одним из них является надлежащее признание займов, выданных украинскими банками по ставкам, ниже рыночных. При отсутствии справедливой стоимости факт выдачи таких ссуд не будет очевидным для пользователей финансовых отчетов, а значит и акционеры могут не знать достоверной информации о таком факте.

Система учета по справедливой стоимости предполагает, что компании указывают свои финансовые инструменты по рыночной стоимости, и, как следствие – производит достоверную информацию. Например, если текущая стоимость намного ниже первоначальной стоимости, в балансах имеют место значительные списания. Эти явные потери могут в итоге привести к потере доверия, особенно если отсутствует "рынок" для предоставления какой-либо стоимости вообще.

Таким образом, преимущества учета по справедливой стоимости очевидны:

- более прозрачный;
- понятный для заинтересованных лиц;
- надлежащий учет производных инструментов (деривативов);
- предоставляет дополнительную информацию;
- финансовая отчетность менее зависит от «управления доходами».

**Выводы.** Следует отметить, что стандарты бухгалтерского учета, применяемые в Украине, базируются на нормах, установленных международными стандартами бухгалтерского учета. Одним из требований этих стандартов является положение об оценке большинства статей баланса и отчета о финансовых результатах (начиная с января 2009 года) по стоимости, точно отражает стоимость будущих экономических выгод, которые будут получены (относительно активов) или будут уменьшены (по обязательствам). В стандартах такая стоимость названа «справедливой» и по размеру, как правило, существенно отличается от стоимости приобретения актива или исполнения обязательства по договорным условиям – исторической стоимости. Одной из главных недостатков исторического измерения стоимости является то, что зафиксированы цены не соответствуют существующей действительности и сумме доходов / расходов по операциям в будущем.

Применение других методов измерения, кроме исторического, также связано с тем, что современный бухгалтерский учет все в меньшей степени выполняет только функцию фиксации фактов. И сама финансовая отчетность все больше является не столько отчетом о результативности и эффективности управления



компанией, сколько базой, на основании которой принимаются решения о будущих действиях по отношению к определенной компании:

- по инвестированию в новые проекты, в расширение услуг, увеличение или модернизацию существующих производственных мощностей;
- о целесообразности и приемлемости (относительно сроков предоставления и возврата, стоимости пользования) определенного вида дополнительного финансирования текущих и перспективных проектов;
- относительно перспектив объединения, поглощения и других форм объединения.

Главным признаком перечисленных потребностей является то, что они направлены на будущее, из-за чего существующая историческая информация потребует значительного количества усилий и затрат на ее корректировки для приведения к измерению, который будет отвечать справедливой стоимости всех активов, обязательств и элементов капитала, которые есть в распоряжении компании на определенную дату и подлежат исполнению на конкретные даты в будущем.

Во избежание дополнительной нагрузки по определению различий в измерениях активов, обязательств и элементов капитала, а также ускорение получения результатов, на основании анализа которых можно было бы принять какое-либо решение, обусловлено появление требований (норм) по ведению учета по стоимости, которая является отличной от исторической и, прежде всего, максимально точно соответствует стоимости определенного элемента на тот период времени, к которому он относится – (текущей справедливой стоимости для текущих активов и обязательств, приведенной стоимости – для долгосрочных объектов учета).

Итак, методика бухгалтерского учета должна быть организована как система, позволяющая зафиксировать и воспроизвести необходимый справедливый измерение финансового состояния, результатов деятельности и способности компании генерировать денежные средства, благодаря которым увеличивается ее стоимость. Таким образом, оценка по справедливой стоимости – совершенно необходим и обоснован метод измерения, обеспечивающий достоверную оценку деятельности компании и рациональную организацию и ведение ее учета.

#### **Список использованных источников**

1. Ловинская, Л. Г. Оценка в бухгалтерском учете : монография / Л. Г. Ловинская. – М. : Финансы. – 252 с.
2. Швец, В. Г. Теория бухгалтерского учета : учебник / В. Г. Швец. – К. : Знание, 2004. – 447 с.
3. Киндрацька, Л. М. Фундаментальная учетная модель в общем контексте учетной политики коммерческого банка / Л. М. Киндрацька // Ученые записки : наук. сборник. Вып. 2. – М. : Финансы, 1999. – С. 103.
4. Министерство финансов обсуждает Стратегию применения международных стандартов финансовой отчетности в Украине. Электронный ресурс. Режим доступа // [www.minfin.gov.ua/](http://www.minfin.gov.ua/).
5. Киндрацькая, Л. Н. Метод начисления как базовая основа формирования финансовой отчетности коммерческих банков / Л. Н. Киндрацькая // Экономика, финансы, право. – 1999. – № 7. – С. 38.
6. Три шага к эффективному бизнесу. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.innoware.ua/erp/about-erp>.
7. Меморандум об основных направлениях развития бухгалтерского учета в Украине // Бухгалтерский учет и аудит. – 2002. – № 11. – С. 5.
8. Международные стандарты финансовой отчетности 2004 / пер. с англ. за ред. С. Ф. Голова. – К. : Федерация профессиональных бухгалтеров и аудиторов Украины, 2005. – Ч. 1. – 1304 с.

## **СТРАХОВАЯ ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ ЕЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**А. Залетов**

член Нацкомфинуслуг, канд. экон. наук,  
доцент, доцент кафедры страхования

*Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана*

В современных условиях страхование играет важную роль в обеспечении функционирования рыночной системы ведения хозяйства любого государства. Оно обеспечивает финансовую защиту имущественных интересов физических и юридических лиц от вреда, вызванного разными по природе и величине рисками. В то же время аккумуляция страховщиками страховых взносов приводит к образованию значительных инвестиционных ресурсов, которые позволяют обеспечить финансовую устойчивость не только самого страховщика, но и, при соответствующих стимулах в государственной политике, – стабильное экономическое развитие всей экономики страны.

Международный опыт убедительно подтверждает, что экономический рост и обеспечение эффективных условий для развития частного сектора, улучшение социальной защиты и благосостояния возможны лишь в случае эффективного развития страхового рынка как одного из главных элементов рыночной экономики. Влияние страхования на экономическое и социальное развитие общества осуществляется в рамках соответствующей страховой политики.

Под страховой политикой предлагается понимать систему мер государственных структур и субъектов хозяйствования относительно использования инструментов страхования и финансовых ресурсов страховщиков с целью эффективного управления рисками и обеспечения реализации целей и задач социально-экономического развития страны (регионов) и субъектов хозяйствования.

Страховая политика имеет существенное значение для экономики и общества, потому что охватывает не только ее макроуровень, но и отдельные сферы, микроэкономике и социальную сферу.

По нашему мнению, нужно различать страховую политику государства, корпоративного сектора, домохозяйств и страховых (перестраховочных) компаний.

Страховую политику можно рассматривать в определенном временном периоде: долгосрочном (перспективном) или краткосрочном (текущем). Текущая страховая политика связана с оперативным управлением рисками через сбалансирование страхования и самострахования. Перспективная страховая политика рассчитана на продолжительный период. Она должна обеспечить выполнение стратегических масштабных задач, которые чаще всего связывают с изменениями на страховом рынке в связи со структурными реформами в экономике.

Страховая политика должна быть подчинена стратегической цели – достижению повышения общественного благосостояния. Но для этого она должна также содействовать росту эффективности производства и прежде всего повышению производительности, внедрению материально- и ресурсосберегающих технологий, построению рациональной структуры экономики и т.п.

Основные задачи страховой политики в современных условиях:

- 1) мобилизация и использования финансовых ресурсов для обеспечения социальных гарантий;
- 2) содействие развитию производства, поддержание предпринимательской активности и повышение уровня занятости населения;
- 3) содействие рациональному использованию природных ресурсов, запрету технологий, которые угрожают здоровью человека.

Задачи страховой политики в каждом конкретном случае, в каждом государстве, в определенный промежуток времени могут меняться.

О необходимости государственного регулирования страхового рынка свидетельствует также тот факт, что страхование является довольно сложной услугой, о которой потенциальному потребителю довольно сложно составить правильное представление в связи с отсутствием специальных знаний. В то же время страховщик является профессионалом в этой сфере и может злоупотреблять своими знаниями.

Кроме этого одной из особенностей страховой услуги есть довольно значительный разрыв во времени между сроками уплаты страховых взносов и выполнением обязательств страховщиками (так называемая инверсия производственного цикла). Поэтому страхователю бывает довольно сложно оценить то, насколько страховщик окажется способный в будущем осуществить страху выплаты при наступлении страхового случая [1, 45].

Существуют разные теории, которые объясняют причины и результаты регулирования страхового рынка.

Необходимость государственного вмешательства в управление экономическими процессами на страховом рынке объясняется в рамках следующих теорий:

- 1) согласно теории общественного интереса (Дж. Стюглер [2, 11], П. Джосков и Р. Нолл [3, 22]) регулирование в условиях «провалов страхового рынка» приводит к росту общественного благосостояния;
- 2) согласно теории регуляторного увлечения (П. Джордан [4, 4], М. Бернштейн [5, 17]) регулирование не связано с наличием «провалов страхового рынка», а направлено на соблюдение интересов определенных группы страховщиков и на увеличение их прибыли, т.е. регулирование или вводится в ответ на запрос самих страховщиков, или их контролируют законодательные и исполнительные регулирующие органы;
- 3) согласно экономической теории регулирования (С. Пельцман [6, 24], Г. Бекер [7, 16]) само регулирование осуществляется с целью максимизации политической поддержки и наиболее вероятно при «провалах страхового рынка», когда выигрыш одних групп оказывается существенным образом выше, чем потери других. При этом даже если регулирование осуществляется в интересах страховщиков, из этого не вытекает, что оно имеет целью максимизацию их прибыли – сдерживающим фактором здесь выступают интересы потребителей страховых услуг;
- 4) согласно инструментальной теории существует дилемма между «провалами страхового рынка» и «провалами государства» (Ф. Макчесни [8, 23], Д. Акемоглу и Т. Вердиер [9, 13]), и регулирование об-

ясняется коррупционными мотивами, поэтому любое государственное вмешательство, направленное на «провалы страхового рынка», приводит к возникновению ренты, которая может быть присвоена государственными служащими. При этом уровень коррупции и уровень конкуренции находятся в прямой взаимосвязи.

Исходя из этого делаем вывод о том, что регулирование конкуренции на страховом рынке на основе институтов, прежде всего, ориентированных на достижение экономического роста, создают барьеры для входа на страховой рынок новых участников с целью устранения или снижения проявления «провалов рынка» и недопущение создания монополий.

Реализация страховой политики в Украине и государственное регулирование страхового рынка осуществляются через соответствующую систему органов законодательной, исполнительной и судебной власти, а также общественных организаций и общественных советов при органах государственной власти. При этом государственное регулирование страхового рынка нужно рассматривать как систему определенных мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, которые осуществляются уполномоченными государственными учреждениями, общественными организациями и общественными советами при органах государственной власти на основе государственно-частного партнерства с целью обеспечения стабильности функционирования страхового рынка с учетом значимости страхования в процессе общественного воспроизводства.

Существующие закономерности развития регулирования деятельности страховщиков позволяют выделить три основных категории регулирования:

- 1) экономическое регулирование. К этой категории относится прямой контроль цен (установление максимальных размеров страховых тарифов по обязательным видам страхования), установление требований к минимальному капиталу, инвестиционной деятельности и составу активов страховщиков, регулирование прибыли (утверждение затрат на ведение дела), регулирование условий страхования (утверждение порядка и правил проведения обязательного страхования, формы типового договора обязательного страхования, установление особых условий лицензирования обязательного страхования, установление размера страховых сумм по обязательным видам страхования, установление требований к перестрахованию), регулирование входа и выхода на рынок (лицензирование страховой деятельности, установление особенностей реорганизации и процедуры банкротства страховщика).
- 2) социальное регулирование. Включает государственную политику относительно ограничения производственных процессов, вида и качества предлагаемых страховых услуг в связи с проблемами охраны окружающей среды, здравоохранения, надежности, безопасности и других общественных целей. Это в первую очередь требования к трудоустройству инвалидов, создание безвредных условий работы, внедрение льготных условий для инвалидов и пенсионеров по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, соблюдение стандартов социальной ответственности страхового бизнеса (публикация не финансовых отчетов).
- 3) информационное регулирование. К этому виду регулирования относятся требования предоставления определенной информации о страховщике и его страховых услугах (обязательная публикация ежегодной финансовой отчетности, обнародование квартальной отчетности, обязательное ознакомление страхователей с правилами и условиями страхования, внедрение типовых договоров страхования, раскрытие информации о владельцах страховых компаний).

Таким образом, развитие страхового рынка должно быть в рамках общих усилий со стороны всех ветвей власти, в т.ч. Регулятора, и институтов гражданского общества в направлении укрепления экономики государства.

Выводы. Перспективы развития страхового рынка определяются эффективностью государственной регуляторной политики, функциональностью нормативно-правовых актов, направленных на создание действенного механизма государственного регулирования и надзора, снижением затрат деятельности страховых компаний, вызванных избыточным и неэффективным государственным регулированием, обеспечением конкуренции на рынке страховых услуг, предотвращением деятельности недобросовестных и неплатежеспособных страховщиков, скоординированностью с современными процессами реформирования и дерегуляции экономики Украины.

Поэтому развитие страхового рынка должны быть направлено на увеличение объемов страховой защиты общества и государственных интересов во всех регионах страны. Страховые услуги должны стать доступными, привлекательными и разными по видам и условиям. Страховщикам нужно стать активными участниками развития фондового и ипотечного рынков. При этом все эффективно работающие страховщики независимо от размера должны иметь равные шансы стать участниками рынка, найти свою нишу и своего клиента.

Именно в таком видении развития и развития страхового рынка, которое можно достичь через соблюдение определенных целей и внедрения последовательной, всесторонней программы мер государства, должна быть реализованная стратегии реформирования государственного регулирования страхового рынка.

### Список использованных источников

1. Сплетуков, Ю. Государственное регулирование страховой деятельности // Аудитор. – 2000. – №2. – С. 44-47.
2. Stigler, G. (1957) 'Perfect competition, historically contemplated', *Journal of Political Economy* 65(1).
3. Joskow, P.L., Noll R.C. Regulation in Theory and Practice: An Overview. In: *Studies in Public Regulation*. Ed. by Fromm G. MIT Press, 1981.
4. Kolomak, E. Subfederal administrative regulation in Russia. Moscow: EERC, 2007.
5. Bernstein, M.H. *Regulating Business by Independent Commission*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1955.
6. Peltzman, S. Toward a More General Theory of Regulation, *Journal of Law and Economics* 19 (2), 1976, p. 211-240.
7. Becker, G. A Theory of Competition among Pressure Groups for Political Influence, *Quarterly Journal of Economics* 98 (3), 1983, p. 371-400.
8. McChesney, F. Rent Extraction and Rent Creation in the Economic Theory of Regulation. *Journal of Legal Studies* 16, 1987, p. 101-118.
9. Acemoglu, D., Verdier T. The Choice Between Market Failures and Corruption. *The American Economic Review* 90 (1), 2000, p. 194-211.

## СЕКЦИЯ № 2

# СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

---

### СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

**Е.В. Алейникова,**

заведующая кафедрой управления проектами  
и общепрофессиональных дисциплин, д. гос. упр., доцент,  
*ГВУЗ «Университет менеджмента образования» НАПН Украины, г. Киев*

В условиях ускорения инновационного развития, быстрых изменений, которые происходят в экономике, политике при переходе к постиндустриальному обществу, значимость целеаправленного управленческого влияния на ход социально-экономических процессов чрезвычайно растет. Провозглашенная инновационная модель экономического развития Украины предусматривает реализацию стратегии развития национальной экономики, направленной на существенное повышение ее эффективности, роста ВВП путем широкой целеустремленной деятельности относительно создания, освоения в производстве и продвижения на рынок технологических и организационно-управленческих инноваций.

Одной из причин отсутствия результативного инновационного процесса на всех уровнях функционирования национальной хозяйствующей системы есть отсутствие системной методологической базы для оценки реального состояния дел и выбора стратегических методов управления. Существенной составляющей такой системы является проектное управление инновационной деятельностью с учетом национальных особенностей инновационного развития государства и влияния мировых тенденций, связанных с процессами глобализации [1, с. 3].

Изучение опыта современных предприятий дает возможность утверждать, что не каждое предприятие по тем или другим причинам может быть способным реализовать определенный инновационный проект. Это, с одной стороны, может быть предопределено недостаточностью ресурсов для осуществления инновационной деятельности, а из другого, – отсутствием адаптивности организационной структуры к управлению проектами и опыту в проектном управлении. В то же время потенциальные инновационные возможности предприятия могут быть «перечеркнуты» отсутствием проектного менеджмента в процессе реализации инновационного проекта, а значительный опыт в управлении проектами не сможет в полной мере принести успешность инновационному проекту через существенную ограниченность ресурсов для осуществления инновационной деятельности. Эти предпосылки дают возможность сделать вывод, что у того или другого предприятия есть определенный потенциал управления инновационными проектами, который формируется из инновационных и проектно-управленческих ресурсов и возможностей, то есть содержит в себе инновационный потенциал и уровень опыта в управлении проектами. Управление инновационными проектами является совокупностью возможностей и ресурсов для эффективного управления командой и ресурсами этого проекта в процессе достижения поставленных инновационных целей. Для получения объективной информации о возможностях определенного предприятия управлять тем или другим инновационным проектом, необходимо разработать соответствующий метод, который должен отвечать требованиям логики, универсальности, гибкости, простоты и ясности, которая ориентирует субъект на выполнение конкретного задания, достижение определенного результата в определенной сфере деятельности. Метод определения потенциала управления инновационными проектами предприятия должен учитывать такие условия [2, с. 141]:

- 1) быть сравнительно простым, что даст возможность топ-менеджменту предприятия без лишних трудностей понять механизм его реализации и интерпретации результатов, использовать собственный кадровый ресурс для аналитической работы без привлечения соответствующих специалистов извне;
- 2) иметь низкую степень трудоемкости для предотвращения значительного отвлечения работников, которые занимаются аналитикой на предприятии, от повседневной работы;
- 3) быть малорасходным (должен быть логично обоснованный бюджет расходов на проведение исследования, сопоставимый с вероятными результатами будущего инновационного проекта);
- 4) быть универсальным, то есть удовлетворять требования не отдельного предприятия, но и других предприятий, которые внедряют инновационные проекты;
- 5) быть гибким (в случае появления специфических требований дополнительные показатели могут его дополнить, не в нарушение систем интерпретации результатов).

Поиск потенциально успешных проектов, способных принести значительную финансовую отдачу, усиливается и почти каждое правительство ставит своей задачей переход на инновационный путь развития. Необходимо выявлять принципиально новые и перспективные проекты на основе анализа рынков сбыта, искать перспективные авторские коллективы, основываясь на принципе их сбалансированности по профессионализму; хранить, анализировать и изучать информацию об имеющихся инновационных, научно-исследовательских и технических разработках, помогать выбирать, ранжировать и генерировать критерии для оценки инновационной деятельности [3, с.183].

Инновационные проекты, как правило, затрагивают множество различных сфер, которые изучаются в отдельности (технические, технологические, организационные, экономические, управления знаниями) и используют разные механизмы управления, свойственные для каждой из этих систем. Сложность сочетания этих систем связана не только с тем, что в каждой из них приняты свои подходы, но и с тем, что в каждой из этих систем существуют различные способы представления результатов и промежуточных данных. Это усложняет задачу разработки системной модели инновационного проекта в формальной постановке, на которой возможно было бы применение точных методов поиска решений. Как следствие, развитие теории и практики управления инновациями пошло путем решения локальных задач. Детализация задач привела к множеству методов и подходов, решающих небольшие специфические задачи. По причине сложности управления инновациями как единой системой в настоящее время речь идет о решении локальных задач управления в рамках одной из подсистем инновационного проекта, о решении задачи в рамках одного типа инновации либо о решении задачи в рамках какой-либо одной научно-технической, организационной или технологической идеи [3, с.184].

Сосредоточивая внимание на управленческом аспекте реализации инновационных проектов в нашем государстве, исследователи прежде всего указывают на проблему предоставления преимуществ монетаристским теориям, в соответствии с которыми изменения в инвестициях и других экономических параметрах и взаимосвязях преимущественно регулируются денежным оборотом, а последнее – банковской учетной ставкой, балансом Государственного бюджета. Успешное управление инновационными проектами в нашем государстве должно основываться на разработанной рациональной инновационно-инвестиционной политике. Исследования управленческих аспектов реализации инновационных проектов в Украине предусматривают два основных направления: управленческие мероприятия со стороны государства и комплекс мероприятий управления, осуществляемых непосредственно руководителями на уровне отдельных инновационных проектов. Достаточно важным управленческим аспектом практического внедрения инновационных проектов является комплекс эффективных управленческих мероприятий, которые осуществляются непосредственно руководителями каждого конкретного проекта. Такие мероприятия в первую очередь должны основываться на признанных в проектном менеджменте подходах (классическом, за циклом решения проблемы и за стадией жизненного цикла).

Среди выявленных проблем управления инновационными проектами общегосударственного характера, то есть тех, которые являются внешними по отношению к каждому отдельному проекту, есть недостаточный уровень содействия государства функционированию научно-исследовательских учреждений. Принимая во внимание это, одним из первых внешних факторов влияния на проект есть усовершенствование нормативно-правового обеспечения его реализации. Влияние этого фактора предопределено тем, что он является составляющей инфраструктурного обеспечения инновационных проектов и главным ориентиром для построения модели управления каждым отдельным проектом. Следующим важным фактором влияния на управление инновационными проектами является создание благоприятного инвестиционного климата для иностранных вложений в инновации в Украине. Влияние этого фактора имеет решающее значение для экономики страны, поскольку каждый инновационный проект дает возможность обновить определенную составляющую хозяйственного механизма, что в совокупности в будущем даст возможность перейти на новый уровень развития экономики и общества. Реализовать это направление можно в тесной взаимосвязи с первым, то есть законодательно закрепить выгодные и стабильные условия для иностранных инвесторов, которые в первую очередь предусматривают усовершенствование систем налогообложения, создания эффективно функционирующей системы инфраструктурного обеспечения таких проектов и тому подобное. Фактором влияния на процесс управления инновационным проектом также создана благоприятная система налогообложения и кредитования отечественных предприятий, поскольку особенно требуют осуществления инновационных проектов именно те предприятия, продукция которых не имеет спроса и не конкурентоспособна на рынке из-за фактора низкого применения инноваций в процессе ее производства. Средств на реализацию инновационных проектов такие предприятия, как правило, не имеют, потому указан внешний фактор влияния ключевым для их развития, которое даст возможность заработать на качественно новом уровне. Реализация на практике этого фактора имеет как экономическое значение, что предусматривает в будущем пополнение Государственного бюджета через систему налогообложения работающих на полную мощность предприятий, так и социальное – обеспечение населения качественными, обновленными продуктами или услугами [4, с. 307].

Построить эффективную систему управления инновационным проектом любого масштаба невозможно без учета влияния фактора его инфраструктурного обеспечения. Большое значение предоставляется обеспечению высококвалифицированными кадрами в сфере внедрения инноваций и управления ими, финансовому обеспечению и технико-технологическому обеспечению. Создание своеобразных информационных ячеек на уровне госадминистраций в виде информационно-консультационных центров даст возможность решить проблему взаимосвязи науки и производства и предоставит возможность предприятиям, которые работают в разных отраслях, систематически знакомиться с новыми разработками в каждой из них.

Процесс управления каждым отдельно взятым инновационным проектом происходит под воздействием вышеперечисленных внешних факторов и включает комплексно объединенные составляющие основных подходов управления, которые применяются в проектном менеджменте, – классическом рассматривает процесс управления проектом во взаимосвязи пяти основных функций), подходе к управлению проектом как циклом решения проблемы и подходе к стадиям жизненного цикла.

Управление инновационными проектами является составной частью инновационной деятельности и решает вопрос планирования и реализации инновационных проектов, рассчитанных на значительный качественный скачок в производстве, предпринимательстве, социальной сфере. В широком понимании стратегическое управление инновационными проектами связано с процессом предвидения глобальных изменений в экономической ситуации, поиском и реализацией крупномасштабных решений, которые обеспечивают его выживание и устойчивое развитие за счет выявления будущих факторов успеха.

#### **Список использованных источников**

1. Шпильовий, В. Д. Оцінювання складності проектно-інноваційної діяльності / В. Д. Шпильовий // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2012. – № 3 (43). – С. 1–7.
2. Дзюбіна, А. В. Методичний підхід до оцінювання потенціалу управління інноваційними проектами підприємства / А. В. Дзюбіна, І. Є. Матвій, К. О. Дзюбіна // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 754 : Проблеми економіки та управління. – С. 139–147.
3. Лесовская, И. Н. Принятие решений при управлении инновационными проектами / И. Н. Лесовская, Б. Е. Поклонов // Актуальные вопросы современной науки: сборник научных трудов / под общ. ред.: С. С. Чернов. Вып. 25. Новосибирск: СИБПРИНТ, 2013. – С. 183–194.
4. Присяжнюк, О. Ф. Напрямки удосконалення управління інноваційними проектами в Україні / О. Ф. Присяжнюк, М. Ф. Плотнікова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 776 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 303–308.

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

**Е.В. Белякова,**

докт. эконом. наук, доцент

**А.А. Белякова,**

аспирант

*Сибирский государственный аэрокосмический университет  
им. академика М.Ф. Решетнева, г. Красноярск*

Современные организационные формы развития региональной экономики сформированы под влиянием процессов глобализации и ужесточающейся конкуренции на мировых рынках товаров и услуг. Специфические характеристики хозяйства различных стран и их региональные особенности нашли отражение в формировании разных моделей регионального развития. Многие специалисты, рассматривая проблемы повышения конкурентоспособности, выделяли значимость положения региона в мировом хозяйстве, все больше внимания уделяя не общегосударственному, а региональному или локальному уровню.

Смена технологических укладов, приоритетное развитие информационных технологий все больше позволяли использовать новые формы организации производства на региональном уровне, формируя разные модели пространственного развития промышленного производства и разных форм взаимодействия, обеспечивая рост конкурентоспособности регионального продукта. Следует отметить, что экономика развитых стран за последние десятилетия претерпела значительные структурные и организационные изменения. Основой таких изменений послужили следующие факторы:

- активное развитие малого и среднего бизнеса с возрастающим пониманием его роли в социальной стабильности общества;
- развитие специализации на уровне отдельных малых фирм;

- повышение гибкости в организационном построении и возможность выбора партнеров на основе оценки издержек производства и обращения;
- ориентация на инновационный путь развития.

В период индустриализации промышленности национальная политика обычно сосредоточивалась на поддержке развития крупнейших (структурообразующих) предприятий, функционирование которых должно было преобразить и региональное хозяйство, и национальную экономику в целом, создавая спрос на промышленные товары и увеличивая экспорт.

Рассматривая в зарубежной практике эволюцию различных моделей регионального развития, можно выделить особо значимые из них. Большой интерес в 1980-90-е гг. вызвал опыт Италии в организации промышленных округов. Для итальянской экономики характерен большой удельный вес малых и средних предприятий. Обеспечить их конкурентоспособность на мировом уровне без изменения форм взаимодействий было достаточно проблематично. Кроме того, кризис системы фордизма в 1970-х гг. позволил Дж. Бекаттини возродить теорию промышленных районов А. Маршалла и развить теорию итальянских промышленных (или индустриальных) округов [15]. По определению итальянского Национального института статистики (ИСТАТ), «индустриальный округ – это социоэкономическая единица на локальной территориальной основе, где взаимодействуют сообщество людей и некоторое число средних и мелких предприятий, участвующих в одном и том же производственном процессе» [16].

Индустриальные округа представляют собой скопления, так называемые «грозди», вокруг селения или небольшого города малых и средних предприятий, число которых может варьироваться от нескольких десятков до сотен и даже тысяч. В зависимости от профильной продукции округа делят на моноотраслевые и многоотраслевые. В 2002 г. в соответствии с разными критериями ИСТАТ и самими регионами Италии была проведена идентификация промышленных округов. ИСТАТ выделил округа с использованием такого критерия, как «локальная рабочая система», т. е. географический район, в пределах которого живут и занимаются трудовой деятельностью люди в схожих отраслях промышленности. По результатам исследования в Италии находилось 199 промышленных округов, на территории которых в рассматриваемый период проживало 14,3 млн человек (25 % от общего населения страны), работало 2,2 млн человек и функционировало 239 тыс. предприятий (в среднем по 9 человек на предприятие), что еще раз подтверждало необходимость интеграции малых предприятий. Тринадцать из двадцати регионов страны идентифицировали на своей территории 133 промышленных округа, в пределах которых проживало 12,2 млн человек, а 1,7 млн человек были заняты на 194 тыс. предприятий [9].

Учитывая специфику итальянской экономики, большинство округов специализировалось на выпуске текстильной и швейной продукции, вторую позицию занимало производство мебели и керамики (табл. 1) [9].

Таблица 1

**Идентификация итальянских округов**

Идентификация округов ИСТАТ			Идентификация округов регионами Италии		
Специализация	Число округов	%	Специализация	Число округов	%
Текстильная промышленность, одежда	70	35,0	Текстильная промышленность, одежда	46	35,0
Производство мебели и керамики	37	19,0	Производство мебели и керамики	27	20,5
Производство механического оборудования	33	17,0	Кожевенная и обувная промышленность	23	17,0
Кожевенная и обувная промышленность	28	14,0	Производство механического оборудования	20	15,0
Пищевая промышленность	17	9,0	Пищевая промышленность	7	5,0
Производство бумаги и печатная промышленность	6	2,0	Производство музыкальных инструментов и игрушек	6	4,5
Другая специализация	8	3,0	Другая специализация	4	3,0
Всего	199	100	Всего	133	100

Ряд исследователей, среди которых А. Авилова и И. Левин [6], выделяют преимущества итальянской модели, которые заключаются в интенсивном использовании местных ресурсов, развитии предпринимательской инициативы, использовании имеющихся на территории ноу-хау, использовании давних ремесленных традиций, использовании коллективного опыта выхода на внешние рынки, сложившихся внешних связях.

Промышленные округа Италии в своем развитии обладают следующими особенностями:

1. Формированием и повышением квалификации рабочей силы. Члены одного и того же локального сообщества, активно контактируя как на производстве, так и за его пределами, делятся секретами мастер-



ства, обсуждают детали производственных процессов, технологий, ноу-хау. Такое взаимодействие возможно только при единстве целей развития.

2. Обменом информацией, значительно ускоряющей инновационные процессы. Новаторство в производстве преобладающего типа продукции в округе выражается, как правило, в «приращении качества» и «инновации вкуса» и связано больше с обновлением процесса, чем продукта. Большую роль в развитии округов играет и научно-технический прогресс.

3. Для промышленных округов характерна гибкая специализация. Проблемы снижения издержек производства и повышения качества решаются, как правило, за счет создания узкоспециализированных предприятий. Так, в округе Беллуно (Венето), специализирующемся на выпуске спортивной обуви, из 409-ти обувных предприятий лишь на 12-ти работают свыше 100 человек, на 228-ми – от 2 до 29 человек, на 43-х – 2 и на 71-м – только один человек. Именно эти микрофирмы изготавливают основную массу деталей фурнитуры, что позволяет округу выпускать 80 % горнолыжной обуви в мире.

4. Возможной экономией на транзакционных издержках. Связи, установившиеся между предприятиями округа, значительно сокращают необходимость формального оформления договоренностей.

Среди условий успешного развития округов можно отметить поддержку местной (областной, провинциальной, муниципальной) власти, стимулирующую предпринимательскую активность. Примером могут служить крупные модульные комплексы, выстроенные по инициативе провинциальной администрации в Модене, Болонье и некоторых других городах Эмили – Романьи, для последующей сдачи в аренду ремесленникам и мелким предпринимателям.

Итальянская модель развития регионов нашла отражение в концепции региональных и локальных кластеров, сформированной американскими экономистами, а также в создании промышленных округов в Тунисе, Румынии, а с 2002 г. – и в России. В середине 1980-х гг. американскими учеными проводились исследования, а в начале 1990-х гг. была сформирована и получила распространение новая модель управления регионами – кластерная.

Основоположителем кластерной концепции является М. Портер, который отдает приоритет в повышении конкурентоспособности страны промышленному кластеру как новой форме пространственной организации производства. М. Портер определяет кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга [11].

В процессе четырехлетнего исследования М. Портер и его сотрудники изучили конкурентные возможности 10-ти стран мира: Великобритании, Германии, Дании, Италии, Республики Кореи, Сингапура, США, Швейцарии, Швеции и Японии. Исследования проводились в два этапа. На первом этапе по статистическим сборникам были определены отрасли, в которых данные страны достигли наибольших успехов в сравнении с наиболее сильными конкурентами на мировом рынке. Основным показателем при этом явилась доля экспортируемого товара в общем мировом экспорте данного типа товара, произведенного с помощью местного капитала. Затем изучалась история создания наиболее успешных отраслей в каждой из стран.

Все рассматриваемые товары были сгруппированы по отраслевому признаку в 16 кластеров, разделенных на три группы:

- 1) базовые отрасли: конструкционные материалы (металлы), продукты лесопереработки, нефть (нефтехимия), полупроводники (компьютеры);
- 2) отрасли промышленности и поддерживающие отрасли: приборы и станки, транспортные средства, электроэнергетика, офисное оборудование, телекоммуникационное оборудование, военно-промышленный комплекс;
- 3) конечное потребление и сфера услуг: продукты, одежда, товары для дома, здравоохранение, товары для домашнего хозяйства, развлечения, отдых и спорт.

Данное исследование позволило выявить следующую закономерность: для каждой из 10-ти исследуемых стран характерен свой набор из 3–6 наиболее конкурентоспособных секторов. Например, Швеция имела сильные позиции в таких кластерах, как конструкционные материалы (металлы), продукты лесопереработки, транспортные средства и электроэнергетика, а конкурентные преимущества Швейцарии реализовались в производстве товаров таких секторов, как нефть (нефтехимия), приборы и станки, одежда, здравоохранение и товары для домашнего хозяйства [11].

Майкл Энрайт продолжил исследования М. Портера, предположив, что конкурентные преимущества создаются не на наднациональном или национальном уровне, а на региональном, где главную роль играют исторические предпосылки развития регионов, разнообразие культур ведения бизнеса, организация производства и получение образования. Изучив несколько отраслей промышленности, сконцентрированных в определенных регионах мира, Энрайт пришел к выводу о существовании региональных кластеров, которые он определил как взаимодействующие фирмы, находящиеся в территориальной близости друг к другу в пределах региона. В состав регионального кластера может входить промышленный район малых и средних предприятий; концентрация высокотехнологичных фирм, связанных через развитие и использование общих

методов производства (технологий); производственная система с бывшими предприятиями крупных ТНК и фирмами, отделившимися от материнских компаний в результате процесса «спин-офф».

Проведенные исследования позволили Энрайту сделать вывод о том, что конкурентные преимущества стран формируются на региональном уровне. Региональные кластеры, как объекты проведения кластерной политики, нуждаются во внимании со стороны государственных структур и поддержке исследовательских организаций. В середине XX в. кластеры получили развитие в странах Северной Европы, в США, ФРГ, Великобритании и ряде других стран.

Исследуя промышленные кластеры в США, можно отметить, что аналитическая работа по инициированию их создания ведется в научных центрах и университетах. Характерной чертой для американского кластера является участие в глобальной конкуренции. Приоритетными считаются инновационные подходы, где работа основана на принципах партнерства. Примером данной организационной формы может служить кластер высоких технологий в Силиконовой долине. Название «Силиконовая долина» закрепилось в связи с основной деятельностью компании – производством кремниевых чипов для компьютеров. Это динамичный промышленный кластер. К началу 2000 г. Силиконовая долина протянулась на 40 км от города Сан-Хосе на юго-западе до Пало-Альто на северо-западе США. В настоящее время она включает 30 городов и часть 4-х графств-районов, вмещает штаб-квартиры более 7 000 технологических высокоразвитых компаний, предоставляет 1,35 млн рабочих мест и является местом проживания 2,5 млн человек. Особенностью формирования данного кластера является внедрение высокотехнологических наработок в производство и проведение дальнейших исследований в непосредственной близости от заказчика и прямого потребителя. В 1999 г. инвестиции во вновь образующиеся компании в Силиконовой долине составили более 6 млрд долларов [17]. Благодаря образованию Силиконовой долины в штате Калифорния произошла смена экономического уклада с аграрного на электронный. А в 1990-х гг. был осуществлен переход от экономики высокотехнологичных производств к экономике, основанной на знании.

В настоящее время в США более половины предприятий работают по схеме, когда предприятия кластера находятся в одном регионе и максимально используют его природный, научный и интеграционный потенциал. Американская модель регионального развития базируется на совместной деятельности государственных структур, промышленных предприятий и академических организаций.

Кластерный подход в 1990-х гг. стал основой разработки промышленной политики Финляндии. Специалистами Института исследования экономики Финляндии (ETLA) были идентифицированы девять основных кластеров, среди которых лесной, а также кластер информационных и телекоммуникационных технологий в настоящее время являются важнейшими для финской экономики, обеспечивая основной объем экспорта и формируя значительную часть ВВП страны.

Среди факторов, повлиявших на успешную реализацию кластерной стратегии развития лесной промышленности Финляндии, можно отметить следующие:

- лес, который является единственным природным сырьем, требующим глубокой переработки с целью создания максимально возможного показателя добавленной стоимости;
- обязательные действия по лесовосстановлению (Финский лесной научно-исследовательский институт (METLA), имея поддержку со стороны Министерства сельского хозяйства и лесоводства, выполняет исследования, нацеленные на продвижение лесоводства и лесопользования, и осуществляет государственный контроль за лесными запасами страны);
- увеличение заработной платы и цены на лес, которые повлекли за собой более высокую степень механизации и автоматизации операций, а также максимально эффективное использование древесного сырья;
- предъявление более высоких требований к лесопромышленному оборудованию и машинам;
- инфраструктурное развитие, повлекшее расширение транспортных услуг, импорт сырья;
- значительный вклад государства в лесоводство, образование и научные исследования;
- поиски стимулов для сотрудничества компаний с целью глобализации; определение выгод от масштаба для получения более высокого уровня прибыли.

Финский лесной кластер включает в себя основную производственную деятельность – переработку лесного сырья. Предприятия, входящие в кластер, осуществляют производство ключевых продуктов лесной промышленности – пиломатериалов, целлюлозы, бумаги, картона. По мере роста кластера стали возникать различные обслуживающие производства, например, производство машинного оборудования по производству целлюлозы, бумаги, лесохимические производства. В лесной кластер Финляндии входят организации, обслуживающие различные предприятия. Они разрабатывают для промышленности технико-экономические ноу-хау, что требуется для развития новых продуктов и осуществления бизнес-процессов. В кластере задействованы также компании, обеспечивающие инфраструктурную базу – энергетику, транспорт. Помимо производственных предприятий в нем сосредоточены научно-исследовательские институты и университеты, различные логистические, консалтинговые и консультационные предприятия, занимающи-

еся стимулированием сбыта и исследованиями для продвижения на новые рынки продукции из дерева, научными проектами в области деревянного производства (рисунок 1) [7].



Рис. 1. Схема лесного кластера Финляндии

Кластер Финляндии представляет собой модель, где государство постоянно и тесно контактирует с предпринимательским сектором, без широкого проникновения в структуру крупных частных промышленных предприятий. Перейдя с сырьевой стратегии развития на высокотехнологичную, Финляндия динамично развивается за счет эффективного взаимодействия крупных, средних и малых предприятий с непосредственным участием системы государственной поддержки.

Интерес представляет реализация кластерного подхода в Южной Корее, которая позволила в период с 1974 по 1994 гг. подняться государству на 4-е место в мире по производству электроники, уступая США, Японии и Германии. Крупнейший кластер электронной промышленности «Куми» (Kumi Electronic Industry Complex – KEIC) в Южной Корее состоит из четырех крупных технологических парков. Значительный вклад в его формирование и развитие внесло правительство страны и ТНК (чеболи). В кластере функционируют производители электронной продукции, их поставщики и посреднические компании, государственные организации: Информационный центр промышленных технологий, Корейская корпорация развития электронной промышленности, Центр для обучения иностранных рабочих, а также два университета.

Производство бытовой электроники первоначально было организовано на базе лицензионных соглашений. Затем Корея, повысив собственные расходы на НИОКР, перешла к стратегии партнерских отношений с иностранными фирмами, в том числе и научными центрами в России. До 1995 г., когда Южная Корея вступила во Всемирную торговую организацию (ВТО), в стране широко использовались прямые субсидии, низкопроцентные займы и налоговые льготы. Позже правительство перешло к менее явной поддержке индустриальных кластеров.

Государство, заинтересованное в том, чтобы кластер электронной промышленности стал в полной мере высокотехнологичным, вырабатывающим новые знания и продукты, осуществляет значительные инвестиции в развитие местных университетов и повышение качества образования. После введения национальной программы исследований и разработок ведущая отрасль в сфере инноваций перешла к частным фирмам. Для стимулирования совместной исследовательской и опытно-конструкторской деятельности правительственных лабораторий и частных фирм принято соответствующее законодательство. Кроме того, стимулируется развитие региональных технопарков и наукоградов.

Успех кластеров обусловлен наличием объективных предпосылок, бюджетных, денежно-кредитных и таможенных стимулов, благоприятного инвестиционного климата.

Так, развитию регионов в Германии сопутствует федеральная политика, направленная на предоставление большей самостоятельности территориальным управлениям, развитие собственных экономических программ. Объединяя усилия промышленных предприятий и научных центров, в Германии приоритетным

становится развитие высоких технологий, что позволило сформировать три мировых кластера высоких технологий – Мюнхен, Гамбург, Дрезден [10].

Среди развитых в мировой практике новых организационных форм широко используются особые экономические зоны, которые направлены на формирование определенной деловой среды и развитие конкретной группы хозяйствующих субъектов или определенной сферы деловой активности (рисунок 2) [13]. Причинами выделения таких территорий послужили их экономические особенности, различные задачи, требующие решения в конкретный период времени. Так, в промышленно развитых государствах свободные экономические зоны создавались в основном для реализации региональной политики, направленной на оживление бизнеса в депрессивных районах, выравнивание межрегиональных различий.

Свободная экономическая зона – ограниченная часть национально-государственной территории, на которой действуют особые льготные экономические условия для иностранных и национальных предпринимателей, что создает условия для развития промышленности и инвестирования иностранного капитала [2].

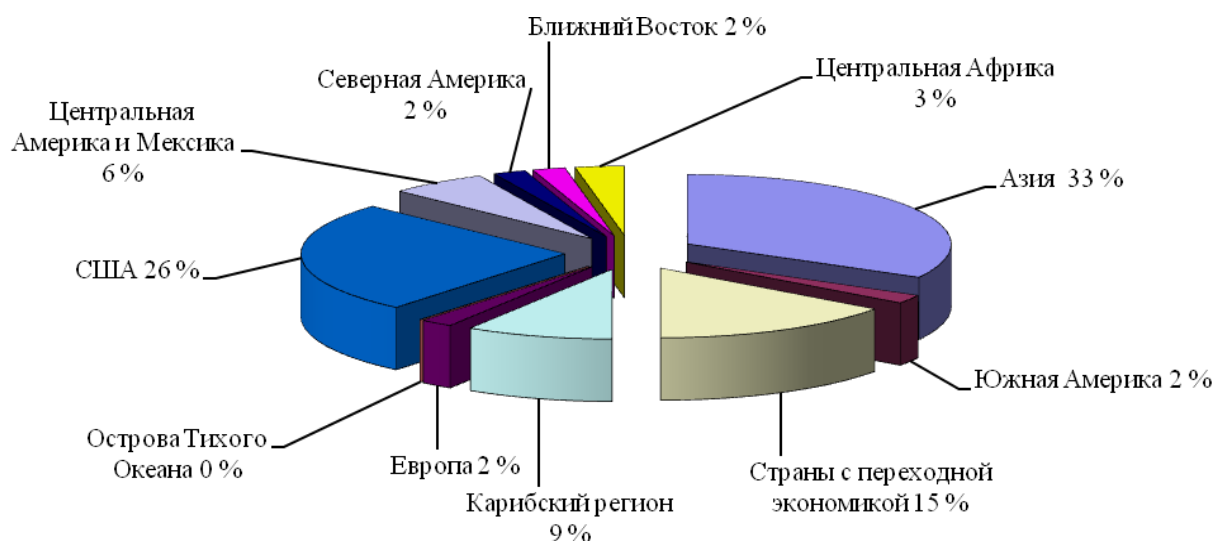


Рис. 2. География свободных экономических зон

В соответствии с документами Международной конвенции по упрощению и гармонизации таможенных процедур (Киото, 18 мая 1973 г.), под свободной зоной (или зоной-франко) понимается часть территории страны, на которой товары рассматриваются как объекты, находящиеся за пределами национальной таможенной территории, и поэтому не подвергаются обычному таможенному контролю и налогообложению. Специальное законодательство, регулирующее деятельность хозяйствующих субъектов в свободной экономической зоне (СЭЗ), охватывает такие вопросы, как таможенное регулирование, налогообложение, лицензирование, визовое оформление, банковскую деятельность, имущественные и заложенные отношения, предоставление концессий, управление свободной зоной.

Несмотря на то, что в мировой практике существует множество разновидностей СЭЗ, общепринятой типологии не существует. Вместе с тем, в современной практике мирового хозяйства функционируют до 2 000 свободных экономических зон, которые можно классифицировать по ряду признаков: по характеру деятельности или функциональному предназначению; по степени интегрированности в мировую и национальную экономику; по отраслевому признаку; по характеру собственности; по масштабам деятельности и др. Виды СЭЗ в соответствии с хозяйственной специализацией представлены на рисунке 3 [4].



**Рис. 3.** Типология свободных экономических зон в соответствии с хозяйственной специализацией

Для СЭЗ характерны следующие черты:

1. Применение различных видов льгот и стимулов, включая внешнеторговые, упрощающие порядок осуществления внешнеторговых операций; фискальные, связанные с налоговым стимулированием конкретных видов деятельности; финансовые, включающие различные формы субсидий; административные, упрощающие процедуры регистрации предприятий, режима въезда-выезда иностранных граждан.

2. Наличие локальной, относительно обособленной системы управления зоной, наделенной правом принимать самостоятельные решения в широком экономическом спектре.

3. Всесторонняя поддержка со стороны центральной государственной власти.

При выделении и функционировании специальных зон в различных странах руководствуются разными критериями и системами стимулирования (таблицы 2, 3) [5].

*Таблица 2*

**Критерии выделения специальных зон**

Страна	Критерии
Великобритания	Отношения местных властей; благоприятные условия для развития допустимых видов бизнеса; приемлемость расходов; создание рабочих мест; состав собственников земли и др.
США	Уровень безработицы; границы минимальной и максимальной численности населения в намечаемых зонах; масштабы сокращения численности населения ввиду оттока и др.
Испания	Показатели спада в промышленности на небольшом географическом пространстве
Франция	Необходимость занятости безработных
Турция	Наличие транспорта и других видов инфраструктуры; социальное окружение; наличие побочных производств

Первые СЭЗ – зоны внешней торговли – были созданы в 1934 г. в США с целью активизации внешне-торговой деятельности посредством использования эффективных механизмов снижения таможенных издержек. В настоящее время можно говорить о функционировании множества СЭЗ различного типа. Так в 2003 г. в индустриально развитых странах действовало более 400 зон свободной торговли (ЗСТ), около 450 экспортно-производственных зон (ЭПЗ), более 470 технико-внедренческих зон (ТВЗ) и около 180 зон специального назначения [3].

## Инструментарий специальных зон

Стимулы	Страны
Налоговые льготы: – на кредиты; – имущество; – контракты промышленных и торговых фирм; – продажи; – инвестиции	США
Освобождение от таможенных пошлин импортируемого оборудования	Испания
Субсидии капитала	Испания
Освобождение от налогов на доходы корпораций	Франция, Бельгия
Освобождение от налогов на акции	Бельгия
Инвестиционные займы	Великобритания
Освобождение от локальных налогов на имущество	Великобритания
Освобождение от других видов локальных льгот	Испания, Франция
Стимулирование занятости: – кредиты на создание рабочих мест; – стимулирование выборочной занятости; – обучение рабочим профессиям; – обучение служащих	США
Освобождение иностранцев от подоходного налога в случае редких и крайне необходимых профессий	Бельгия
Поддержка инвестиционных фондов (выпуск облигаций под промышленное развитие, льготные кредиты, отмена налога на увеличение стоимости капитала)	США
Субсидирование проектов	Испания

Изменения в мировой экономике и международной торговле оказали влияние на организационно-правовые формы СЭЗ. От более простых форм, связанных, в основном, с торговлей товарами, они эволюционировали к более сложным, ориентированным на производство научно-технических товаров и предоставление различного рода услуг.

В странах Азии наиболее успешно используются экспортно-производственные зоны, которые развиваются более быстрыми темпами, чем национальная экономика. Мировой опыт свидетельствует о том, что при отсутствии экспортных зон рост вывоза из страны товаров и услуг увеличивается в среднем в год на 7 %, а при их наличии – на 20 %. По данным 2002 г., только в странах – членах Ассоциации стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН) таких зон насчитывалось свыше 250 [3].

Значительный опыт создания и функционирования экспортно-производственных зон накоплен в последние десятилетия в Китае. С 1980 г. в КНР создано пять особых экономических районов (ОЭР), ориентированных на внешний рынок: Шэньчжэнь, Чжухай и Шаньтоу в провинции Гуандун, Сямэнь в провинции Фуцзянь, а также остров Хайнань, который является одноименной провинцией страны. Из данных ОЭР экспортируется более 50 % производимой там продукции. На территории особых районов осуществляется специфическая экономическая политика и особая система управления. Иностранцам инвесторам, пользующимся таможенными и налоговыми льготами, предоставляются большие права и полномочия. Это дает возможность Китаю приобретать инновационные технологии и виды техники, заимствовать современные методы управления производством, получать надежную информацию о положении на мировых товарных и финансовых рынках, повышать уровень подготовки своих кадров. В настоящее время КНР занимает лидирующие позиции в мировом сообществе по производству различных товаров, нередко имеющих лучшее в мире соотношение «цена–качество».

Одним из механизмов реализации государственной инновационной политики принято считать техноко-внедренческие зоны. Их создание явилось во многих странах серьезным стимулом к активизации региональной инвестиционной политики, разработке стратегий социально-экономического развития. В ТВЗ ведется разработка принципиально новых технологий, материалов и товаров, осуществляется экспериментальное малосерийное производство наукоемкой продукции.

Уже в 1973 г. в США насчитывалось 84 ТВЗ, в которых было занято 142 тыс. рабочих и 45 тыс. ученых. В Европе ТВЗ представлены научными парками Кембриджского университета (Англия), технозоной Левен-ла-Нев и центром полупроводников ИМЕС (Бельгия), технопарковой зоной София–Антиполис под Ниццей (Франция), зоной научных и технических нововведений и производства (ZIRST) в Гренобле и др. Особые зоны способствуют воплощению различных интересов в районах с различными условиями, что объясняет их широкое распространение и большое разнообразие организационных форм в Европе.

Активное развитие инновационной экономики способствовало созданию различных организационных форм взаимодействия государства, бизнеса, науки (таблица 4) [1]. Это исследовательские и промышленные парки и инкубаторы бизнеса в США, технополисы в Японии, мини-питомники во Франции, «теплицы» в Израиле, зоны развития высокой технологии в Китае, научно-исследовательские парки в Великобритании,

инновационные и бизнес-центры в Германии и др. Многообразие форм и названий инновационных структур определяется спецификой страны либо связано со сложностью и составом инфраструктуры, функциональным предназначением и организационными особенностями.

Таблица 4

#### Формы технопарковых структур

Формы	Содержание
Инкубаторы («теплицы»)	Многофункциональные комплексы, предоставляющие разнообразные услуги новым инновационным формам, находящимся на стадии становления и возникновения, место «выращивания» новых малых инновационных предприятий, пока они не смогут находиться без поддержки инкубатора. Особое внимание сосредоточено на ранней стадии разработки проекта, осуществляется оценка возможностей реализации проекта, изучение рынка, составление детального бизнес-плана, формирование коллектива исследователей и др.
Предпринимательские инкубаторы (бизнес-инкубаторы)	Содействие развитию частного предпринимательства на базе эффективных проектов обеспечивается необходимыми консультациями, деловыми офисными услугами, инвестициями
Технологические «теплицы»	Концентрация коллективов научных работников, участвующих в разработке новых промышленных изделий, производственных процессов с коммерческой целью
Виртуальные инкубаторы	Набор функций по реализации инновационных проектов без предоставления аренды помещений
Инновационные центры	Создание наукоемких технологий, инновационных товаров и передача их в промышленность, ориентация на потребность мелких высокотехнологичных предприятий, обеспечение стартового капитала внедренческим компаниям
Инженерные центры	Организационные образования на базе крупных университетов в целях подготовки исследований и их внедрения, подготовка нового поколения инженеров
Промышленный двор	Представляет территориальное сообщество расположенных в одном комплексе зданий преимущественно мелких и средних предприятий, управляемых головной фирмой
Исследовательские парки	Разработка новшеств только до технического прототипа
Научные парки	Агломерация наукоемких фирм или исследовательских подразделений промышленных компаний, работающих в научных центрах и служащих «передаточным звеном» между вузами и промышленностью. Создание промышленными компаниями близ университетов научно-исследовательских организаций и предприятий
Университетские промышленные центры	Образуются при университетах и служат для соединения финансовых ресурсов промышленных фирм и научного потенциала университетов
Центры нововведений	Создание при университетах в целях проведения совместных исследований с фирмами, обучение студентов основам нововведений
Центры промышленной технологии	Создаются при университетах в целях содействия внедрению нововведений в серийное производство (экспертиза научных исследований, оказание консультаций промышленным фирмам и др.)
Технологические парки	Региональные системы научно-технологического предпринимательства, основанные на интеграции деятельности научных учреждений, осуществляющих фундаментальные исследования в области новых технологий и прикладных научно-исследовательских работ, выполняемых для наукоемких производств
Технополисы	Концепция интеграции науки и техники с производством, состоящая из трех основных компонентов: крупных предприятий передовых отраслей; группы университетов, научно-исследовательских институтов, лабораторий; жилой зоны с современными домами, развитой инфраструктурой

В представленных формах используются различные названия, но цель у всех одна – способствовать развитию наукоемких производств, особенно их малых форм. Наиболее распространенными в мире являются инкубаторы всех видов, технопарки, центры нововведений. Наиболее общее представление о структуре, системе взаимосвязей ее элементов и функциональных областей можно получить на примере европейского технопарка (рисунок 4). Технопарки решают задачи, связанные с перестройкой промышленных структур, мобилизацией местных ресурсов и скрытых возможностей, выполнением строгих экологических требований, производством конкурентоспособной продукции и др. В США насчитывается 100 технопарков, в Германии – 60, в Китае – 52, Великобритании – 40, Франции – 30, Японии – 27 [12].

Мировую известность имеет действующий с 1997 г. технопарк в Бангалоре – индийском центре информационных технологий. Этот крупнейший проект осуществляется совместным предприятием группы компаний India's Tata Group, правительства индийского штата Карнатака и консорциума сингапурских компаний, возглавляемого Ascendas. Бангалорский парк представляет собой технополис мирового уровня с высокоразвитой транспортной и телекоммуникационной инфраструктурой, жилыми зонами и рекреационными центрами. На его территории размещаются больше 100 ИТ-компаний и представительств с общим штатом более 8,5 тыс. человек [14].



**Рис. 4.** Структура европейского технопарка

Инновационное развитие в Японии базируется на реализации программы регионального развития «Технополис». Разработка данной программы была обусловлена изменением условий международной конкуренции, чрезмерной концентрацией производства и объектов инфраструктуры в наиболее промышленно развитых частях страны, разрывом в уровне развития центральных и периферийных районов, изменениями в потребностях и жизненных установках людей, новыми явлениями в экономике Японии, в том числе:

- структурной перестройкой, направленной на ликвидацию сложившихся территориально-отраслевых диспропорций;
- переходом к преимущественно интенсивной модели экономического роста на основе использования достижений научно-технического прогресса;
- софтизацией и сервисизацией экономики;
- выдвиганием на передний план высокотехнологичных, или наукоемких, отраслей промышленности.

Проект «Технополис» – это программа строительства городов, предусматривающая сбалансированное и органичное сочетание высокотехнологичной промышленности, науки и жизненного пространства, а также соединение богатых традиций регионов с передовой промышленной технологией. Строительство японских технополисов было профинансировано на региональном уровне за счет местных налогов и взносов корпораций. Решающая роль в реализации проекта отводится местным органам власти: из объектов региональной политики они превращаются в ее активных субъектов. Взаимодействуя с промышленностью и наукой, местные власти становятся главными инициаторами освоения региона. В отличие от традиционной политики освоения регионов, где основной задачей являлось строительство «жесткой инфраструктуры» (обустройство промышленных территорий, строительство дорог и т. п.), в данном проекте делается акцент на научные исследования, информацию, подготовку кадров, т. е. на «мягкую инфраструктуру». Возрастает значимость вузов, их задача сводится не только к подготовке специалистов для высокотехнологичных отраслей промышленности и производств, но и к участию в проведении совместных с промышленностью исследований. Большое значение придается строительству социальной инфраструктуры, в частности воплощению в технополисах передовых идей градостроительства. Таким образом, модель регионального развития «Технополис» основывается на комплексном подходе, учитывающем сбалансированное развитие промышленности, науки, социальной инфраструктуры. Примером ее реализации служит технополис Кокубу-Хаято, который включает в себя 16 индустриальных парков общей площадью 180 га. Главный объект тех-



нополиса – технопарк Кокубу-Уэнохара. В состав технополиса входит и образцовый «город-сад» Хаято, в котором 20 га отведено под размещение учебных заведений (академическая зона). В рамках проекта создан префектуральный Центр промышленной технологии и Центр высоких технологий для содействия совместным исследованиям и обмену разработками между университетом, научно-исследовательскими органами и промышленностью. В технополисе создана Новая деревня искусств и ремесел, где сохраняют, поддерживают и развивают традиционные народные промыслы и ремесла, а также ищут пути усовершенствования традиционных технологий с использованием новейших научно-технических достижений [8]. Японские технополисы в полной мере выполнили свою миссию: за 20 лет своего существования на их территории было создано и реализовано более половины всех японских инноваций.

Представленные модели регионального развития позволяют сделать вывод о том, что на первое место выходят модели, связанные с преимущественно инновационным развитием, интеграционными процессами, включающими взаимосвязь органов управления разного уровня, бизнеса и научных учреждений. Особо следует отметить возрастающую роль государства в поддержке развития наукоемких отраслей и наукоемких предприятий. Совершенствование моделей регионального развития сопровождается изменением функциональных областей управления на региональном уровне и повышением требований к региональным системам управления.

### Список использованных источников

1. Беляков, Г. П. Интеграционные процессы в экономике: проблемы, поиски, решения / Г. П. Беляков. – М. : Изд-во МАИ : Доброе слово. – 2003. – 244 с.
2. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. – М. : Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
3. Гуриева, Л. К. Концепция технологических укладов / Л. К. Гуриева // Инновации. – 2004. – № 10. – С. 70–75.
4. Захаринский, Ю. Н. Ангаро-Енисейская особая экономическая зона высоких технологий природопользования: концепция и механизмы создания, прогноз результатов / Ю. Н. Захаринский. – Красноярск : КНИИ-ГиМС, 2004. – 156 с.
5. Ларина, Н. И. Региональная политика в странах рыночной экономики : учеб. пособие / Н. И. Ларина, А. А. Кисельникова / НГАЭиУ. – М. : Экономика, 1998. – 172 с.
6. Левин, И. «Индустриальные округа» как альтернативный путь индустриализации / И. Левин // МЭиМО. – 1998. – № 6. – С. 117–125.
7. Лесное хозяйство Финляндии. Аналитика [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rwt.ru>.
8. Нестеренко, Ю. Мировой опыт формирования национальных инновационных систем и проблемы России / Ю. Нестеренко // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 1. – С. 81–87.
9. Пилипенко, И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И. В. Пилипенко. – Смоленск : Ойкумена, 2005. – 496 с.
10. Письмак, В. Новые формы организации инновационного процесса. Международный опыт / В. Письмак // Экономист. – 2003. – № 9. – С. 52–65.
11. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Вильямс, 2003. – 496 с.
12. Портер, М. Японская экономическая модель: Может ли Япония конкурировать? / М. Портер, Х. Такеути, М. Сакакибара; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 262 с.
13. Экономический эффект в «превосходной» степени // Экономика и жизнь : темат. прил. – 2008. – № 51. – С. 12–13.
14. Юргенс, И. Мир меняет трубу на знания / И. Юргенс // Российская газета. – 2006. – № 155. – С.
15. Becattini, G. From Marshall's to the Italian «Industrial Districts». A Brief Critical Reconstruction / G. Becattini. – URL: <http://www.competitiveness.org/newsletter/files/becattini.pdf>.
16. ISTAT: Rapporto sull'Italia. – Roma, 1996. – P. 77.
17. Maguire, D. W. The Use of Clusters to Build an ICT / D. W. Maguire ; Industry Edith Cowan University. – Perth, Western Australia. – 2003. – 10 p. – URL: <http://proceedings.informingscience.org/IS2003Proceedings/docs/195Magui.pdf>.

## СОВРЕМЕННЫЙ МЕГАПОЛИС КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИНЦИПЫ, ПРОБЛЕМЫ

Г.В. Бережная,

канд. экон. наук, доцент

*Классический частный университет, г. Запорожье, Украина*

Процесс усиления неравномерности развития мировой экономики на протяжении последних десятилетий наиболее рельефно отразился на структуре и характере функционирования основных мегаполисов. Эти города претерпели серьезные изменения, превращаясь из центров концентрации промышленности в мощные центры, специализирующиеся на предоставлении разнообразных услуг. Вместе с тем размещение в мегаполисах штаб-квартир ведущих транснациональных корпораций и транснациональных банков и обусловленная этим конгломерация других видов деловой активности их в глобальные города, которые принимают управленческие решения планетарного масштаба. В таких условиях развитие национальных экономик все в большей степени зависит от позиционирования мегаполисов в мировой иерархии глобальных городов, зависящее от условий постиндустриального развития.

Одним из основных ресурсов мегаполисов является концентрация мигрантов. Влияние миграционных потоков на развитие мегаполисов может быть как позитивным, так и деструктивным. Среди основных рисков неэффективно регулируемых миграционных процессов выделяют такие, как снижение трудового и научно-технологического потенциала, трудовой мотивации, риски спада производства в отдельных отраслях экономики, усиление криминализации экономики и социальной дифференциации населения мегаполисов.

В современном мире процессы урбанизации достигли всеохватывающего уровня, способствуя превращению целого ряда городов в крупнейшие центры. На сегодня нет единого понятия, характеризующего эти города. Исследователи используют такие понятия, как «мегаполис», «агломерации», «метрополи», «мировые города», «глобальные города».

Понятие «мегаполис» чаще всего отражает демографический статус и величину города. Как правило, под мегаполисом принято понимать город с населением свыше одного миллиона жителей. Однако в различных контекстах мегаполис может рассматриваться с разных точек зрения: как административно-территориальная единица, самоуправляющееся человеческое сообщество, социально-культурный организм, экономический субъект, архитектурно-ландшафтный комплекс, экологический организм, инфраструктурный комплекс, туристический или маркетинговый продукт, объект управления и т.д.

Российский ученый В. Турченко определяет мегаполис как компактную форму городского расселения, основанную на территориальной, производственной, трудовой, социально-экономической, культурно-бытовой, рекреационной интеграции главного города (население которого обычно больше 1 миллиона) с прилегающими городами и поселками [14].

В справочной литературе мегаполис определяется как самая крупная форма городского расселения, образующаяся в результате интеграции главного города с окружающими его поселениями, агломерациями [10]. Мегаполис – форма городского строительства, появившаяся относительно недавно. В 1950 году в мире было всего два города с населением более 10 миллионов человек – Нью-Йорк и Токио. В 1975 г. к ним добавились Шанхай и Мехико. В 2009 г. число мегаполисов с населением более 10 миллионов выросло до 21, а в 2025 г. увеличится до 29 [7].

Некоторые авторы определяют мегаполис как сложноорганизованную, нелинейную, открытую систему, которая состоит из большого количества подсистем, взаимодействующих между собой и внешней средой для достижения конкретных социально значимых целей. Мегаполис – сложная социально-экономическая система, которая динамично развивается и активно взаимодействует с внешней средой, оказывая на нее как позитивное, так и негативное влияние. Современный мегаполис может быть представлен и как узловой элемент глобального экономического пространства.

Эта сложная динамично развивающаяся система характеризуется большой концентрацией человеческих, финансовых, политических ресурсов на ограниченной территории, наличием сложной разветвленной инфраструктуры, и подвергается, при этом, внутренним и внешним угрозам [12].

Под термином «агломерация» обычно подразумевают скопление нескольких населенных пунктов на прилегающих территориях, объединенных хозяйственными и правовыми связями в сложную многокомпонентную систему. Следует принимать во внимание тот факт, что каждый мегаполис находится в пределах агломерации, но не каждая агломерация является мегаполисом. Итак, если мегаполис – это очень крупный город, с миллионным населением и развитой инфраструктурой, то агломерация представляет собой совокупность нескольких, а может быть и многих городов (как крупных, так и не очень), сельских населенных

пунктов. Однако, по существу, такие столицы государств, как Париж, Токио, Каир и др. крупные города являются агломерациями и мегаполисами одновременно.

Метрополизация – это процесс образования метропольных территорий или метрополий-регионов с чрезвычайно высокой концентрацией населения и экономической активностью, которые формируют четко обозначенные функциональные социо-экономические ареалы и включают в себя несколько различных административно-территориальных единиц. В данном контексте под социо-экономическим ареалом понимается предельное географическое пространство, внутри которого существуют четко обозначенные экономические и социальные связи: рынки труда, сети компаний, важные части цепочек поставок, коммуникации между компаниями и местными властными структурами.

Понятия «мировой город» и «глобальный город» тесно переплелись и часто используются взаимозаменяемо. Сущность понятия «мировой город» претерпела значительные изменения с момента своего первоначального использования. Сейчас исследователи чаще всего используют это понятие в отношении тех городов мира, которые занимают особое место в мировой экономической и общественно-политической системе, в первую очередь, по степени экономического и политического влияния, а не численности населения.

Понятие «глобальный город» используется по отношению относительно небольшого количества городов мира, являющихся командными центрами управления, контроля и перераспределения мировых финансов, производства высокоспециализированных услуг и инноваций [11]. Глобальные города в большей степени связаны с глобальными экономическими процессами, а не с национальной экономикой.

По мнению некоторых исследователей, мир сегодня представляет собой многоуровневую сетевую систему, верхний слой которой – это сеть глобальных мегаполисов. Они являются своеобразными «воротами в глобальный мир», выполняя на компактной территории функции влиятельных узлов и центров, обеспечивая доступ к глобальной экономике не только себе, но и территориям, которые находятся в сфере их экономического и политического влияния [1]. Поэтому наличие в государстве мегаполисов (собственных «ворот» в глобальный мир) рассматривается как возможность для национальных экономических, политических, научно-образовательных и культурных элит войти в узкий клуб особ, которые принимают участие в принятии ключевых решений в каждой из этих сфер на глобальном уровне.

При этом исследователи подчеркивают, что мегаполисы играют ведущую роль практически во всех сферах глобализационных процессов, превращаясь в «транснациональные пространства». На протяжении последних десятилетий в теории и практике международных отношений динамично развивается понятие особенной дипломатии городов. Мегаполисы не только задают тон развитию своих регионов и стран, но и приобретают значительное влияние в решении глобальных проблем человечества.

Так, известный английский ученый П. Холл отметил значение сравнительно ограниченного круга мировых городов, в которых, по его определению, «осуществляется непропорционально большая часть наиболее важных мировых дел». И если на доглобализационном этапе город позиционировался в основном в границах своей страны, выступая, прежде всего, субъектом национальной территории, то в эпоху глобализации мировой город выходит на международную арену, становясь влиятельным субъектом мирового геополитического и геоэкономического пространства [2].

На фоне стремительной урбанизации и глобализационного развития формируется новое понимание сущности и роли мирового города, которое функционирует в кардинально новых условиях. В ходе становления глобального рынка, стремительного развития высоких технологий и новых форм организации производства крупные мегаполисы все в большей степени становятся самостоятельными действующими субъектами на мировой арене, устанавливая прямые связи между собой и другими субъектами международных отношений без посредничества государства. В поисках новых ресурсов для своего развития мегаполисы распространяют деятельность и сотрудничество с партнерами далеко за пределами национальной территории.

Осознавая свое значение, мегаполисы и их городские власти начинают все более активно заявлять о себе на мировой арене как о действительных представителях интересов своих жителей. Появляются все более явные признаки намерений городских властей формировать и продвигать на международном уровне собственные представления о мироустройстве и участии мегаполисов в этом процессе.

Рассматривая феномен растущей роли мегаполисов, отдельные исследователи говорят о двух секторах в мировой политике: сектор централизованной государственной внешнеполитической деятельности с соответствующими государственными представителями – президентами, министрами, послами, и полицентричный сектор, в котором действуют другие участники, в т.ч. города и городские власти. На таких постулатах основывается понятие «параллельная дипломатия», или «парадипломатия», согласно которому существует главный путь дипломатии, которым следуют национальные правительства, и параллельный, по которому следуют другие участники, включая и мегаполисы.

Поэтому мегаполисы для любой страны являются не только ведущими административно-деловыми центрами, но и визитной карточкой в мировом экономическом и общественно-политическом пространстве. Ускоренное и сбалансированное развитие мегаполисов является актуальным заданием для любой страны,

позволяющее более полно включаться в глобальную постиндустриальную экономику и международные отношения. В контексте глобального конкурентного лидерства преимущества современной сетевой организации экономической деятельности с гибкими регионально-отраслевыми конфигурациями обуславливают усиление роли мегаполисов, в которых концентрируется научно-технологический и финансово-инвестиционный потенциал.

Глобального экономического лидерства добиваются те мегаполисы, которые используют динамические эффекты агломерации в виде трансфера знаний, а также активно развивают креативные индустрии. В отличие от традиционных факторов производства, креативность не может быть такой, что передается из поколения в поколение; она непрерывно подкрепляется и заново воспроизводится на уровне фирм, регионов и общества в целом. Это является результатом взаимодействия соответствующего класса и интеллектуально насыщенных секторов. Креативная локальная экономика является результатом целенаправленных действий правительств, бизнеса и наднациональных структур, проявляется в специфических условиях нового типа воспроизводства, когда социальные, культурные и институциональные особенности городской среды в большей степени, чем промышленная среда, обуславливают структурный прогресс крупнейших мегаполисов мира.

В современных условиях количественные характеристики мегаполиса не обеспечивают ему автоматически ключевой роли в глобальной экономике. Параметры оценки мегаполисов: количество и плотность населения, площадь занимаемой территории, развитость инфраструктуры. Несмотря на то, что крупные и густонаселенные мегаполисы имеют определенное экономическое значение, тем не менее, зависимость между размерами мегаполиса и его функциональной значимостью не является прямой.

В данной работе объектом исследования являются мегаполисы, относящиеся к глобальным городам, т.е. оказывающим существенное влияние на процессы мирового развития.

Выделяют такие основные функции мегаполисов как узловых элементов глобального экономического пространства: командно-административная; организационно-институциональная; сервисная; социокультурная; интеграционная; информационно-коммуникационная; пространственно-организационная [8].

В территориальном плане мегаполисы расположены неравномерно и соответствуют географии экономически наиболее развитых стран мира. Они образуют три основные зоны концентрации: Западноевропейская зона мегаполисов, Североамериканская зона мегаполисов и Азиатско-Тихоокеанская зона мегаполисов. В остальных регионах мира мегаполисы представлены единичными центрами [13].

Классификация мировых городов П. Тейлора основана на оценке роли мегаполисов и их взаимосвязи с глобальным рынком высокопрофессиональных услуг (бухгалтерский учет и аудит, реклама, финансы и банковские услуги, страхование) [3]. Категории мировых городов по данной классификации:

- 1) ведущие города (Лондон, Нью-Йорк, Париж, Токио и др.);
- 2) главные города (Сан-Франциско, Торонто, Брюссель, Москва и др.);
- 3) второстепенные города (Бостон, Бангкок, Пекин, Берлин и др.);
- 4) формирующиеся города (Вена, Дубай, Каир, Санкт-Петербург и др.).

Существует четкая связь между уровнем развитости страны, ее влиянием на мировое развитие и количеством и влиятельностью городов мирового значения.

Классификация городов мира П. Холла основана на уровне мирового значения городов и масштабах их деятельности:

1) Альфа города (глобальные континентальные столицы) – это коммуникационно-сервисные центры мирового значения с ареалом обслуживания до 20 млн человек, в частности мультимодальные транспортные узлы, коммуникационные коммерческие сервисные центры глобального влияния (Лондон, Париж, Нью-Йорк, Токио, Чикаго, Франкфурт, Гонконг, Лос-Анджелес, Милан, Сингапур);

2) Бета города (субконтинентальные столицы) – города-шлюзы, ареал обслуживания которых достигает от 10 до 20 млн человек, это узлы воздушного сообщения, коммерческие и сервисные центры субконтинентального значения (Сан-Франциско, Сидней, Торонто, Цюрих, Брюссель, Мадрид, Мехико, Сан-Пауло, Москва, Сеул и др.);

3) Гамма города (региональные столицы) – периферийные столицы мира, в ареал обслуживания которых попадают от 5 до 10 млн человек, это региональные центры коммуникаций, сервиса и коммерции (Амстердам, Бостон, Каракас, Джакарта, Мельбурн, Осака, Прага, Сантьяго, Тайпей и др.);

4) Дельта города – города с незначительным ареалом обслуживания, типичные административные центры, для которых характерна тенденция повышения значения, роли и влияния в масштабах региона:

4.1) города с ярко выраженной тенденцией – Окленд, Дублин, Люксембург, Нью-Дели, Рио-де-Жанейро, Тель-Авив, Вена;

4.2) города со средне выраженной тенденцией – Афины, Бирмингем, Братислава, Бухарест, Каир, Дубай, Киев, Осло, Сидл, Ванкувер;

4.3) города с минимально выраженной тенденцией – Антверпен, Дрезден, Эдинбург, Канзас, Глазго, Марсель, Ричмонд, Санкт-Петербург и др.

В зависимости от распределения населения и структуры существующих внутренних связей и потоков выделяют разные модели метрополических образований. Первая модель – это моноцентричная метрополия, с единым городом-ядром и сопутствующими меньшими городами и сельскими поселениями. К таким метрополиям относят Штутгарт, Лондон, Лос-Анджелес, Сеул. Вторая модель – полицентричные метрополии, которые развивались как урбанистическая сеть практически равнозначных по влиянию и размерам городов-соседей. К таким метрополиям относят Ранштат-Голландия (включает в себя четыре больших города – Амстердам, Роттердам, Хаг, Утрехт), Рине-Рур – метрополия в Германии, объединяющая такие города, как Бонн, Кologne, Дортмунд, Дюссельдорф, Эссен.

Отдельно можно выделить метрополии-столицы. В столицах сконцентрированы политические, дипломатические, международные корпоративные и другие виды деятельности, постоянно взаимодействующие между собой. Столица – это коммуникационный центр, наибольший транспортный узел, выставочная комната достижений страны, лучшие университеты и кадры страны, традиция проведения самых выдающихся культурных и спортивных событий, развитая социальная инфраструктура. Как следствие, именно столица привлекает корпорации в первую очередь. Некоторые метрополии, используя преимущества столичного положения, успешно развивают другие виды деятельности, становятся инновационными метрополиями. Другие – просто продолжают наращивать количественные показатели роста.

Объективные преимущества метрополий-столиц: доступность (транспортная, коммуникационная); распределение (диверсификация) рынка труда и конкуренции (много незанятых ниш для узкой специализации как для работников, так и для компаний); плотность связей (связи между компаниями, исследовательскими и учебными заведениями, властными структурами, поставщиками и рынками); физический капитал (коммерческая и жилая недвижимость, инфраструктура); компоненты социального капитала (союзы, ассоциации, представительства групп, организации); динамика развития.

Вместе с тем, столицы аккумулируют определенные проблемы: проблемы, связанные с концентрацией ресурсов (экологическое загрязнение, низкое качество воды и воздуха, высокий уровень шума, деградация зеленых насаждений); высокая стоимость земли, недвижимости, жилья, цены на рабочую силу; необходимость в низкооплачиваемых неквалифицированных профессиях, на которые существует большой спрос, но из-за высокого уровня стоимости жилья нет соответствующего предложения на рынке труда; высокие операционные затраты (ремонт и поддержание в рабочем состоянии дорожного полотна, транспорта, домов, парков, других зон общего пользования обходится намного дороже из-за их более интенсивной эксплуатации).

Перед каждым мегаполисом стоят характерные только для него задачи, которые требуют уникальных решений. В то же время города, находящиеся на примерно одинаковых этапах социально-экономического развития, сталкиваются с комплексом достаточно схожих проблем. С учетом этого некоторые исследователи разделяют мегаполисы на три архетипа: развивающиеся мегаполисы; мегаполисы, находящиеся на переходном этапе; зрелые мегаполисы (таблица 1).

Таблица 1

**Виды мегаполисов по уровню социально-экономического развития**

Показатель	Виды мегаполисов		
	зрелые	на переходном этапе	развивающиеся
Темп и факторы роста	низкие (около 1 % в год)	средние (2-3 % в год) миграция населения	высокие (3-6 % в год) миграция населения, присоединение окружающих поселений
Средний возраст населения и его особенности	большая часть пожилого населения	снижение уровня рождаемости, появление феномена старения населения	достаточно низкий возраст, преобладают мужчины, много мигрантов из сельских районов, низкий уровень образования
Численность городского населения стран	около 75 %	более 50 %	не превышает 50 %
Актуальные проблемы	обновление и замена устаревших элементов инфраструктуры, оказание различных услуг стареющему населению	инфраструктурные (как в развивающихся), но обладают большими финансовыми и организационными ресурсами для их решения	социальное неравенство, значительный разрыв в уровнях доходов, в доступности здравоохранения и образования, в влиянии разных групп на процессы в мегаполисе

Источник: составлено на основе [9].

Для нормального функционирования мегаполиса ему необходима сложная система инженерной и транспортной инфраструктуры. Материальная и особенно нематериальная инфраструктура мегаполисов является основой для становления мегаполисов как центров глобального экономического пространства.

Неразвитость инфраструктуры или отсутствие ее отдельных секторов делает невозможным выполнение ключевых функций и, следовательно, затрудняет интеграцию мегаполиса в мировое экономическое пространство.

Основная современная тенденция развития мегаполисов – создание крупных «подземных городов», где многофункциональные подземные комплексы соединяются между собой и домами на поверхности сетью транспортно-пешеходных тоннелей. Современный мегаполис не может развиваться только вверх и в ширину, основным резервом его развития становится подземное пространство. Другой важной тенденцией является рост уровня планирования и системности освоения подземных территорий городов соответственно развитию наземной застройки.

Площадь подземной урбанистики крупнейших мегаполисов мира превышает 25 % от наземной. Ниже уровня поверхности земли может быть размещено до 70 % от общего количества гаражей и парковок, до 80 % складов, до 50 % хранилищ и архивов, до 30 % предприятий сферы обслуживания (торгово-развлекательные, спортивные комплексы) и других служб, а также значительная часть важных транспортных и инженерных коммуникаций [4]. План развития подземной инфраструктуры мегаполиса базируется на детальном изучении инженерно-геологической среды, индивидуального характера застройки, учета своеобразия рельефа, гидрологии и т.п. Кроме того, каждый крупный исторический город имеет свою «философию будущего», которая должна получить адекватную структурно-функциональную модель развития, в т.ч. подземного пространства. Проблему освоения подземного пространства города необходимо понимать не как совокупность случаев разового строительства отдельных подземных сооружений, а как реализацию системного подхода и комплексного плана развития подземной урбанистики мегаполиса в соответствии с тенденциями развития города в будущем.

Всем городам необходима высококачественная инфраструктура, которая обеспечивала бы передвижение людей, перемещение товаров, предоставление базовых услуг [5]. Создание такой инфраструктуры в мегаполисе связано с большим количеством разноплановых проблем, которые актуальны для всех типов мегаполисов. Так, в зрелых мегаполисах транспортные коммуникации, системы канализации, учреждения здравоохранения были построены десятилетия назад, соответственно, сегодня они не отвечают современным требованиям. Мегаполисы, находящиеся на переходном этапе, вынуждены решать проблемы, связанные с демографическими изменениями, а в развивающихся мегаполисах основные сложности связаны с отсутствием возможности предоставления базовых услуг, особенно в быстро растущих городских поселениях. Кроме того, во всех мегаполисах существует ряд комплексных проблем, для решения которых необходимо финансирование, эффективное управление, организация процедур обслуживания, а также эффективная система оказания услуг. Помимо этого, для решения таких проблем необходимо реализовать инфраструктурные решения, которые не наносили бы ущерба окружающей среде.

Выделяют пять основных секторов инфраструктуры мегаполиса:

- 1) транспорт – является ключевой инфраструктурной проблемой мегаполисов, а также рассматривается как основной объект финансовых и инвестиционных вложений;
- 2) электроэнергетика – при анализе развития инфраструктуры энергетической отрасли всегда следует учитывать динамичный рост спроса на электроэнергию во всем мире, т.е. развивающиеся мегаполисы требуют все больше электроэнергии для поддержания собственной инфраструктуры, а также для дальнейшего развития экономики;
- 3) водоснабжение и канализация – является чрезвычайно важным сектором для функционирования мегаполисов, особенно развивающихся, в которых проблемы, связанные с загрязнением воды и ее качеством, оказываются первостепенными;
- 4) здравоохранение – значительное внимание уделяется повышению эффективности этого сектора инфраструктуры на фоне одной из основных современных тенденций старения населения;
- 5) безопасность – один из основных факторов, определяющих конкурентоспособность мегаполиса.

Основные причины значимости транспортной составляющей в инфраструктуре мегаполиса:

- 1) негативное влияние на жителей мегаполиса (в то время как многие проблемы влияют в первую очередь на беднейшие слои населения, загруженные магистрали, переполненные поезда и огромный объем вредных выбросов от автомобильного транспорта негативно влияют на всех жителей мегаполиса);
- 2) прямое влияние на конкурентоспособность мегаполиса (именно хорошо развитая транспортная сеть позволяет мегаполисам работать с высокой эффективностью; в случае, если автомобильные и железные дороги имеют недостаточную пропускную способность, а порты и аэропорты перегружены, затраты в рамках всей экономики возрастают);
- 3) влияние на развитие городов на всех уровнях (проявление этого влияния отличается в разных типах мегаполисов: для зрелых мегаполисов ключевой проблемой являются устаревающие или устаревшие транспортные системы, а также их недостаточная пропускная способность; для развивающихся мегаполисов и мегаполисов, находящихся на переходном этапе, основной проблемой является недостаточная пропускная способность транспортных систем).

В ряде мегаполисов отсутствует даже базовая транспортная инфраструктура. Иногда само по себе географическое расположение мегаполиса влечет за собой дополнительные сложности.

К основным причинам возникновения транспортных проблем относят такие: ограниченные ресурсы (отсутствие денежных средств, а также ограничения, связанные с отсутствием должной квалификации и необходимых технологий); неэффективное планирование (наиболее характерна для мегаполисов, находящихся на переходном этапе, где могут функционировать целый ряд структур управления, которые имеют сходные и иногда дублирующиеся функции; в результате этого отсутствует единый подход к планированию развития транспортной сети); недостаточно развитая инфраструктура; отсутствие транспортной сети; низкое качество объектов инфраструктуры.

Все три основных типа мегаполисов сталкиваются с различными трудностями в электроэнергетическом секторе инфраструктуры, однако все проблемы так или иначе связаны с превышением темпов роста спроса над предложением:

- 1) для зрелых мегаполисов и мегаполисов, находящихся на переходном этапе, ключевые проблемы: технически или морально устаревшая инфраструктура; неэффективность ее функционирования; недостаток мощностей;
- 2) для развивающихся мегаполисов ключевой проблемой является отсутствие достаточного количества генерирующих мощностей.

Основные причины возникновения проблем в области энергетики для мегаполисов, находящихся на переходном этапе и развивающихся мегаполисов: неожиданно возросшая нагрузка на инфраструктуру (периоды средней и пиковой нагрузки); отсутствие адекватного технического обслуживания систем и планирования; отсутствие инвестиций.

Основные причины возникновения проблем в области энергетики для зрелых мегаполисов: несовершенство законодательства, регулирующего деятельность монополий; недофинансирование этого сектора инфраструктуры. Основные проблемы в секторе водоснабжения и канализации: устаревшая инфраструктура; недостаточная пропускная способность; неэффективная работа.

Факторы, оказывающие влияние на системы здравоохранения мегаполисов: рост стоимости лекарств и частного страхования жизни; низкая эффективность здравоохранения; феномен старения населения, в первую очередь в Европе и Восточной Азии.

Здравоохранение в мегаполисах отражает обстановку в целом по стране. Развивающиеся мегаполисы оснащены базовой инфраструктурой и, за исключением существующей на деньги частного сектора медицины для элиты, часто могут предоставить населению лишь самый примитивный уровень медицинского обслуживания. Ситуация в мегаполисах, находящихся на переходном этапе, несколько лучше. Этот тип городов сейчас начинает ощущать медицинские проблемы, типичные для более развитого общества. Зрелые мегаполисы, страдают от инфляции в здравоохранении и «болезней богатства» (диабет среди тучных людей и сердечно-сосудистые заболевания).

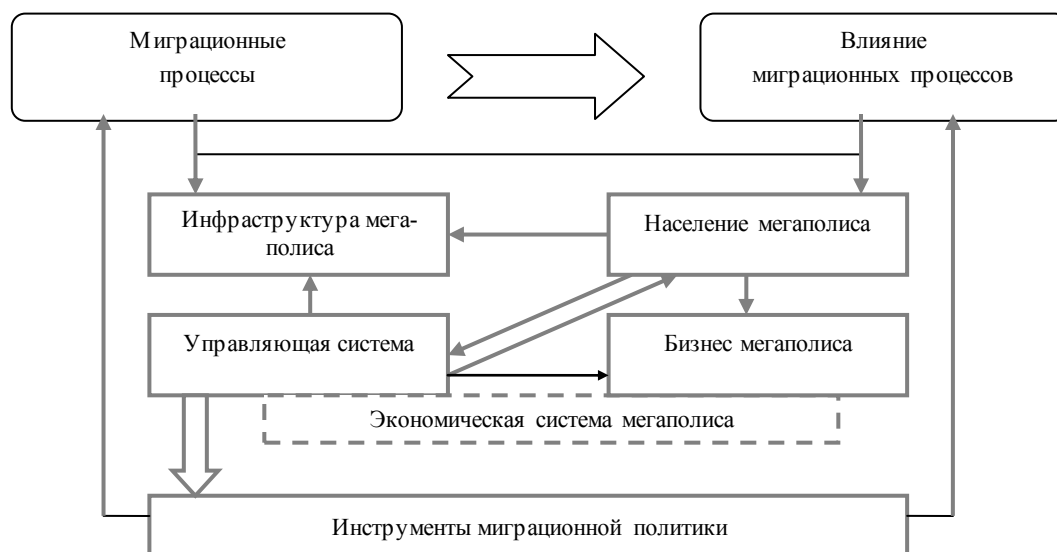
Основные проблемы, с которыми сталкиваются городские системы здравоохранения: это недостаток койко-мест и персонала; неэффективность управления. Проблема неэффективности особенно значительна для развивающихся мегаполисов [6]. Она заключается в том, что недостаточно просто привлекать деньги в имеющиеся системы. Гораздо важнее привести городскую структуру медицинского обслуживания в порядок, чтобы она могла более эффективно использовать имеющиеся ресурсы. Рост продолжительности жизни означает, что системы здравоохранения мегаполисов вынуждены будут решать не только медицинские проблемы, связанные с увеличивающейся долей стариков в общей массе пациентов и увеличением числа хронических заболеваний, но и, в первую очередь, обеспечение финансирования для удовлетворения потребностей в долгосрочном лечении и уходе.

Безопасность имеет одно важное качественное отличие от других инфраструктурных направлений: в то время как водоснабжение или транспортная система дают некий осязаемый результат, конечной целью усилий по обеспечению безопасности является создание определенного состояния умов жителей мегаполиса. Статистического успеха здесь недостаточно. Невзирая на эти отличия, безопасность является критически важным сектором инфраструктуры.

Основные проблемы безопасности в мегаполисе: организованная преступность, включая вооруженные банды; терроризм; стихийные бедствия; этнические конфликты; массовые события; преступность и насилие всех видов. Две первые угрозы различны, однако во многих моментах они пересекаются: террористы используют организованное насилие, чтобы ослабить государство, а криминальные элементы делают то же самое для обогащения. На практике главная проблема, с которой сталкиваются профессионалы в области безопасности, это организованные преступные группы, которые все чаще вступают в сотрудничество друг с другом независимо от своих конечных целей. Исследования показывают, что глобализация позволила организованной преступности и терроризму наладить сотрудничество и процветать.

Современные проблемы планирования и развития мегаполисов неразрывно связаны с двумя проблемами: стабильность экономики и окружающая среда. Вместе с тем развитие мегаполиса представляет собой

процесс преобразования его экономической, политической, социальной, пространственной и экологической сфер, приводящий к качественным изменениям условий жизни и деятельности проживающих в нем людей. Именно миграционные процессы стали оказывать с каждым годом все большее влияние на социально-экономическое развитие мегалополисов. Возникло и развивается понятие миграционной безопасности. Влияние миграционных процессов на экономическую систему мегалополиса схематично представлено на рисунке 1.



**Рис. 1.** Миграционные процессы в экономической системе современных мегалополисов [12]

Большинство мигрантов изначально устремляется в мегалополисы, что сопровождается различными эффектами – как позитивными, так и негативными. Факторы, усиливающие риск проявления негативных последствий миграционных процессов в мегалополисах: высокая численность и плотность населения, наличие крупных финансовых и инвестиционных потоков, высокая концентрация институтов власти. Также необходимо отметить, что инфраструктура мегалополисов не всегда готова к приему значительного числа мигрантов. В результате идет дополнительная нагрузка на отдельные сектора инфраструктуры, такие как система образования, здравоохранения и социальной защиты [12]. Риски нелегальной трудовой миграции для безопасности мегалополисов: усиление криминализации экономики, увеличение нагрузки на социальную инфраструктуру, возникновение межэтнических конфликтов, нарастание экономической нестабильности и социальной напряженности. Для преодоления этих рисков применяются эффективные инструменты миграционной политики.

Для изучения сложной системы мегалополиса применяется ее декомпозиция по различным признакам. Это позволяет проанализировать свойства входящих в систему элементов. По территориальному признаку мегалополис может быть разделен на административные районы, функциональные зоны, кадастровые кварталы и т.п. По экономическому признаку мегалополис можно исследовать по таким направлениям: отраслевая структура экономики; градообразующие и градообслуживающие сферы; первичный и вторичный рынок жилья. По социальному признаку мегалополис может быть исследован в таких направлениях: по возрасту, образованию, семейному положению, политическим и религиозным убеждениям слоев населения.

Современные методики оценки и ранжирования мегалополисов могут быть разделены на две группы в зависимости от направления исследований:

- 1) функциональный подход – мегалополис оценивается на основе масштаба и значимости реализуемых функций; используется, как правило, комплексный набор индикаторов;
- 2) системный подход – мегалополис оценивается с точки зрения его значимости на основе степени интеграции в глобальную систему экономических, политических, социальных взаимодействий.

Основные исследования мегалополисов мира:

- 1) анализ и оценка мегалополисов – осуществляется группой по изучению глобализации и мировых городов (Globalization and World Cities Study Group, GaWC) из университета Локборо в Великобритании [15];
- 2) периодическое исследование «Индекс уровня глобализации городов мира» (Global Cities Index) – составляется консалтинговой компанией A.T. Kearney и исследовательским институтом The Chicago Council on Global Affairs при поддержке журнала Foreign Policy [16];
- 3) периодические исследования «Индекс качества жизни городов мира» (Global Liveability), «Индекс уровня безопасности городов мира» (Safest Cities Index) – проводятся исследовательским центром The Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist) [17;18];



- 4) ежегодное исследование «Рейтинг городов по качеству жизни» (Quality of Living Rankings) – проводится консалтинговой компанией Mercer [19];
- 5) исследование «Индекс конкурентоспособности городов мира» (The Global City Competitiveness Index) – представлен исследовательским центром The Economist Intelligence Unit по инициативе финансовой группы Citigroup в рамках проекта Hot Spots [20];
- 6) периодическое исследование «Города возможностей» (Cities of Opportunity) – составляется компанией PriceWaterhouseCoopers [21];
- 7) исследование «Рейтинг репутации городов мира» (The City RepTrak) – проводится международной консалтинговой компанией Reputation Institute [22];
- 8) ежегодное исследование «Городские агломерации мира» – составляется американской неприбыльной организацией Demographia, занимающейся проблемами населения [23].

(1) Впервые такой анализ был сделан в 1999 г., когда города были ранжированы по критерию предложений международными корпорациями деловых услуг – финансовый учет, реклама, банковские и юридические услуги. В результате исследования было выделено три уровня глобальных городов (альфа, бета, гамма) и 12 подуровней. Следует отметить, что в этот список были включены в основном города, в которых разместились офисы многонациональных корпораций, предлагающие финансовые и консультационные услуги, и не попали другие экономические, политические, культурные и религиозные центры.

В 2004 г. в методику исследования GaWC были внесены коррективы. Так, были изменены параметры, по которым города можно классифицировать как «глобальные» (Лондон, Нью-Йорк, Париж, Амстердам), «глобальные города со специализированным вкладом» (Сингапур, Токио, Гонконг, Вашингтон) и «мировые лидеры». Мировые лидеры делятся на две группы: города, которые вносят экономический глобальный вклад (Франкфурт, Майами, Мюнхен, Осака, Сидней) и неэкономический (Барселона, Каир, Манила, Мехико).

(2) Индекс уровня глобализации городов мира (Global Cities Index) составляется консалтинговой компанией A.T. Kearney и исследовательским институтом The Chicago Council on Global Affairs при поддержке журнала Foreign Policy. Анализируется более 60 городов мира с населением более 1 млн человек по 25 параметрам, сгруппированным по пяти основным направлениям исследования: деловая активность (стоимость рынка капитала, количество штаб-квартир крупнейших компаний, объемы товара, проходящего через город); человеческий капитал (количество иммигрировавшего населения, международных школ, количество городских резидентов, имеющих ученую степень); политический вес (количество посольств и консульств, основных научно-исследовательских центров, побратимских отношений, количество конференций, проводимых в городе); культурный уровень (насколько сильно город привлекает иногородних или иностранцев, а также туристов); информационный обмен (количество бюро международных газет, объем международных новостей в ведущих национальных газетах, количество подписчиков широкополосных газет). Рейтинг глобальных городов публикуется раз в два года.

При составлении Индекса уровня глобализации городов мира в 2014 г. было оценено 84 города на каждом континенте по критерию степени включенности в глобальную экономику по 26 показателям, разделенным по пяти категориям, указанным выше.

(3) Индекс качества жизни городов составлен из 30 показателей, которые объединены в пять групп: стабильность, здравоохранение, культура и окружающая среда, образование, инфраструктура. В рейтинге каждый показатель оценивается от 1 до 100 баллов, где 1 балл соответствует худшим условиям жизни по данному параметру, а 100 баллов – лучшим условиям. Итоговая оценка также формируется по 100-балльной шкале. При оценке параметров качества жизни в городах используются данные международных и национальных статистических органов, а также экспертных организаций.

Индекс уровня безопасности городов составлен из 30 показателей, объединенных в четыре группы, определяющие условия безопасности человека в мегаполисах: цифровая безопасность (оценивается кибербезопасность города, частота хищений персональных данных), безопасность в области здравоохранения (оценивается средняя ожидаемая продолжительность жизни жителей, соотношение больничных коек к населению города), инфраструктурная безопасность (оценивается качество дорог и количество человек, погибающих от стихийных бедствий), персональная безопасность (оценивается криминогенная обстановка, работа полиции, количество насильственных преступлений). Методика расчета индекса аналогична методике расчета индекса качества жизни городов.

(4) Рейтинг городов по качеству жизни учитывает 39 различных критериев, среди которых можно выделить следующие: социально-экономические условия, уровень преступности, степень террористической угрозы, личная безопасность, внешнеполитическая обстановка, политическая стабильность, уровень личной свободы, банковские услуги, утилизация отходов, количество больниц и качество медицинской помощи, доступность школ и качество образования, удобство транспортной системы, наличие кафе и ресторанов, мест отдыха, театров, климатические условия, угроза природных катаклизмов.

(5) Индекс конкурентоспособности городов мира рассчитывался с целью определить, как мегаполисы привлекают капиталы, бизнес и людей и распространяют экономическое, политическое и культурное влияние. Мегаполисы оцениваются по 31 экономическим, социальным и политическим показателям (21 качественных и 10 количественных показателей), которые объединены в восемь групп: экономический потенциал, финансовая система, институты, человеческий капитал, физический капитал, глобальная интеграция, социально-культурная среда, окружающая среда.

(6) Рейтинг «Города возможностей» построен на сбалансированной оценке экономических и социальных показателей развития 30 городов, рассматриваемых как финансовые, торговые и культурные столицы мира. В исследовании 2014 г. были обобщены 10 индикаторов, объединенные в три категории, которые отражают основополагающие принципы функционирования гармоничного города: инструменты прогрессивного развития; качество жизни; способность финансировать потребности города. Индикаторы, оцениваемые в исследовании: интеллектуальный капитал и инновации; уровень технологической готовности; город как мировой центр притяжения; транспорт и инфраструктура; здравоохранение, безопасность и защищенность; устойчивое развитие и окружающая среда; демография и приспособленность для жизни; экономическое влияние; легкость ведения бизнеса; затраты.

(7) Рейтинг репутации городов мира оценивается по 13 показателям, объединенным в три группы: экономическая и деловая среда, привлекательность, эффективность управления. Рейтинг показывает, какие города являются наиболее привлекательными для посещения, жизни, работы, инвестиций и покупок. В основе рейтинга – исследование общественного мнения, в котором принимают участие более 22 тыс. человек, представляющих страны группы Большой восьмерки.

(8) В этом исследовании под агломерацией авторы понимают город, который представляет собой ареал сплошной застройки, для выделения которых использовался «световой отпечаток» – область искусственного освещения в городе и его пригородах. Для определения зон сплошной застройки использовались космические снимки и топографические карты.

Таким образом, можно выделить следующие ключевые сферы анализа мегаполисов:

- 1) структура и характер функций, которые мегаполис реализует на глобальном уровне – позволяет более точно определить его роль в системе глобальных взаимодействий;
- 2) уровень интеграции мегаполисов в систему мирового хозяйства – оценка степени включенности мегаполиса в систему транснациональных связей и его значимости в глобальной экономической системе;
- 3) материальная и нематериальная инфраструктура мегаполиса – определяет предпосылки и потенциал мегаполиса для реализации основных функций, управления товарными и информационными потоками, аккумуляции и распределения ресурсов;
- 4) характер отношений мегаполиса с внешней средой – оценка эффектов, возникающих при взаимодействии мегаполиса с элементами структуры глобального экономического пространства.

#### Список использованных источников

1. Андерсон А. Ворота в глобальную экономику: монография / А. Андерсон, Д. Андерсон. – М.: ФАЗИС, 2001. – 312 с.
2. Глобальные вызовы и устойчивое развитие больших городов. Состояние и перспективы международного сотрудничества в сфере преодоления глобальных социальных и этнических вызовов для больших городов и их населения: отчет по мероприятию в рамках деятельности Московской кафедры ЮНЕСКО МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: МГУ, 2011. – 31 с.
3. Глобальный город: теория и реальность / под ред. Н. А. Слуки. – М.: Аванглион, 2007. – 243 с.
4. Голубев Г. Е. Подземная урбанистика и город / Г. Е. Голубева. – М.: ИПЦМИК-ХиС, 2005. – 124 с.
5. Леш А. Пространственная организация хозяйства / А. Леш. – М.: Наука, 2007. – 662 с.
6. Максимов, С. Н. Особенности и проблемы развития современных мегаполисов // Проблемы современной экономики / С. Н. Максимов. – 2012. – № 2. – С. 352–355.
7. Мировой демографический барометр // Демоскоп. – 2010. – № 429–430.
8. Новосельцева, А. С. Ключевые функции мегаполисов в глобальной экономике: системность исследования // Вестник ВолГУ. Серия 9: Экономические науки / А. С. Новосельцева. – 2011. – Вып. 9. – С. 71–77.
9. Перспективы мегаполисов // Исследовательский проект GlobeScan и MRC McLean Hazel // <https://www.cee.siemens.com/web/ua/ru/mobility/Documents/megapolis.pdf>
10. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 1220 с.
11. Сассен, С. Глобальный город: введение понятия // Глобальный город: теория и реальность / Под ред. Н.А. Слуки. – М.: Аванглион, 2007. – 243 с. – С. 9–27.
12. Сиденко, А. Г. Обеспечение экономической безопасности мегаполиса инструментами миграционной политики (на примере г. Санкт-Петербурга): дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / Сиденко Александр Георгиевич. – Санкт-Петербург, 2014. – 189 с.
13. Слука, Н. А. Ключевые функции глобальных городов в мировой системе // Глобальный город: теория и реальность / под ред. Н. А. Слуки. – М.: Аванглион, 2007. – 243 с.

14. Турченко, В. Н. Мегалополисы как центры межэтнических противоречий. – Казначеевские чтения № 3, 2009. Декларация прав культуры Д. С. Лихачева и проблемы современного мегалополиса / В. Н. Турченко : сб. докладов уч. междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. акад. В. П. Казначеева. – Новосибирск: ЗСО МСА, 2009. – 232 с.  
Режим доступа: <http://www.lboro.ac.uk/gawc/>
16. Режим доступа: <http://www.atkearney.com/research-studies/global-cities-index>
17. Режим доступа: [https://www.eiu.com/public/topical\\_report.aspx?campaignid=Liveability2014](https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=Liveability2014)
18. Режим доступа: <http://safecities.economist.com/whitepapers/safe-cities-index-white-paper/>
19. Режим доступа: <http://www.imercer.com/content/quality-of-living.aspx>
20. Режим доступа: <http://www.economistinsights.com/countries-trade-investment/analysis/hot-spots>
21. Режим доступа: <http://www.pwc.com/us/en/cities-of-opportunity/>
22. Режим доступа: <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/city-reptrak>
23. Режим доступа: <http://www.demographia.com/>

## **РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Т.Б. Бибик,**

канд. экон. наук, доцент

**М.Д. Лойко,**

студент 3 курса

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск*

Постепенный переход Республики Беларусь к рыночным экономическим отношениям существенно изменяет условия общественной жизни. Все больше людей связывают свое будущее с самостоятельной предпринимательской деятельностью. Поэтому возникает потребность в осмыслении процессов становления предпринимательских структур и их влияния на состояние экономики, в необходимости исследования различных форм проявления предпринимательской инициативы.

Предпринимательство согласно нашего законодательства – это самостоятельная инициатива, систематическая, на собственный риск деятельность по производству продукции, выполнению работ, предоставлению услуг и занятию торговлей с целью получения прибыли. Поэтому предпринимательской деятельностью может называться любая деятельность, не запрещенная действующим законодательством, направленная на получение прибыли, а предмет такой деятельности – собственным делом предпринимателя, или бизнесом. Любая нация гордится плодами деятельности своих предпринимателей. Но любая нация и каждый ее отдельный представитель гордятся и своей причастностью к воплощению какой-либо конкретной предпринимательской идеи. Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует не только повышению материального и духовного потенциала общества, не только создает благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, но и ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости [14, с.57].

В связи с неблагоприятными политическими событиями и, как следствие, незавершенным и несовершенным законодательством, предпринимательство переживает в течение многих лет независимости нашего государства существенную кризис. Конечно, частично происходит оживление, но этот процесс незначителен. Проблема становления и развития предпринимательства в экономике любой страны, а тем более в Республике Беларусь, что находится в условиях трансформации всей экономической системы, относится к категории особо актуальных, поскольку она прямо связана с уровнем социальной комфортности населения. При этом необходимо осознать, что перевод отечественной экономики на рыночные принципы само по себе не способно улучшить условия жизнедеятельности людей. Для этого необходима взвешенная политика исполнительной власти и органов местного самоуправления, которая должна базироваться на приоритетности человеческого развития.

Демократизация экономической системы создает возможности для развития плюрализма форм хозяйствования, что, в свою очередь, разнообразит предпринимательскую деятельность. Предпринимательство как система экономических отношений в отечественной экономической литературе до недавнего времени не рассматривался. И это не случайно. Ведь командно-административная система несовместима со свободой хозяйствования. В экономической науке господствовало вульгарное представление о предпринимательстве. Оно характеризовалось как система отношений, присущих капиталистической экономике, как явление эксплуататорские по своей сути. На практике предпринимательство запрещалось. Отношение к деловым людям было очень настороженным, а нередко и враждебным. Что же касается мелкого предпринимательства, то оно тоже запрещалось законом и считалось уголовно наказуемым деянием. В то же время зарубежный опыт, современные тенденции экономического прогресса убедительно доказывают, что сегодня без предприимчивых, деловых людей, без развития различных форм предпринимательской деятельно-

сти дальнейшее движение вперед невозможно. В современных условиях, когда осуществляется переход от командно-административных к экономическим методам хозяйствования, предпринимательство выступает основным направлением совершенствования хозяйственной деятельности и важным условием создания рыночной среды. Предпринимательство предполагает конкретную деятельность предпринимателя. Именно поэтому в экономической литературе при выяснении сущности предпринимательства значительное внимание уделяется характеристике понятия «предприниматель». В буржуазной политэкономии это понятие появилось еще в XVIII в. и с самого начала имело неоднозначное толкование. Так, А. Смит считал, что предприниматель – собственник, который решается рискнуть ради реализации какой-либо коммерческой идеи и получения прибыли. Он сам планирует, организует производство, распоряжается его результатами. По мнению Ж.-Б. Сея, предприниматель – это экономический агент, который комбинирует факторы производства [5].

В более поздних концепциях австрийской школы (И. Шумпетера, Ф. Хайека) предприниматель трактуется как своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное – анализ и использование разнообразных рыночных возможностей, реализация новаторских идей. Сегодня ученые определяют предпринимателя как субъекта поиска и реализации новых возможностей в генерировании и освоении новаторских идей, разработке качественных продуктов и технологий, осуществлении нововведений и овладении перспективными факторами развития, открытии прогрессивных способов обслуживания потребителей и новых сфер приложения капитала. Как свидетельствует зарубежный опыт, для того чтобы общество было богатым, необходимо, чтобы 5-7 % активного населения имело склонность к предпринимательству. Предприниматель – центральная фигура в бизнесе. Он стремится наиболее эффективно совместить все факторы производства в едином хозяйственном процессе с целью наиболее рационального воплощения своих идей. Главная общественная функция предпринимателя сводится к изучению потребностей общества и их удовлетворение. В рыночной экономике именно предприниматель первым должен разгадать, какие товары и услуги завтра понадобятся покупателям. Его деятельность дает обществу следующие преимущества [1]:

во-первых, предприниматель, как правило, всегда имеет возможность достичь лучших результатов, потому что он является высококвалифицированным специалистом, который хорошо знает свое дело. Именно умение приумножать богатство, развивать свои способности и способность других людей к творчеству, рационального использования имеющихся ресурсов выгодно отличает его в обществе;

во-вторых, предприниматель может лучше работать «на потребителя». Прогнозируя его запросы, он пытается исходить не только из текущих, но и будущих потребностей и направить общественное производство на их удовлетворение;

в-третьих, только предприниматель способен организовать производство таким образом, чтобы затраченные ресурсы дали наибольшую отдачу. Следовательно, удовлетворение общественных потребностей здесь достигается наиболее эффективным способом. Поэтому иногда не без оснований предпринимателя сравнивают с полководцем, который способен с меньшими силами выиграть бой в количественно превосходящего его врага.

Исходя из указанных характеристик предпринимателя, предпринимательство можно определить как умение начинать и вести дело, генерировать и использовать инициативу, решаться на риск, преодолевать сопротивление среды и т.д. Оно выступает главным образом как проявление экономического и организационного творчества и новаторства.

Экономическое и организационное творчество и новаторство – это сердцевина предпринимательства, а поэтому можно предложить следующее определение этого понятия. Предпринимательство – это определенная система функционирования предприятия, основу которой составляют демократические формы его экономической деятельности, обеспечение для него права инициативы в выборе сфер, форм и методов хозяйствования, экономической, организационной и технической творчества и новаторства. В центре данной системы находится предприниматель – компетентный хозяйственник, способный обеспечить организацию ведения хозяйства на базе новейших достижений экономической и технической науки. Следовательно, природу предпринимателя не следует связывать с его должностью или общественным положением. Она определяется высоким профессионализмом, умением рисковать, способностью прогнозировать; создавать новые качественные товары, технологии, услуги, объединять людей, развивать в них культуру и способности к творчеству и рационального использования имеющихся ресурсов и т.п.

Предпринимателем может быть: мелкий собственник, руководитель акционерного общества, кооператор, арендатор и т. д. Предпринимательской деятельностью может заниматься как отдельная личность, так и группа людей (коллективное предпринимательство). Различные формы предпринимательства имеют свои особенности. Но общим для всех является инициатива, стремление получить выгоду, умение рисковать. Немалую роль в предпринимательстве играют и психологические мотивации экономической деятельности, наличие и значение которых не так давно отрицалось отечественной экономической теорией. Понятие «предприниматель» близкое такому экономическому понятию, как «хозяин». Ведь хозяин – не только тот, кто не разбазаривает свое имущество, но и тот, кто старается его приумножить и ради этого сам занимается

предпринимательской деятельностью или поручает это дело другому. Совпадение понятий собственника и предпринимателя характерен прежде всего для мелкого предпринимательства. В крупном производстве, как правило, происходит дифференциация собственников и предпринимателей. Руководитель предприятия, выполняет предпринимательские функции, может и не быть собственником (например, в случаях или государственной акционерной формы предпринимательства). В основе разграничения функций собственника и предпринимателя лежит отделения капитала-функции от капитала-собственности.

Мы считаем, что предпринимательство (предпринимательский дар, талант, деятельность) – это систематизированная, самостоятельная, инициативная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на такое сочетание факторов производства, чтобы можно было получить максимальную прибыль, а предприниматель – субъект, который сочетает в себе организаторские новаторские и коммерческие способности для поиска и развития новых методов производства и имеет целью получение максимальной прибыли. Наиболее метко задача предпринимателей и их функции высказал известный австрийский экономист первой половины XX в. Йозеф Шумпетер: «Задача предпринимателей – реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использование новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции – вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности» [15].

К предпринимательской деятельности в странах Запада выдвигают высокие требования. Не каждый бизнесмен может быть назван в полной мере предпринимателем. Там не считается, например, владелец фирмы, которая из года в год производит один товар (без модификаций) или предоставляет одни и те же услуги (без усовершенствования). Считается, что этот товаропроизводитель осуществляет не предпринимательские, а репродуктивные функции. Хотя сейчас и принято называть предпринимателями всех, кто занят бизнесом, на самом же деле ими могут быть только те деловые люди, поведение которых на рынке отличается поисковым характером. Итак, в лице предпринимателя должны сочетаться новаторские, коммерческие и организаторские способности для поиска и развития прогрессивных методов производства, создания новых видов продукции высокого качества, эффективных сфер приложения капитала. А термин «предпринимательство» означает систематизированную, самостоятельную, инициативную, осуществляемую на собственный риск деятельность, направленную на такое сочетание факторов производства, чтобы можно было получить максимальную прибыль; тип хозяйственного поведения предпринимателей по организации, разработки, производства и реализации благ для получения прибыли и социального эффекта.

**Функции и принципы предпринимательской деятельности.** Сущность предпринимательства более глубоко раскрывается через его основные функции, которые характеризуют направления деятельности субъекта рыночных отношений, его цели и достижения. Государство заинтересовано в развитии предпринимательства, поэтому гарантирует равные права и создает равные возможности для доступа к материально-техническим, финансовым, трудовым, природным и другим видам ресурсов, обеспечивает свободу конкуренции между предпринимателями, защищает потребителей от проявлений недобросовестной конкуренции и монополизма в любых сферах предпринимательской деятельности. Роль предпринимателя в обеспечении эффективности производства определяется его функциями, ведущими из которых являются:

- предприниматель воплощает инициативу сочетание факторов производства в единый процесс с целью производства товара или услуги;
- предприниматель берет на себя важную задачу – принятие решений в процессе ведения бизнеса;
- предприниматель – это новатор. Он внедряет на рынке новые товары, новые технологии, прогрессивные способы обслуживания потребителей, новые сферы приложения капитала;
- предприниматель – это человек, который идет на риск. Он рискует своим временем, трудом и деловой репутацией, а также своими средствами и средствами других владельцев [8].

Исходя из вышеуказанных функций, классический предприниматель – это одновременно и владелец, и организатор и руководитель. Типичный «портрет» предпринимателя формировался исторически. Поскольку предпринимательская деятельность некогда зародилась в торговле (возрождение рыночных отношений в нашей стране в 90-х годах началось также с бурного развития торговли), то сначала за главную признак предпринимателя считали его коммерческую деятельность, то есть это был купец. Со временем, в XVIII и XIX вв., экономисты изображали портрет «хозяина», работодателя, капиталиста, собственника индивидуального предприятия или фабрики. Современный предприниматель – это преимущественно «групповой портрет», где основные предпринимательские функции выполняют разные специалисты. В частности, в акционерном обществе риск берут на себя владельцы акций, предоставляя денежные средства, управление производством осуществляют менеджеры, а совет директоров принимает экономические решения. Развитие предпринимательства всегда происходит в среде функционирования определенной социально-экономической системы. Именно поэтому для его непосредственного воспроизведения необходимы определенные условия [1].

Предпринимательство может развиваться лишь в определенной экономической среде. Прежде всего, оно предполагает наличие у субъекта четко определенной совокупности прав и свобод по выбору вида хозяйственной деятельности и источников ее финансирования, планирования, доступа к ресурсам, организации и управления, сбыта продукции и т.п. Речь идет об экономической автономии предприятия. Она фактически означает отказ от командных методов решения хозяйственных задач. Эти методы способны обеспечить только временный коммерческий успех, который затем перекрывается значительными экономическими потерями. Поэтому государство через систему законодательства, финансово-кредитные рычаги может лишь осуществлять экономическое регулирование предпринимательской деятельности, но не вмешиваться в нее. Предпринимательство предполагает в хозяйственника наличие прав собственности на средства производства, продукт и доход. Получение прибыли – важная цель для предпринимателя. Однако это не самоцель. Для него главное – использование прибыли для еще большего его роста путем расширения, модернизации, структурной перестройки производства. В условиях предпринимательства изменяется соотношение между материальной заинтересованностью и мотивацией трудовой деятельности. Для предпринимателя последнее выдвигается на первый план.

Классическим примером предпринимательской деятельности может быть фирма «Форд моторз». Еще в 1915 г. Генри Форд пошел на такой риск: установил на своих заводах самую высокую в стране дневную ставку заработной платы и одновременно начал систематически снижать цены на свои автомобили, доведя их до уровня самого дешевого автомобиля в Америке, такой риск мог закончиться крахом. На деле же получилось совсем иначе. Через семь лет эта фирма произвела и выпустила в продажу 1 млн 150 тыс. автомобилей. Такой «ход» Форда привел к тому, что более двух десятков лет он нераздельно царил на рынке автомобилей в Америке. Это была победа разума человека на благо человека. Одна из самых характерных черт цивилизованного предпринимательства заключается в том, что каждый предприниматель, реализуя собственные цели, в то же время осуществляет хозяйственную деятельность в интересах общества. Ведь чтобы получать большую прибыль и быть конкурентоспособным, необходимо постоянно заботиться о научно-техническом прогрессе, повышать качество товаров как производственного назначения, так и личного потребления и удешевлять их. Поэтому развитие предпринимательства непременно связывается с поставкой на рынок более качественных и более дешевых товаров. По этому поводу еще А. Смит, говоря об экономической природе предпринимателя, отмечал: «Он имеет в виду лишь свой собственный интерес, заботится о свою собственную выгоду, причем в этом вылезает он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действительно служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно пытается служить им» [5].

Предпринимательство должно основываться на определенных экономических рычагах, которые реально обеспечивали, а не просто декларировали самоуправление, свободу хозяйственного выбора, возможность инвестирования дохода. Другими словами, должно существовать рыночно-конкурентный режим хозяйствования. Необходима также система действующих законов, которые защищали бы предпринимательство и обеспечивали бы стабильное рыночная среда и устойчивые «правила игры» на рынке. Названные условия предпринимательской деятельности в значительной степени предусмотрены в Республике Беларусь.

В настоящее время в Республике Беларусь действует развитая нормативно-правовая база, регулирующая малое предпринимательство, включающая в себя ряд законов, указов, декретов, к которым относятся [13]:

- Закон «О малом и среднем предпринимательстве». Настоящий Закон регулирует общественные отношения, возникающие в связи с осуществлением физическими и негосударственными юридическими лицами предпринимательства в форме малого и среднего бизнеса. Он определяет понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, основные условия их деятельности, виды и формы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь
- Указ Президента Республики Беларусь от 27 марта 2008 г. №186 «О некоторых мерах по повышению ответственности за качество отечественных товаров». Указ разъясняет права и обязанности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, по приобретению произведенных в Республике Беларусь технически сложных товаров для предпринимательской деятельности;
- Указ президента Республики Беларусь от 23 октября 2009 г № 518 «О некоторых вопросах аренды и безвозмездного пользования имуществом» Указ предусматривает, что республиканские органы государственного управления и иные государственные организации, подчиненные Правительству Республики Беларусь, Национальный банк, Администрация Президента Республики Беларусь, другие государственные органы и иные государственные организации, подчиненные Президенту Республики Беларусь;

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 июня 2009 г. № 863 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) для субъектов малого предпринимательства»;
- Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства» В соответствии с указом Государственная финансовая поддержка за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого предпринимательства, оказывается субъектам малого предпринимательства путем предоставления:
  1. Белорусским фондом финансовой поддержки предпринимателей: финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе; имущества на условиях лизинга (финансовой аренды); гарантий по льготным кредитам, выдаваемым банками;
  2. Облесполкомами и Минским горисполкомом: финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе; субсидий для возмещения части процентов за пользование банковскими кредитами; субсидий для возмещения расходов на выплату лизинговых платежей по договорам лизинга (финансовой аренды) в части оплаты суммы вознаграждения (дохода) лизингодателя; субсидий для возмещения части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях либо с их организацией;
  3. Банками Республики Беларусь льготных кредитов за счет средств местных бюджетов, предусмотренных программами государственной поддержки малого предпринимательства и размещенных во вклады (депозиты) этих банков;
  4. Субъектам инфраструктуры поддержки малого предпринимательства (центрам поддержки предпринимательства, инкубаторам малого предпринимательства) путем предоставления субсидий.
- Декрет Президента Республики Беларусь от 20 декабря 2007 г. № 9 «О некоторых вопросах регулирования предпринимательской деятельности в сельской местности» В декрете обозначены права и обязанности предпринимателей, осуществляющих свою деятельность на территории сельской местности;
- Указ Президента Республики Беларусь от 24 марта 2005 г. № 148 «О неотложных мерах по поддержке предпринимательства» В целях создания условий для дальнейшего развития предпринимательства в Республике Беларусь, обеспечения гарантий соблюдения прав и законных интересов лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, пресечения злоупотреблений в этой сфере, расширения рынка товаров и услуг, формирования в стране благоприятного экономического климата:
- Указ Президента Республики Беларусь 17 октября 2005 г. № 481. «О порядке освобождения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей от административных взысканий». Установить, что юридические лица и индивидуальные предприниматели, на которых в соответствии с законодательными актами наложены административные взыскания, по решению Президента Республики Беларусь могут быть полностью или частично освобождены от этих взысканий.

Таким образом, можно констатировать, что нормативная правовая база по малому бизнесу, как основа в организации, поддержке и развитии данного сектора экономики Республики Беларусь, существует, развивается и, естественно, требует постоянного совершенствования с целью создания благоприятных условий деятельности субъектов малого предпринимательства [6].

Проблема развития малого и среднего бизнеса – актуальнейшая проблема для нашей страны. Не случайно в 2013 году в Беларуси на государственном уровне утвержден и вступил в силу совместный план правительства и Национального банка по структурному реформированию и повышению конкурентоспособности страны, составной частью которого является ускоренное развитие малых и средних предприятий. Не единожды проверенной и доказанной на практике аксиомой стало утверждение о том, что именно эта часть народнохозяйственного комплекса является основой для построения среднего класса как стабилизирующего фактора социально-политического и экономического развития.

По мнению экспертов Всемирного банка, пороговой величиной, свидетельствующей о том, что в стране осуществилась критическая масса рыночных преобразований и созданы благоприятные условия как для ведения бизнеса, так и для удовлетворения своим социальным положением со стороны населения, является состояние, когда доля малого бизнеса в общей численности, занятых достигает примерно 40 %. В развитых странах доля субъектов малого и среднего предпринимательства как по численности занятых, так и в общем объеме ВВП, как правило, превышает 50 %, а в наиболее развитых – доходит даже до 60–80 % [4].

В Беларуси вклад этого сектора пока не столь существенный. Например, по итогам 2012 года доля малого и среднего бизнеса в ВВП составила лишь 23,6 %, и только к концу 2015 года она планирует достичь 30 %-ного рубежа. Что касается количества занятых в малом и среднем бизнесе, то оно составляет 1 млн 460 тыс. человек, или 27,6 % экономически активного населения [9]. Все это свидетельствует о том, что потенциал предпринимательства в Беларуси реализован далеко не полностью. На наш взгляд, малый и средний бизнес как раз и есть тот локомотив, который в условиях инновационного развития сможет придать импульс ускоренного развития нашей социально-экономической жизни.

В нашей стране в целом идет процесс изменения правил ведения бизнеса, совершенствования делового климата, повышения инвестиционной привлекательности государства. С 2010 года действует Закон «О поддержке малого и среднего предпринимательства», с 2012-го – Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства, рассчитанная на 2013–2015 годы. Можно сказать, что деятельность правительства нацелена на устранение административных барьеров. Но зачастую это процесс носит теоретический, декларативный характер, а на практике мы можем сплошь и рядом наблюдать неоправданные ограничения, избыточное регулирование, быстро меняющееся и противоречивое законодательство, наличие конфликтов интересов при осуществлении органами власти надзорных и разрешительных функций. С другой стороны, следует иметь в виду и тот безусловный факт, что предпринимательство – это, в первую очередь, деятельность инициативная, самостоятельная и связанная с немалым риском. Поэтому сегодня задача осложняется еще и проблемой активности самих предпринимателей, повышения качества их бизнеса, развития технологий и кадрового потенциала малого и среднего бизнеса.

Развитие сектора инновационного предпринимательства выступает одним из ключевых условий для повышения конкурентоспособности национальной экономики на мировом рынке. Это обуславливается следующими причинами: во-первых, инновационное предпринимательство гораздо восприимчивее к новшествам, что позволяет малым инновационным предприятиям успешно конкурировать с крупными компаниями; во-вторых, инновационное предпринимательство обладает высоким потенциалом адаптации к изменениям рыночной ситуации как в кратко-, так и в среднесрочной перспективе, что позволяет весьма гибко реагировать на рыночный спрос, создавать новые и модифицировать существующие человеческие потребности.

Законодательством Республики Беларусь не определено понятие «инновационное предпринимательство», однако, как свидетельствует мировая практика, в содержательном плане инновационное предпринимательство представляет собой совокупность субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих разработку, производство, коммерциализацию (продвижение на рынок) товаров и услуг, созданных на основе результатов научной или научно-технической деятельности, либо коммерциализацию непосредственно результатов научной (научно-технической) деятельности. В странах с развитой рыночной экономикой сектор инновационного предпринимательства является серьезным игроком мирового рынка научно-технической продукции, обладающим значительными экспортными перспективами. В условиях открытости национальной экономики Беларуси данное обстоятельство имеет особое значение, в том числе и с точки зрения обеспечения национальной безопасности в научно-технологической и экономической сферах.

Как свидетельствует мировой опыт, динамичное развитие инновационного предпринимательства возможно лишь тогда, когда сформирована соответствующая институциональная среда, под которой понимается совокупность актов законодательства и сложившихся практик осуществления деятельности. Применительно к инновационной деятельности благоприятная институциональная среда предполагает концентрацию усилий на развитии четырех социальных институтов: института науки; института образования; института частной собственности; института частного предпринимательства.

Поскольку в Республике Беларусь преобладает государственный сектор, конкуренция, как инструмент стимулирования инновационного развития, является эффективной лишь в отношении сектора малого и среднего предпринимательства. Поэтому формирование новой экономики (экономики, основанной на знаниях, инновациях) предполагает создание благоприятных условий (конкурентной деловой среды) для развития частного предпринимательства, с одной стороны, и реализацию мероприятий по «принуждению к инновациям» субъектов хозяйствования государственной собственности, с другой.

В практическом плане в нынешней ситуации «принуждение к инновациям» предусматривает практическое использование существующих или разработку новых организационно-экономических механизмов и инструментов стимулирования развития высокотехнологичных видов экономической деятельности (отраслей экономики) и сектора инновационного предпринимательства в целом. В частности, намечается использовать следующие инструменты [13]:

- концентрация финансовых ресурсов государства на создании новых и развитии созданных научно-технологических и промышленных парков в качестве площадок для инновационного и высокотехнологического бизнеса.
- обязанность госзаказчиков обеспечить безусловную коммерциализацию в соответствии с требованиями Указа Президента Республики Беларусь от 04.02.2013 № 59 «О коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, созданных за счет государственных средств» полученных научно-технических результатов;
- предоставление в соответствии с требованиями Указа Президента Республики Беларусь от 20.05.2013 № 229 «О некоторых мерах по стимулированию реализации инновационных проектов» инновационных ваучеров и грантов для реализации инновационных проектов физическим лицам и субъектам малого предпринимательства, являющимся владельцами объектов промышленной собственности;



- установление государственного заказа для технопарков и инкубаторов малого предпринимательства на бизнес-инкубирование относящихся к ним предприятий (далее – СМП), находящихся на начальной стадии своей деятельности (startup-компания);
- государственная поддержка кластерных проектов, направленных на формирование инновационно-промышленных кластеров;
- установление ежегодных нормативов расходов на НИОКР за счет собственных средств для важнейших производственных организаций государственного сектора.

По состоянию на 01.01.2014 во всех 13 технопарках имелось чуть более 70 резидентов, общая численность занятых – порядка 1 тыс. человек, что свидетельствует о весьма незначительном влиянии на развитие инновационного предпринимательства. При этом общая численность сектора инновационного предпринимательства Республики Беларусь оценивается в 300–370 фирм с численностью персонала до 4 тыс. занятых [6].

Госзаказ на бизнес-инкубирование СМП планируется осуществлять следующим образом:

1. Правительством будут доводиться задания регионам и г. Минску по созданию и развитию малых предприятий, осуществляющих разработку и производство инновационных и высокотехнологичных товаров;
2. Облисполкомы (Мингорисполком) определяют норматив расходов на бизнес-инкубирование 1-го СМП и заключают договоры с технопарками и инкубаторами малого предпринимательства – исполнителями госзаказа на бизнес-инкубирование СМП;
3. Исполнители госзаказа проводят конкурсный отбор СМП и по результатам отбора предоставляют им пакет услуг, предусмотренных в договорах с облисполкомами (Мингорисполкомом). Пакет услуг предусматривает услуги аренды, разработку бизнес-плана, юридические, бухгалтерские, лицензионно-патентные услуги, услуги по управлению проектом, офисно-информационные и др.
4. Источниками средств для финансирования госзаказа выступают: средства республиканского бюджета, предусмотренные на организацию деятельности технопарков; средства республиканского и местного бюджета, предусмотренные на господдержку предпринимательства, средства республиканского и местных инновационных фондов.

В результате в регионах и г. Минск будут созданы условия для роста и развития сектора инновационного предпринимательства [8; 12; 13].

Таким образом, для Республики Беларусь представляется актуальным формирование новой экономики – экономики знаний, в основе которой должна лежать инновационно-инвестиционная модель устойчивого экономического роста. Поэтому целесообразно рассмотреть возможности и направления инновационного развития страны в контексте происходящих мировых тенденций с целью изменения места и роли малого и среднего бизнеса Республики Беларусь в современном инновационном менеджменте.

Необходимость активизации инновационно-инвестиционной деятельности предприятий, организаций малого и среднего бизнеса предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, а именно они в своей совокупности приводят к трансформации роли инноваций в национальной экономике.

#### **Список использованных источников**

1. Country Rankings // The Heritage Foundation: 2014 Index of Economic Freedom [Electronic resource]. – Mode of access:
2. <http://www.heritage.org/index/ranking>. – Date of access: 29.01.2014.
3. Белявский, С.М. На пути к совместному сотрудничеству / С.М. Белявский // Армия. – 2013. – № 3. – С. 16–24.
4. Бригадин, П. И. Важнейшие итоги взаимодействия / П. И. Бригадин // Вестник БГУ. – 2013. – № 4. – С. 15–24.
5. Калмыкова, М. Кредитные союзы: проблемы регулирования в Беларуси / М. Калмыкова // Банковский вестник. – 2010. – № 31. – С. 66.
6. Кулягин, С. Малый и средний бизнес развивается в Беларуси достаточно динамично / С. Кулягин // Новости Беларуси: Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2014. – режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/Malyj-i-srednij-biznes-razvivaetsja-v-Belarusi-dostatochno-dinamichno---Prokopovich\\_i\\_657915.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Malyj-i-srednij-biznes-razvivaetsja-v-Belarusi-dostatochno-dinamichno---Prokopovich_i_657915.html). – Дата доступа: 29.01.2014.
7. Мальцев, А. С. Реальная интеграция и ее итоги / А. С. Мальцев // История. – 2013. – № 6. – С. 21–32.
8. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Респ. Беларусь, 1 июля 2010 г., № 148-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология Проф. [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

9. О развитии малого и среднего предпринимательства // Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: [http://www.economy.gov.by/ru/small\\_business/iam-on-development-of-small-business-in-rb/on-the-development-of-small-business-in-01-02-2010](http://www.economy.gov.by/ru/small_business/iam-on-development-of-small-business-in-rb/on-the-development-of-small-business-in-01-02-2010). – Дата доступа: 26.01.2014.
10. Обучение основам предпринимательской деятельности безработных и незанятого населения: учеб. пособие / П.И. Бригидин [и др.]; под ред. П. И. Бригидина, С. Н. Мальченко, А. А. Скорбежа, А. Н. Тура. – Минск : Тэхналогія, 2001. – 188 с.
11. Психология предпринимательства [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: [http://psi.3dn.ru/publ/ehkonomicheskaja\\_psikhologija/psikhologija\\_predprinimatelstva/2-1-0-5](http://psi.3dn.ru/publ/ehkonomicheskaja_psikhologija/psikhologija_predprinimatelstva/2-1-0-5). – Дата доступа: 26.01.2014.
12. Рачковский, В. С. Решая первостепенные задачи / В. С. Рачковский // Граница. – 2013. – № 4. – С. 4–18.
13. Результаты исследования «Единая торговая политика и решение модернизационных задач ЕЭП» предоставил Евразийский банк развития бизнеса [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://finatica.by/news/26890-rezultati-issledovaniya-edinaja-torgovaja-politika-i-reshenie-modernizacionnih-zadach-ejerp-predostavil-evrazijskij-bank-razvitiya>. – Дата доступа: 03.01.2014.
14. Реуцкая, Е. А. Хозяйственное право: курс лекций / Е. А. Реуцкая. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2005. – 324 с.
15. Этимологический словарь русского языка. – М.: ЮНВЕС, 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/semenov/Biznes-475.html>. – Дата доступа: 29.01.2014.

## **МНР. МОББИНГ. РАЗНОВИДНОСТЬ КОНФЛИКТА, КОТОРЫЙ ВРЕДИТ ПЕРСОНАЛУ И ОРГАНИЗАЦИИ**

**Е.В. Бугаева,**

старший преподаватель

*Учреждение образования «Белорусский государственный университет транспорта»*

**М.Л. Третьякова,**

м.экон. наук, преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Моббинг – психологическое давление, травля коллектива или его части (руководства, подчиненных или коллег) в отношении работника, осуществляемые с целью вынудить человека сменить работу. Моббинг в организации, как правило, выражается в постоянной и часто необоснованной критике, в распространении о сотруднике заведомо ложной информации (слухов и сплетней), подрывающей профессиональную компетентность и репутацию. Также моббинг проявляется в виде насмешек и провокаций, прямых оскорблений и запугиваний, бойкота и демонстративного игнорирования, в нападениях ущемляющих честь и достоинство и даже в виде причинения материального или физического вреда.

Причины возникновения моббинга на работе могут быть разными – от желания отомстить до жадности власти, от личной злобы, вызванной страхом или завистью до обычной скуки. И то, что причин у моббинга большое количество, означает, что стать жертвой моббинга может любой сотрудник, начиная от обычного служащего и заканчивая руководителем какого-нибудь отдела. Однако здесь имеется своя группа риска.

Причины моббинга со стороны противников:

- 1) зависть;
- 2) желание унижить (ради удовлетворения, развлечения или (само) утверждения);
- 3) желание подчинить.

Жертвами моббинга часто становятся те, кто занимает высокооплачиваемую или относительно высокую должность, место, которое мечтает занять едва ли не любой работник предприятия. В данном случае моббинг применяется как средство для освобождения заветного кресла.

Также в группу риска психологической травли попадают так называемые «белые вороны» – люди, отличающиеся от большинства, те, кто хоть в чем-то оказался «не похожим на других». Часто это бывают люди, необоснованно претендующие на то, что они «круче всех», либо неоправданно ощущающие себя «пустым местом».

Потенциально опасной является ситуация прихода в сформировавшийся коллектив нового руководителя. Особенно если этот руководитель начинает вносить новизну и менять порядки, нарушая устоявшиеся

правила и негласные нормы. Моббинг руководителя со стороны подчиненных — явление достаточно распространенное...

Моббинг может быть следствием желания руководителя, напугав подчиненных, повисить свой авторитет. Такие люди придерживаются правила одного из древнеримских императоров: *«Пусть ненавидят, только бы боялись»*.

Причиной моббинга может стать самый незначительный конфликт на работе. В данном случае желание отомстить является чем-то вроде вечного двигателя: пока моббер не добьется своего, он не успокоится.

Наконец, достаточно распространенной причиной появления в рабочем коллективе моббинга является скука. Человек оказывается под психологическим прессом просто из-за чьей-то забавы и желания поразвлечься.

Разновидностей моббинга большое множество. Традиционно выделяют два вида моббинга: 1) вертикальный – «боссинг» (bossing – от англ. boss – хозяин, шеф), когда психологический террор в отношении работника исходит от начальника; 2) горизонтальный – когда психологический террор исходит от коллег. В англосаксонском диалекте это понятие обозначают как буллинг (от англ. bullying – тиранить, издеваться, донимать).

Горизонтальный моббинг – это притеснения со стороны коллег по работе. В случае же если инициатором психологической травли становится непосредственный руководитель это уже вертикальным моббингом, еще его называют боссингом.

В случае латентного моббинга действия разворачиваются согласно известной многим поговорке: *«Предоставьте человеку веревку, а повесится он сам»*. Психологическое давление здесь происходит в скрытой форме, «вставляют палки в колеса» и как бы намекают на то, что работник пустое место, нежеланная персона и ему лучше уйти.

Однажды, придя на работу, человек может ощутить изоляцию, почувствовав вокруг себя информационный вакуум: важную и необходимую информацию ему предоставляют поздно (когда для исправления ситуации он уже не в силах ничего предпринять), либо вовсе эту информацию утаивают. Неформальное общение с начальником и коллегами резко сводится к минимуму. Сослуживцы начинают его сторониться, обращаясь исключительно по делу.

Цель латентного моббинга – сделать пребывание на рабочем месте невыносимым, вынудить покинуть предприятие. Для человека, такое отношение коллектива в большинстве случаев становится тяжким испытанием, и он не выдерживает прессинга: пишет заявление об уходе. А скрытый провокатор с улыбкой потирает, казалось бы, ничем не запятнанные руки...

Вертикальный латентный моббинг может проявляться в том, что босс будет не замечать результаты труда сотрудника, давать ему самую безнадежную работу, проводить в его отсутствие важные совещания, игнорировать всякую инициативу. То есть блокировать возможности продвижения по карьерной лестнице.

Открытый моббинг – это крайняя его степень. В ход идут все средства – открытые насмешки, издевательства и оскорбления, порча имущества (важных рабочих документов или личных вещей).

Медицинские исследования, проводимые в Европе и США (там слово «моббинг» звучит сегодня практически повсеместно) показали, что люди, подвергающиеся на работе эмоциональному насилию, очень быстро становятся психологически нестабильными. Сначала жертвы моббинга доказывают коллегам и начальству свою социальную и профессиональную состоятельность. Когда давление усиливается, они попадают в социальную изоляцию. Не получив положительных оценок и растратив все силы на бессмысленные доказательства жертвы моббинга становятся уязвимыми, неуверенными и беспомощными. Их начинают терзать различные фобии, падает самооценка, появляются характерные стрессу симптомы – головная боль, простуда, невозможность быстро уснуть... Люди попадают в замкнутый круг, у них развиваются хронические заболевания, а вынужденное отсутствие на работе из-за плохого самочувствия вызывает претензии и все новые и новые моббинг-атаки.

Часто моббинг становится причиной потери концентрации внимания и умственной работоспособности (нередки и случаи инфарктов). В результате человек уже не в силах выполнять свои должностные обязанности и вынуждено увольняется по собственному желанию. Однако на этом его проблемы со здоровьем могут не закончиться – могут остаться или даже усилиться, приведя к такому диагнозу, как посттравматический стресс. Неудивительно, что в книге «Насилие на работе», изданной в 1998 году Международным бюро труда, моббинг упоминается в одном ряду с изнасилованием, ограблением и убийством. Конечно, на первый взгляд может показаться, что в сравнении с перечисленными преступлениями моббинг выглядит вполне безобидно, однако тот эффект который он оказывает на жертву, тем более если психологическая травля длится достаточно длительное время, имеет настолько разрушительное воздействие, что некоторые люди заканчивают жизнь самоубийством. Также не исключено, что некоторые из случаев немотивированной агрессии могут быть следствием негативных чувств, испытываемых людьми, подвергавшимися моббингу на работе.

Но не только от моббинга страдает его непосредственная жертва (его здоровье и психическое состояние), последствия коллективного психологического террора также негативно сказываются на близких и

родных этих людей, а также на фирмах, в которых они трудятся. Страдают отношения, в компании значительно падает уровень продуктивности труда, ведь энергию, которую люди должны направлять на выполнение ежедневных задач они тратят на осуществление моббинга.

В 1991 году психолог Брэди Уилсон, специализирующийся на лечении, получаемых на работе психологических травм, написал статью в журнале «Workforce Magazine» – «Моббинг в организациях приводит к огромным потерям, которые исчисляются миллиардами долларов. Психологические травмы, получаемые служащим в результате моббинга, более разорительный фактор для работодателя, чем все другие стрессы вместе взятые».

Существование моббинга в трудовых коллективах может стать причиной снижения эффективности деятельности любого предприятия. Поэтому владельцам и директорам предприятий и организаций необходимо принимать меры для профилактики моббинга.

Моббинг – это эмоциональное насилие, плохое обращение, которое прямо или косвенно осуществляется группой сотрудников в отношении кого-либо из работников. Люди, подвергшиеся моббингу, испытывают тяжелые страдания. Моббинг – это серьезная проблема на рабочих местах, которая в большинстве случаев приводит к увольнению по собственному желанию работника или против него. Социальные и экономические последствия синдрома под названием «моббинг» еще предстоит подсчитать в количественном выражении. Моббинг может продолжать свое существование ровно столько, сколько ему позволено. Руководство организации играет важнейшую роль в предотвращении этого явления. Если настаивать на соблюдении правил хорошего тона, вежливом обращении, высоких нравственных нормах на рабочих местах и создавать атмосферу заботы о сотрудниках, то появление моббинга и буллинга можно предотвратить. Миллионы руководителей разного звена и тысячи компаний поступают именно так. Они служат хорошим примером и настоящим пристанищем для своих работников.

Наиболее часто моббинг встречается в учебных заведениях. Травля часто встречается в школе. Школьники издеваются, высмеивают своих же одноклассников, которые не так, как принято в их среде, одеваются, слишком хорошо учатся и т. п.

В России происходит реформирование высшего профессионального образования (ВПО), осуществляется переход на двухуровневую систему подготовки. Необходимость реформирования диктуется изменением социально-экономической реальности, рынка труда, востребованности выпускников вуза, новыми требованиями к их профессиональным компетенциям [2]. Начавшееся реформирование ВПО совпало, с одной стороны, с экономическим кризисом в стране, с другой стороны – с демографической «ямой», приводящей к снижению количества абитуриентов в ближайшие годы.

В силу объективных обстоятельств на большинстве кафедр сложилась ситуация, когда есть старшее возрастное поколение, как правило «остепененных» преподавателей, есть младшее поколение, в котором процент «остепененности» значительно ниже, и практически отсутствует среднее поколение [2]. Согласно статистическим данным, приводимым Д.Р.Юсиповой [6], на кафедрах российских вузов каждый второй доцент (53,3 %) имеет возраст старше 50 лет, а каждый второй профессор (56,8 %) старше 60 лет. Известны выпускающие кафедры, на которых средний возраст преподавателей с ученой степенью составляет 66 лет; «неостепененных», имеющих стаж более 20 лет, – 64 года; младшее поколение преподавателей без ученой степени (таковых порядка 30 %) имеет средний возраст 28 лет.

Изменение условий деятельности на кафедре требует от преподавателей напряжения адаптационного потенциала для сохранения привычного качества жизни. Деструктивной формой такой адаптации становится моббинг – психологическое насилие (или, как называют некоторые исследователи [7], психотеррор), объектом которого становятся коллеги по работе. Проявляется моббинг в виде различных форм агрессивного поведения. Исследователи отмечают, что рост агрессивного поведения, насилия и террора (в том числе психологического) обусловлен крупными и резкими социальными переменами и связанными с ними нарушениями традиционной организации общества. В трудовом коллективе, переживающем подобные изменения как кризис, происходит процесс социально-психологической дифференциации сотрудников, возникновения полярно-мотивированных подгрупп. Причина – обострение конкурентной борьбы в период реформирования вузов. Агрессивная "серость" и "бесталанность" начинает съедать более талантливых соперников – в целях самосохранения, выживания. Происходит объединение "серой толпы" против "белых ворон" – коллег, более успешных в профессиональном плане, как правило, имеющих высокую, — по сравнению с большинством, научную продуктивность (больше публикаций, научное признание). Но и среди агрессивного большинства возникает ситуация "пауков в банке". Эти негативные процессы усиливаются при неблагоприятной организации труда, недостаточной управленческой компетентности заведующего кафедрой и низкой эффективности руководства вуза.

Термин «моббинг» употребляется, когда речь идет о притеснениях, унижении и травле человека в трудовом коллективе. Моббинг (mobbing – от англ. глагола to mob – грубить, нападать толпой, стаей, травить). Проявляется моббинг в виде психологических притеснений работника, происходящих на протяжении длительного времени и включающих в себя негативные высказывания, необоснованную критику в адрес работника, его социальную изоляцию, распространение о работнике заведомо ложной информации и т.п.

Цель моббинга – вывести сотрудника из психологического равновесия. В обыденном сознании это называется «гнобить» человека.

Понятие «моббинг» было введено в 1963 г. К.Лоренцем. Он называл моббингом феномен группового нападения нескольких мелких животных на более крупного противника. Термин получил известность среди исследователей после публикации в 1972 г. работы шведского врача П.Хайнемана, который сравнивал жестокое поведение детей по отношению к сверстникам с агрессивным поведением животных и называл его моббингом. Психолог и учёный-медик, доктор Ханц Лейман впервые провёл исследование такого явления на рабочих местах в Швеции в начале 1980-х. Он назвал такое поведение моббингом и охарактеризовал его как «психологический террор», который включает «систематически повторяющееся враждебное и неэтичное отношение одного или нескольких людей, направленное против другого человека, в основном одного» [7]. Лейман определил 45 вариаций поведения, типичных для моббинга: утаивание необходимой информации, социальная изоляция, клевета, непрекращающаяся критика, распространение необоснованных слухов, высмеивание. Проявление моббинга в обществе основано на противопоставлении «своих» и «чужих» в борьбе за разного рода ресурсы. В дальнейшем Ноа Дэвэнпорт (Noa Davenport), профессор Государственного университета Айовы (Iowa State University), специалист в области управления конфликтами, с соавторами Рутот Шварцем (R.Schwartz) и Гейлом Эллиоттом (G.Elliott) в своей книге «Моббинг: эмоциональное насилие на рабочих местах в США» рассмотрела возникновение и динамику этого явления, его последствия для участников и ущерб для фирмы, а также возможные пути его предотвращения [3].

В России исследования рассматриваемого явления фактически начаты генетиком В.П.Эфроимсоном (1908–1989), который в своих трудах по «родословной альтруизма» писал о так называемой неэтической конкуренции, имея в виду острые отношения в среде ученых-генетиков. За это ученый, который не побоялся писать письма И.В.Сталину с обличениями Т.Д.Лысенко, подвергся преследованию со стороны академика Н.П.Дубинина (1907–1988). По свидетельству историка науки В.В.Бабкова, преследование В.П.Эфроимсона остановило только прямое указание («окрик») из ЦК КПСС, а идея «родословной альтруизма» получила широкую известность за рубежом.

Явления моббинга (и боссинга) имеют широкое распространение в странах со значительным интеллектуальным потенциалом, таких как Россия, США, Франция, Швеция, Германия. Благодаря своей актуальности, тема изучения моббинга и боссинга как психологических явлений получила распространение во всем мире. В современной России первые публикации о моббинге появились на границе двадцатого и двадцать первого века. В 2002 г. моббинг как социальный феномен был введен в качестве учебной темы во второе издание учебника для вузов «Управление персоналом». Возможность познакомиться с более подробным анализом проблемы моббинга российские читатели получили после перевода на русский язык книги немецких исследователей Линды и Акселя Ваниорек (Linda Waniorek, Axel Waniorek) «Моббинг: когда работа становится адом», изданной в Мюнхене в 1994 г., а затем книги австрийского специалиста в области психологии труда и организационной психологии Кристины Колодей (Christa Kolodej) «Психотеррор на рабочем месте», изданной в Вене в 1999 г. В 2007 году в Читинском университете было издано учебное пособие Н.П.Романовой «Моббинг», в котором собраны и обобщены данные, опубликованные к этому времени в русскоязычном Интернете – Рунете (более 20 источников).

Моббинг не только стал хорошо знакомым словом в Скандинавии и немецкоговорящих странах, но, для того чтобы решить проблему моббинга законодательным путем, несколько стран приняли новые законы, упреждающие появление этого явления, защищающие и обеспечивающие безопасность сотрудников на рабочем месте, включая эмоциональную составляющую здоровья на работе. Например, в 1993 г. Национальное управление по охране труда Швеции приняло положение о преследованиях по месту работы за моббинг. В ст. 26 части I Европейской социальной хартии, пересмотренной в Страсбурге в 1996 г. и вступившей в силу с 1 июля 1999 г., говорится, что «все работники имеют право на защиту своего достоинства в период трудовой деятельности». Совет Европы (СЕ) подчеркивает обязанность государств – участников СЕ содействовать предотвращению издевательских по своему характеру, явно враждебных и оскорбительных действий, направленных против отдельных работников на их рабочем месте или в связи с их работой, а также принимать необходимые меры защиты работников от такого поведения.

Отмечается, что боссинг, направленный на одного из работников, сопровождается созданием группировок в организации, подключением к психологическому давлению на работника и других членов организации.

Отечественная практика свидетельствует, что кроме указанных выше вертикального и горизонтального моббинга имеет место и так называемый институциональный моббинг, под которым понимается моральное преследование работников с использованием таких институтов, как аттестация персонала, квалификационные экзамены, рассмотрение служебных споров. Применительно к деятельности персонала кафедр потенциально к институциональному моббингу может быть отнесен прежде всего определяемый Трудовым кодексом конкурсный отбор преподавателей, предшествующий заключению с ними срочного трудового договора.

В ситуации институционального реформирования, осуществляемого на фоне экономического кризиса, зачастую администрация предприятия самостоятельно или при посредстве лояльных работников или руководителей структурных подразделений разворачивает (или же «не замечает») психологический прессинг против конкретных работников в тех случаях, когда нет достаточных юридических оснований для их увольнения. Для реформируемых вузов, экономический кризис для которых усугубляется демографической «ямой» и проблема занятости научно-педагогических кадров становится более острой, институциональный вид моббинга становится реальностью.

Анализ подобных ситуаций позволяет утверждать, что здесь можно говорить об инструментальной агрессии по отношению к работникам, и при этом данный вид агрессии является средством для достижения цели, преследуемой администрацией организации или учреждения. А целью является «выдавливание» работников из определенного структурного подразделения или из организации, в которой они заняты трудовой деятельностью.

Серьезность проблемы моббинга подтверждает не только степень его распространения, но и степень тяжести его последствий для человека. В книге «Насилие на работе» (Violence at Work), написанной Дунканом Чепеллом (Duncan Chappell) и Витторио Ди Мартино (Vittorio Di Martino) и изданной Международной организацией труда (МОТ) в 1998 г. (первое издание книги), моббинг упоминается в том же ряду, что и убийство, изнасилование или ограбление. Авторы книги утверждают, что индивидуальная и групповая травля и сходные с этим формы поведения могут наносить столь же серьезный вред, как и прямое физическое насилие. Отмечается, что сегодняшняя нестабильность многих видов рабочих мест создает на работе огромную напряженность, и поэтому применение таких форм насилия наблюдается все чаще.

Н.Дэвэнпорт, пишет что «хотя моббинг и боссинг может показаться вполне безобидными по сравнению с изнасилованием или другими проявлениями физического насилия, эффект, который они производят на жертву, особенно если это длится достаточно долго, имеет такую разрушительную силу, что некоторые люди, подумывают о том, чтобы покончить жизнь самоубийством» [7].

Теперь, в условиях обострившихся социальных и экономических проблем, непрерывных реформаций в организации и обществе моббинг получает широкое распространение на постсоветском пространстве – в офисах фирм, библиотеках и др.; публикуются соответствующие исследования. Как отмечает Н.П.Романова, «отечественный» моббинг отличается от заграничного. Если в зарубежных компаниях самый частый вариант психологического террора проходит по сценарию, когда коллектив находит «козла отпущения» и начинает дружно «клевать» коллегу, то в отечественной практике же, напротив, гораздо чаще встречается вертикальный моббинг. Основной причиной психологического давления является желание уволить сотрудника, когда юридических оснований для этого нет.

По данным исследований упоминавшегося выше шведского психолога Х.Леймана, в сфере образования моббинг встречается чаще, чем в других сферах профессиональной деятельности [7]. На основе анализа публикаций, относящихся к исследованию моббинга за рубежом, К.Х.Рекош отмечает ряд его значимых характеристик:

- а) продолжительность моббинга – от одного до пяти лет;
- б) жертвами моббинга становятся 30–50 % сотрудников;
- в) процент распространенности моббинга в сфере образования в два раза выше, чем в других сферах деятельности;
- г) в 90 % случаев моральное преследование начинает начальник.

Моббинг является проблемой как для организации, так и для человека.

Работа для человека может быть источником удовлетворенности, чувства собственного достоинства, социальных контактов, интеллектуального и эмоционального подъема, вызванных результатом и процессом труда, а также сопровождающими ее социальными контактами. Но та же работа может означать для человека отчужденность, угнетенность, постоянную борьбу за существование, она может стать причиной фрустрации, болезненных состояний и даже соматических и душевных заболеваний. Синоним всего этого – моббинг в разных его проявлениях (боссинга, буллинга).

Более того, работа, трудовая деятельность не только обеспечивают занятость человека, дают ему средства для жизни, но и во многом придают жизни смысл. Работа прямо связана с жизненной реальностью, она дает человеку уверенность в завтрашнем дне. Именно она предопределяет социальные контакты за пределами семейного круга, структурирует рабочий график человека, дает возможность участвовать в достижении коллективных целей, способствует достижению статуса и личной идентичности.

Группы людей, объединенных в организационные структуры, имеют свои традиции, потребности и ценности. Несоответствие этим элементам порождает конфликты, а также создает проблемы системного характера в коллективе, которые обостряются на фоне реформаций, проводимых в организации.

После обнародованных исследований Х. Леймана, принято считать, что жертвами моббинга чаще всего становятся работники в начале профессиональной деятельности (молодые) и в конце профессиональной деятельности (старше 60 лет) [7].

Особенностью моббинга на кафедре вуза является то, что в качестве объекта моббинга зачастую становится высококвалифицированный преподаватель, проявляющий свою самостоятельность и «субъектность». Известно, что самостоятельность субъекта труда проявляется не в исполнительской деятельности, а в творческом способе осуществления деятельности, в активном проявлении личностью своей профессиональной компетентности. Самостоятельная личность в коллективе самодостаточна, но у нее больше проблем и ей труднее успешно работать и жить в контексте ожиданий среды. Такой специалист в первую очередь подвергается моббингу, у него всегда первый шанс на увольнение как неудобного, неугодного работника. Такой человек не лишен недостатков, но в отличие от «приспособленца» он непрерывно развивается и самосовершенствуется, он неординарен, отличается от «усредненного» большинства работников производственного подразделения.

«Не вылезай» (поперед коллектива), «не будь значимым» (значимее нас), «не думай» (больше, чем мы), «не будь умнее» (например, руководителя), «не будь лучше (всех нас)» – подобные экзистенциальные послания программируют человека, группу, подразделение к выбору непродуктивного пути развития.

Например, на кафедре, для корпоративной культуры которой характерны перечисленные послания, работает преподаватель, отличающийся неординарностью в преподнесении материала студентам, научной либо методической активностью, выражающейся в большем, чем у других – в том числе у заведующего, – количестве научных статей, учебных пособий, монографий, общественным признанием. При стабильной работе подразделения возникающая неприязнь со стороны руководства и преподавателей кафедры к высокопродуктивному коллеге имеет латентный характер, ибо реальной опасности не представляет. В то же время в «застоявшемся» коллективе, где господствует «психологическое болото», возникновение моббинга по отношению к указанному сотруднику весьма вероятно. На переломном этапе развития организации руководство кафедры, да и коллеги начинают считать этого сотрудника «опасным», и такой работник может стать объектом психологической травли.

Моббинг на кафедре является следствием боссинга. Или же, психическое давление со стороны руководителя кафедры по отношению к одному (а затем другому и т.д.) ее члену выступает в качестве запускающего механизма для горизонтального моббинга и делает кафедру неработоспособной.

Выделяют три основные личностные причины боссинга [4].

1. Боссинг – как жизненный стиль. Руководитель в угоду своим амбициям жертвует не только ценными работниками, но и интересами вуза. Игра с подчиненными как с пешками – одна из самых древних, аморальных и, к сожалению, самых увлекательных. Для такого босса властвовать, вносить раздор, сталкивать интересы сотрудников – дело жизни.

2. Боссинг – как компенсация собственной закомплексованности. Неуверенность в себе, патологическая подозрительность, заставляющая босса видеть во всех «врагов», привычка самоутверждаться за счет подчиненных. В этом случае давление с его стороны становится поводом для горизонтального моббинга.

3. Некомпетентность в управленческой сфере, в частности не отлаженный механизм коммуникации с сотрудниками, отсутствие отработанного механизма разрешения конфликтов, отсутствие навыков постановки профессиональных задач и корректной оценки их выполнения.

Основными целями психологического давления при боссинге является желание уволить сотрудника или, по образному выражению Н.П.Романовой, «организовать, между подчиненными «собачьи бега». По сути, это продуцирование на кафедре состояния внутренней конкуренции с борьбой на «выживание» путем вытеснения намеченной начальником «жертвы» – как потенциально опасного конкурента для многих членов кафедры.

Какими бы благими на словах ни были намерения начальника, занимающегося боссингом, единственная причина этого явления кроется в нем самом. Часто это личность с деструктивными изменениями, профессиональными деформациями. У начальника развивается синдром «вседозволенности», выражающийся в нарушении профессиональных и этических норм, в стремлении манипулировать профессиональной, а иногда и личной жизнью подчиненных.

Боссинг и моббинг рассматриваются как проявления профессиональных деструкций. Профессионально-деструктивную деятельность характеризует направленность на получение вредного, с точки зрения общества, результата. Это тот случай, когда человек ориентируется на искаженные (деструктивные) профессиональные ценности. Соответственно, он ставит деструктивные, социально неприемлемые цели и использует деструктивные средства их достижения [2]. Им движет деструктивная направленность, примерами которой может быть эгоцентризм, стяжательство, нонконформизм, центрирование на сиюминутных выгодах и т.п. Абрахам Г.Маслоу (Abraham H.Maslow) обозначает подобные деформации личностно-смысловой сферы как метапатологии, которые в свою очередь являются причиной нарушений регуляции деятельности и ведут к «снижению человечности» [5].

Организатор боссинга руководствуется принципом: «Тот, кто нам не нравится, должен исчезнуть». Помимо устранения потенциальных конкурентов, могут применяться особенно изощренные методы устрашения подчиненных для повышения своего авторитета. Для сотрудника искусственно изменяются условия

профессиональной деятельности, за ним осуществляется тотальная слежка с целью «поймать», его вынуждают совершать адаптивные действия защитного типа.

Формы проявления боссинга на кафедре вуза. А.В.Соловьев приводит обширный перечень известных форм вертикального моббинга (боссинга), основные из них:

- вербальная агрессия (провокационные вопросы; лживые утверждения; высказываемые сомнения в уровне профессионализма и компетентности сотрудника; эмоциональные нападки и угрозы; недоверие к приводимым им аргументам; безосновательные обвинения в чем-либо и др.);
- постоянная дискуссия с работником с целью демонстрации своего превосходства (грубое и надменное прерывание подчиненного; выражение несогласия прежде, чем работник успеет высказать собственную мысль, изложить точку зрения, привести аргумент; восприятие только того, что можно каким-либо образом использовать против работника; игнорирование объективных и обоснованных доводов и т. д.);
- вспышки гнева, сопровождающиеся грубыми высказываниями, унижающие личность работника, провоцирующие его на совершение ошибок либо на ответное некорректное поведение;
- демонстративный отказ от продолжения обсуждения проблемы совместно с работником или в его присутствии;
- сокращение сроков выполнения поручений либо нарочитая медлительность в принятии решений, относящихся к выполненным заданиям;
- умышленное непредставление работнику полной и достоверной информации, необходимой для выполнения порученного задания;
- безосновательное изменение размера заработной платы работника;
- перемещение рабочего места с целью морального угнетения сотрудника;
- намеренное распространение ложной информации и слухов о работнике;
- нелегитимное коллегиальное рассмотрение поведения работника;
- рассмотрение сфабрикованных жалоб и докладных, которые по объективным причинам не могут привести к наложению на работника дисциплинарного взыскания, и т.п.

К перечисленным формам боссинга можно добавить ряд других, характерных для высшего учебного заведения: скрупулезная, с мелочными придирками проверка заполнения форм текущей отчетной документации (журнала преподавателя, его индивидуального плана и др.), постоянный контроль занятий с попыткой «поймать» преподавателя, если он чуть раньше опустит с лекции студентов, и т.д.

В ходе боссинга «нападающая» сторона осуществляет поиск социальной поддержки, поэтому происходит расслоение коллектива на группировки по основаниям «подобное притягивается подобным». В процессе объединения в группировки сотрудники подвергаются психологическому давлению, шантажу, им дается искаженная либо ложная информация о возникших проблемах и противоречиях. В одну группировку объединяются сотрудники, на данный момент поддерживающие давление на жертву. Как правило, эти сотрудники «подкармливаются» шефом из внебюджетных фондов, находящихся в его распоряжении, и получают иные преференции в виде «выгодной» учебной нагрузки, внутренних совместительств и т.д. Они начинают заниматься горизонтальным моббингом, – психологической «травлей» своего коллеги. Эти люди имеют свои субъективные причины считать подвергаемого давлению сотрудника «чужаком» (даже если он проработал с ними не один десяток лет). Вторую группировку составляют сотрудники, являющиеся объектами (жертвами) боссинга и расширяющегося моббинга. К третьей группировке относятся сотрудники, занимающие нейтральные позиции.

Для шефа смысл сталкивания сотрудников в интригах – разъединить их, не дать им стать коллективом единомышленников, ибо это грозит уже самому заведующему кафедрой. Борясь друг с другом, сотрудники не замечают многих проблем кафедры. Рано или поздно в травлю, начатую «боссом», втягиваются даже лояльно настроенные по отношению к жертве сотрудники.

В постоянном прессинге, обвинениях подчиненных босс видит средство для поддержания так называемого порядка на кафедре. Руководитель осознанно выбирает себе «жертву», другие же сотрудники, как правило, боясь потерять свои рабочие места, становятся просто орудиями в руках начальника. Исследователи отмечают, что в такой ситуации всякий, вставший на сторону жертвы (или просто старающийся ей помочь преодолеть ситуацию), ставит себя под удар. Неудивительно, что защищать жертв боссинга никто не спешит.

Существует важная особенность боссинга на учебной кафедре вуза, делающая его гораздо более опасным, чем боссинг в других организациях или офисах. Это особенность состоит в том, что в ситуацию так или иначе оказываются включены студенты, обучаемые на кафедре. И здесь к описываемым выше формам вертикального моббинга присоединяется дискредитация подвергаемого гонениям преподавателя среди студентов, распространение в их академических группах ложной информации и слухов.



С подачи босса происходит искусственное разделение преподавателей на «злых» (требовательных), к которым относят жертву моббинга, и «добрых» (менее требовательных) из числа преследователей, участвующих в моббинге. Подсказывается, что последним с меньшими усилиями можно сдать зачеты, курсовые работы, экзамены по учебной дисциплине преподавателя, подвергаемого боссингу. Более того, студенты подталкиваются, а то и принуждаются (с привлечением административного ресурса) к написанию жалоб, докладных записок и т.д. на данного преподавателя. В результате студентов толкают к безнравственным поступкам во имя сиюминутных выгод шефа. Студенты – они люди «подневольные», полностью зависящие от заведующего кафедрой и деканата, и прекрасно понимают, что их отказ от навязываемых деструктивных «игр» чреват тем, что они могут остаться без диплома. Но необходимо понимать, что безнравственность такого вовлечения студентов будет иметь очень длительные и тяжелые последствия как для молодых людей, так и для авторитета кафедры и вуза.

Руководители высшего и среднего звена вуза зачастую закрывают глаза на происходящее на кафедре. А некоторые из руководителей среднего звена, «подкармливаемые» заведующим кафедрой из внебюджетных фондов, даже находят в этой ситуации и свой «интерес», никак не связанный с задачами вуза, и используют свой административный ресурс для поддержки мобберов. Не случайно С.А.Пакулина считает, что «затянувшийся моббинг в педагогическом коллективе следует относить к профессиональной деструкции управленческого звена, не способного к рефлексии и направленности на дело, что приводит к многообразию соматопрфессиональных заболеваний участвующих в нем сторон».

Личностные предпосылки возникновения моббинга распадаются на два вида: предпосылки быть жертвой и предпосылки быть агрессором.

Среди факторов, предопределяющих положение жертвы, И.В.Гулис выделяет низкую профессиональную компетентность, низкий уровень асертивности, молчаливость, высокий уровень ответственности и добросовестности, чрезмерное усердие и старание в работе. Исследователь подчеркивает, что поведение агрессора предопределяет уязвимость самооценки, отсутствие социальной компетентности, превалирование личных интересов в процессе выполнения служебных обязанностей.

Основных «внутренних стимулов» к моббингу не так много: страх, зависть, закомплексованность. Страх – это одна из наиболее сильных эмоций. В коллективе появляется настороженное отношение, переходящее в неосознаваемое чувство опасности, исходящей от того, кто «не такой, как все». Это относится и к заведующему кафедрой, и к сотрудникам.

Частой причиной и вертикального, и горизонтального моббинга становится банальная зависть к более молодому и удачливому коллеге. Во многих случаях зачинщиками травли становятся пожилые сотрудники, которые боятся потерять место и из-за этого поддерживают заведующего кафедрой в иницируемом им прессинге. Зависть можно рассматривать как форму проявления агрессии. В зависти всегда таится сравнение: «Завидующий интерпретирует чужой успех как свое поражение, а не как выигрыш целого, частью которого он является». В христианстве зависть (лат. *invidia*) считается одним из семи смертных грехов. Запрет на зависть появляется уже в Ветхом завете в последней из десяти заповедей Моисея.

Еще одна причина моббинга – это безделье. Такое становится возможным при «застойной» атмосфере на кафедре, когда минимизирована научная и методическая активность преподавателей и сотрудников кафедры. Когда люди заняты выполнением поставленных перед ними учебных, научных, методических и др. задач, им нет нужды тратить время и силы на «подковерную возню», выливающуюся в психологический террор по отношению к своему коллеге (или коллегам). А когда работники недогружены и, главное, не ориентированы в своей работе на позитивный результат, то свои ресурсы они направляют на моббинг: «Вот их энергию бы да в мирных целях!».

Одной из организационных причин, запускающей механизм моббинга, является скрываемое до поры внутреннее напряжение коллектива. Оно возникает по разным причинам, связанным с организацией труда. Это и неясность стратегий и целей, и неодинаковые требования начальника к разным сотрудникам, и постоянная «перетасовка» учебной нагрузки между преподавателями, и отсутствие перспектив сохранения за преподавателем разработанной им учебной дисциплины, и уравниловка при оплате, независимо от научно-педагогической результативности и т.п. И как только кто-то из сотрудников чем-то спровоцирует некую агрессию в свой адрес – эта разовая агрессия, подогреваемая накопившимся всеобщим напряжением, перерастает в эмоциональную травлю.

Моббинг обязательно даст негативные последствия для вуза. Однажды случившийся моббинг, которому дали успешно развиваться, даст метастазы. Моббинг – признак больного организма, деструктивного отношения к работе и к квалифицированным кадрам. Такой подход обречен на провал. Ценность любой организации – это человеческие ресурсы, а реализовывать свой потенциал преподаватель вуза может только на благоприятной почве, когда он «с удовольствием идет утром на работу», а вернувшись домой, с удовольствием разрабатывает методические и программные материалы, пишет научные статьи. Игнорирование проблем боссинга и возникающего на его почве моббинга опасно для кафедры (и для вуза в целом) тем, что у нее формируется дурная репутация: это как дом с тараканами, когда они уже не выводятся, поэтому становится стыдно приглашать гостей – и «пора устраивать пожар».

Научно-педагогический персонал кафедры является частью научно-педагогического коллектива университета, и все действия в моббинге подвергаются оценке со стороны людей, не включенных в него. Таким образом, опосредованно задействуются «другие», и реальная ситуация в подразделении выносится на обсуждение в более широкую профессиональную среду всего университета.

По мнению А.В.Скавитина, «если трудовой коллектив сталкивается с моббингом, это определенный диагноз в отношении управления персоналом». А если моббинг спровоцирован и подогревается руководителем подразделения, решающим свои личные путем боссинга, то работодателю стоит задуматься об эффективности проводимой в организации кадровой политики.

Ноа Дэвэнпорт подчеркивает, что моббинг может продолжать свое существование ровно столько, сколько ему позволяет. Это означает, что производственные конфликты, приобревшие форму боссинга и моббинга, должны решаться при непосредственном участии руководителя организации. Специалисты по управленческому консультированию выделяют три возможных варианта развития управленческой ситуации:

- 1) руководство игнорирует существование боссинга и моббинга в подразделениях вуза. Такое игнорирование, скорее всего, приведет к последней стадии развития трудового коллектива, обозначаемой Л.И.Уманским как «пауки в банке» – когда каждый хочет добиться своей цели за счет всех остальных. Это уже угрожающая стадия распада коллектива; кроме «надоевшей» работы, членов такого коллектива ничто не объединяет;
- 2) руководство вуза, сохраняя «честь мундира», оказывает поддержку деструктивному поведению начальника подразделения, что способствует дальнейшему развитию моббинга. Неадекватные управленческие действия неизбежно приведут к ухудшению климата на кафедре, что не способствует успешной работе вуза. К тому же босс почувствует себя «на коне», в центре внимания. Моббинг может стать его второй, если не основной, профессией. Ретроспективный анализ деятельности данного босса – когда он возглавлял иные подразделения, обычно показывает, что он занимается боссингом уже много лет;
- 3) руководство организации принимает все меры, чтобы избавить и защитить сотрудников от боссинга и возникновения моббинга. Специалисты признают, что это достаточно сложная задача, так как «зачинщик» находит множество доводов «за». Тем не менее существует ряд рекомендаций, осмысленное следование которым позволяет руководителю вуза профилировать ситуацию, оздоровить морально-психологический климат и достичь положительного результата.

Некоторые руководители полагают, что моббинг – это та же конкурентная борьба, которая только закаляет коллектив. Они сильно ошибаются. Последствия моббинга предсказуемы, причем не только для объекта травли. Общеизвестно, что психологические притеснения на работе вызывают значительные изменения в трудовом поведении, поскольку сказываются на здоровье работников. Потери несет и сама организация, ведь у участников интриги работа как таковая отходит на задний план. Именно руководители, прежде всего, обязаны понимать важность здорового морально-психологического климата для эффективной работы сотрудников. Потому их участие в решении производственных конфликтов необходимо – грамотный руководитель сделает все возможное, чтобы восстановить мир и пресечь нездоровые отношения между работниками.

Профилактика и минимизация негативных последствий моббинга на кафедре выступает как комплексная задача, требующая как психологического обеспечения, так и своевременных и конструктивных управленческих решений. Наличие у человека профессионализма как системного качества повышает устойчивость личности в условиях моббинга.

#### Список использованных источников

1. Бугаев, В. П. Менеджмент. // В. П. Бугаев, Е. В. Бугаева. – Гомель, БелГУТ, 2005. – 251 с.
2. Дружилов С.А. Индивидуальные ресурсы профессионального развития человека // Человек и образование. 2006. N 6. С. 56–60.
3. Эмоциональное насилие на работе: молчаливое увлечение? / Дэвэнпорт Н. [Davenport N.] [Электронный ресурс] // HR и Организационная Психология: OrgPsy.Ru – Режим доступа: <http://karpachoff.com/>. – Дата доступа: 13.03.2015.
4. Кириленко М. Моббинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gazeta.zn.u./](http://gazeta.zn.u/). – Дата доступа: 13.03.2015.
5. Маслоу, А.Г. [Maslow A.H.] Мотивация и личность / пер. с англ. А. М. Татлыбаевой. – СПб.: Евразия, 1999.
6. Юсипова Д.Р. Преподаватели российских вузов: обзор материалов государственной статистики и мониторинга экономики // Вопросы образования. 2008. N 2. С. 204–217.
7. Leymann, H. The content and development of mobbing at work // European Journal of Work and Organizational Psychology. – 1996. – N 5–2. – P. 165–184.

## СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕХАНИЗМОМ УТИЛИЗАЦИИ ОТХОДОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

С.А. Бугаян,

преподаватель кафедры

«Теории и технологий в менеджменте» факультета управления ЮФУ

г. Ростов-на-Дону

Проблема обращения промышленных отходов всегда стояла очень остро. За последние десятилетия в России стратегия управления в сфере обращения отходов промышленных предприятий (ОПП) подвергается существенным изменениям. Основными причинами данных трансформаций являются произошедшие изменения в экологической политике и законодательстве, а также рост количества и разнообразия ОПП, образующихся в сочетании с ухудшением состояния окружающей среды (ОС) и дефицитом мест для их захоронения. Это вынуждает Россию и ее регионы предпринимать меры по сокращению образования твердых отходов хозяйственной деятельности промышленных предприятий.

Основная проблема, сдерживающая увеличение объемов переработки и использования отходов промышленных предприятий в регионе, отчасти обусловлена отсутствием эффективно функционирующей системы управления сферой обращения твердых отходов хозяйственной деятельности предприятий и более того неоднозначным толкованием используемых в данной деятельности категорий.[1]

Чтобы удовлетворить потребность одного человека во всем необходимом за год добывается около 20 т. различного сырья. При этом в готовую продукцию переходит 1-2 %. Все остальное превращается в отходы, образующиеся на всех промежуточных стадиях производства. В отходы в результате превращается и сам продукт. Поэтому можно сказать, что в процессах производства и потребления не выпускается ничего, кроме отходов. Точных данных о количестве отходов нет ни в мире, ни в России. Однако имеющиеся оценочные показатели свидетельствуют о том, что масса отходов ежегодно возрастает и достигла уже критической величины. По прогнозам, содержащимся в документах Конференции ООН по ОС и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992), если темпы прироста объемов ТБО будут сохраняться и впредь, к 2025 г. их суммарный объем возрастет в 4-5 раз. Поэтому минимизация отходов является стратегической задачей в международном масштабе. [2]

По мере роста количества и разнообразия отходов, усложнения отношений, связанных с их обращением, были выработаны различные классификации и определения типов отходов. Некоторые из них были положены в основу законов и подзаконных актов, регламентирующих порядок обращения с различными типами отходов.

В соответствии с Федеральным Законом от 24.06.1998 №89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» под отходами производства и потребления понимаются – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), утратившие свои потребительские свойства. [3]

Данные отходы систематизированы по совокупности приоритетных признаков: происхождению, агрегатному и физическому состоянию, опасным свойствам, степени вредного воздействия на окружающую природную среду, в соответствии с Федеральным классификационным каталогом отходов.

Отходы можно классифицировать по следующим признакам:

- происхождению: промышленные, сельскохозяйственные, строительные, твердые бытовые отходы (ТБО) и другие;
- свойствам: опасные (т.е. едкие, токсичные, воспламеняющиеся и проч.) и неопасные отходы;
- источникам образования: от юридических (различные предприятия, учреждения, организации) и физических лиц (жители населенных пунктов и предприниматели без образования юридического лица);
- ответственности: твердые отходы хозяйственной деятельности муниципальных образований, частных предприятий и др.;
- по физическому состоянию: твердые, пастообразные, жидкие.

В соответствии с приказом Министерства природных ресурсов РФ от 15.06.2001 г. № 511 определено пять классов опасности веществ. Критерии отнесения отходов к определенному классу опасности устанавливаются по степени вредного воздействия на окружающую среду.

- I класс – вещества (отходы) чрезвычайно опасны. Степень их воздействия на окружающую среду очень высокая. При контакте с ними экологическая система необратимо нарушается. Период восстановления отсутствует.

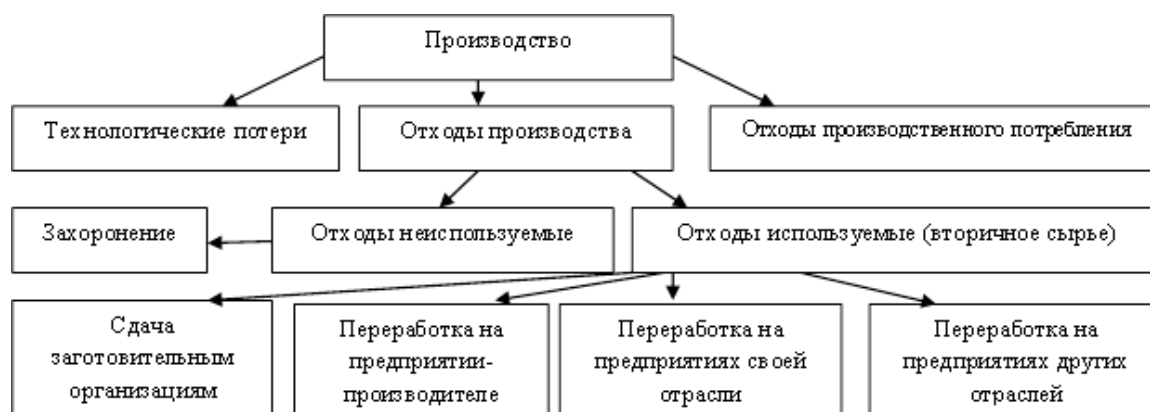
- II класс – вещества (отходы) высоко опасные. Экологическая система сильно нарушена. Период восстановления не менее 30 лет.
- III класс – вещества (отходы) умеренно опасные. Экологическая система нарушена. Период восстановления не менее 10 лет.
- IV класс – вещества (отходы) мало опасны. Экологическая система нарушена. Период восстановления не менее трех лет.
- V класс – вещества (отходы) практически неопасны. Экологическая система практически не нарушена. [2]

Особую группу отходов составляют энергетические отходы: тепло, шум, радиация, электромагнитное, ультрафиолетовое излучение и т.п.

Промышленные отходы, отходы производств – это отходы, образующиеся в результате использования или длительного хранения различного сырья, химической продукции или возникающие в процессе преобразования такого сырья. При правильном подходе к утилизации отходов они могут быть использованы в качестве вторичного сырья или как альтернативные источники топлива, в ином случае могут быть обезврежены либо размещены, как не утилизируемые отходы в рамках действующего законодательства.

Чтобы перечислить все предприятия, задействованные в обеих отраслях промышленности, и описать их деятельность потребуется не одна бумажная страница. Их много. И на каждом образуется какой-нибудь вид отходов. Если сравнить обычные бытовые отходы и промышленные, то выяснится, что последние имеют наибольшее воздействие на окружающую среду. Ведь среди них имеются очень опасные и ядовитые отходы. Именно поэтому во всех странах мира так много внимания уделяется утилизации промышленных отходов. [4]

Б.Б. Бобович, В.В. Девяткин также обращают внимание на то, что образование отходов происходит на всех стадиях движения сырья: от момента его добычи, когда оно еще является природным ресурсом, до завершения эксплуатации изготовленного из него изделия. [5] На рисунке 1 представлена схема последовательности образования и возможных путей утилизации отходов производства.



**Рис. 1.** Схема образования и утилизации отходов  
Источник: [5]

Предприятия промышленного комплекса являются основным источником загрязнения окружающей среды, ежедневно генерируя миллионы тонн опасных отходов производства, что в годовом масштабе составляет 2,5 млрд тонн. Отходы промышленного производства можно разделить на нетоксичные и токсичные, которые, в зависимости от ущерба, наносимого окружающей среде, делятся на классы. Наибольшее количество отходов генерируется металлургической промышленностью и теплоэлектростанциями, не меньший вред наносится горно-обогатительными и горнодобывающими заводами (рис. 2).



**Рис. 2** Виды отходов и их происхождение  
Источник: [4]

На сегодняшнее время количество и разнообразие вредных и опасных промышленных отходов очень велико. Утилизация этих отходов на самих предприятиях в большинстве случаев не представляется возможной, так как, во-первых, это не всегда экономически выгодно, а во-вторых, они не всегда бывают ликвидные. Систематическое увеличение количества выбросов вредных, токсичных отходов, бытового и промышленного характера требует нахождения путей решения проблемы для их устранения.

Негативное влияние на окружающую среду стимулирует разработку новых методов утилизации опасных отходов на полигонах, при этом метод утилизации промышленных отходов напрямую зависит от характеристик отходов, что определяют использование хранилищ и полигонов.

Утилизация опасных отходов – инактивирование отходов и получение полезных продуктов. Утилизация зачастую подразумевает не только физическое утилизацию отходов как таковую, но зачастую также позволяет уменьшить расход энергии, а повторное использование продуктов переработки позволяет снизить себестоимость продукции. Этого можно добиться утилизацией промышленных отходов макулатуры, пластмассы, древесины, лома металлов.

Наиболее распространенными и опробованными методами переработки ОПП, исходя из эколого-экономических аспектов, в мировой и отечественной практике являются следующие: сжигание; комплекс сортировки, компостирования и сжигания (или пиролиза) некомпостируемых фракций; аэробное биотермическое компостирование с сортировкой; захоронение на полигоне (свалке). [4]

Остановимся и рассмотрим кратко эти методы.

*Сжигание твердых отходов* муниципальных образований – весьма радикальный метод обезвреживания ОПП. Сжигание отходов осуществляется на мусоросжигательных заводах (МСЗ).

Анализ мировых тенденций показывает, что данный метод неэкологичен, чрезвычайно дорог и неэкономичен.

Прежде всего, это связано с тем, что высокая влажность отходов в РФ, особенно на юге России, (не подвергшихся, как в странах Европы, селективному сбору) делает практически нереальным использование этого материала в качестве топлива. Кроме того, стоимость мусоросжигательных заводов заметно превышает стоимость мусороперерабатывающих предприятий.

Процесс сжигания всей массы ОПП без отделения хлорсодержащих компонентов либо способствует образованию диоксида (если процесс проводится при температурах ниже 1200 °С), либо приводит к большим выбросам оксидов азота – основных антропогенных загрязнителей атмосферы, что требует сложной и дорогостоящей газоочистки. [9]

Существует тенденция сближения технологии МПЗ и МСЗ: при переработке применяется высокотемпературный пиролиз, а при сжигании – частичное разделение отходов и переработка шлака. Но в настоящее время преимущество МПЗ перед МСЗ как по экологическим, так и по экономическим показателям, несомненно. Это преимущество со временем будет только возрастать (особенно с учетом ожидаемого введения платы за выбросы парниковых газов).

*Пиролиз* представляет собой термическое разложение ОПП, осуществляемое без присутствия кислорода при температуре 450-650°С. С его помощью неоднородные ОПП преобразуются в топливо – газ и кокс, которые затем можно сжигать в более оптимальных условиях, в частности, при температуре 1300°С и выше, что позволяет плавить металлы и минералы, содержащиеся в ОПП, в то время как в обычной мусоросжигательной установке температура составляет всего 800°С. В результате количество твердых компонентов ОПП сокращается до 2 % общей массы ОПП против 30 % при сжигании. Другим преимуществом

пиролиза является тот факт, что высокая температура сжигания его топливных продуктов препятствует образованию диоксинов и других токсичных газов при условии быстрого их охлаждения.

При этой технологии отходы вступают в естественный кругооборот веществ в природе, обезвреживаются и превращаются в компост – ценное органическое удобрение, получаемое в результате микробного разложения органических веществ и используемое, например, для городского озеленения или в качестве биотоплива для теплиц. В процессе переработки создаются условия, губительно действующие на большинство болезнетворных микроорганизмов, яйца гельминтов, личинки мух. [8]

*Применение компоста* в качестве удобрения в сельском хозяйстве позволяет повысить урожайность выращиваемых культур, улучшить структуру почвы и увеличить содержание гумуса в ней. Весьма существенным является и то, что при компостировании в атмосферу выделяется меньшее количество «парниковых» газов, чем при сжигании или вывозе на свалки. Основным недостатком компоста – высокое содержание тяжелых цветных металлов в нем. [6]

Несмотря на вышеизложенное, складирование ОПП на полигонах до настоящего времени остается основным методом их обезвреживания.

В развитых странах на полигоны вывозится 50-85 % ОПП, а в России – примерно 96 % и часто на неконтролируемые свалки.

Строительство полигонов связано с отчуждением земли у сельскохозяйственных производителей, так как в крупных селитебных образованиях отсутствуют свободные земельные площади. [7]

*Процесс захоронения ОПП* сопровождается образованием биогаза (данный газ относится к возобновляемым источникам энергии и образуется в процессе разложения растительных и животных компонентов ОПП без доступа воздуха, основными его элементами являются метан (примерно 95-98 %), наряду с которым содержится углекислый газ и вода), [4] разносом ОПП ветром, переносом инфекций птицами, грызунами, животными. Из одной тонны ОПП выделяется около 200 кубических метров биогаза.

По последним исследованиям, выбросы биогаза полигонами (свалками), загрязняют не только атмосферу около полигонов, но и негативно влияют на озоновую оболочку земли. [4]

На большинстве полигонов России через скважины газового дренажа биогаз по-прежнему отводится в атмосферу, так как его высокие концентрации в толще ОПП и у поверхности кровли полигона могут вызвать взрыв, возгорание ОПП, нарушение послойного складирования ОПП. В отличие от России в Западной Европе и других зарубежных странах биогаз после обработки и без таковой используют для получения энергии. Например, только в Германии 35 полигонов ОПП снабжены оборудованием для добычи и переработки биогаза. [8]

В экономическом аспекте – это крупные неэффективные затраты на транспортирование и захоронение ОПП, ликвидацию стоков и др.

Анализ состояния обращения ОПП в экономически развитых странах Европы и США показал, что в зависимости от конкретной ситуации могут быть приняты различные решения в отношении методов использования ОПП. Так, в США за сорок лет с 1970 до 2010 года доля складирования ОПП снижается с 75 % до 55 %. Значительно развиваются методы повторного использования и переработки ОПП, доля которых возрастает с 5 – 7 % в 1970 году до 30 % в 2010 году. Сравнительные данные о перспективах обращения ОПП в США, Голландии, Франции и Португалии позволяют сделать вывод о значительном сокращении применения захоронения ОПП и росте их повторного использования.

Однако, с учетом невысоких (по сравнению с мусороперерабатывающими заводами) капитальных затрат полигон еще многие годы будет оставаться в России самым распространенным методом обезвреживания ОПП.

Выбор метода и типа сооружений в конкретном городе и регионе России зависит от ряда условий: состава и свойств ОПП, изменяющихся по сезонам года; климатических условий; потребности в органических удобрениях для различных целей, в том числе и сельскохозяйственных, энергетических ресурсах и т.д.; экономических и экологических факторов (платежеспособность населения, уровень тарифов за утилизацию ОПП, объемы финансирования организаций, занимающихся утилизацией ОПП, количество полигонов, экологический мониторинг полигонов, объемы загрязнений ОПС, связанные с несанкционированным размещением ОПП и т.п.). [3]

В таблице 1 представлены ориентировочные технико-экономические показатели рассмотренных методов переработки ОПП. Несмотря на то что эти показатели во многом носят условный характер, так как, например, капитальные затраты зависят от многих местных факторов (подстилающих грунтов, наличия в зоне намечаемого строительства дорог и коммуникаций и др.), [4] очевидно, что наиболее экономически и экологически оправданным для внедрения в реальную практику обращения ОПП является метод комплексной переработки ОПП.

Таблица 1

**Сравнительные технико-экономические и экологические показатели различных технологий обезвреживания и утилизации ОПП (производительность 80-200 тыс. т/год, средняя климатическая зона России)**

Показатель	Ед. изм.	Технологии переработки				
		Сжигание с утилизацией тепла	Компостирование с сортировкой	Комплекс сортировки, компостирования и сжигания некомпостируемых остатков	Складирование на полигонах	Комплексная переработка
Удельные капитальные вложения на 1 тонну годовой производительности ОПП	доллар/ 1т ОПП в год	240-300	130-160	160-180	в зависимости от местных условий	40
Удельные эксплуатационные затраты	доллар/ 1т ОПП в год	32-40	24-26	30-32	3-4	22,5
Удельные энергозатраты	кВт*ч/ 1т ОПП в год	26-50	22-28	26-32	5-6	27
Удельные трудовые затраты	рабочий день/1т ОПП в год	0,2-0,4	0,2-0,3	0,3-0,4	0,05-0,1	0
Удельная металлоемкость оборудования	кг/ 1т ОПП в год	9-17	19-21	23-26	0,3-0,4	3
Удельная занимаемая площадь	м <sup>2</sup> / 1т ОПП в год	0,25-0,5	0,4-0,6	0,4-0,6	-	0,17
<b>Экологические аспекты</b>						
Степень и срок обезвреживания		Полное за 1 час	Кроме спорообразующих бактерий за 2 суток	Кроме спорообразующих бактерий за 2 суток	не менее 20 лет	Полное за 7 суток
Показатель	Ед. изм.	Технологии переработки				
		Сжигание с утилизацией тепла	Компости – рование с сортировкой	Комплекс сортировки, компостирования и сжигания некомпостируемых остатков	Складирование на полигонах	Комплексная переработка по технологии Скарабей
Наличие отходов производства	% от массы ОПП	25-30 (зола, шлак)	25-30 (некомпостируемые фракции ОПП)	4-5 (балласт) + 5 (зола и шлак)	-	Нет
Загрязнение почвы		Практически нет (только шлакотвал)	Практически нет	Практически нет	Загрязнение территории полигона	Нет
Загрязнение грунтовых вод		Нет	Нет	Нет	Возможно	Нет
Загрязнение атмосферы		Имеется в пределах норм	Нет	Незначительное	Небольшое возможно	Нет
<b>Получаемые продукты переработки ОПП</b>						
Тепло	Гкал/ 1т ОПП в год	1,5	-	0,4	-	3
Электроэнергия	кВт*ч/ 1т ОПП в год	-	-	-	-	220
Компост	% от массы ОПП	-	60	50	-	20
Черный металл	-//-	-	3	3	-	1,4
Цветной металл	-//-	2	0,2-0,8	0,2-0,8	-	0,01
Топливные гранулы	-//-	-	-	-	-	-
Пластик	-//-	-	-	-	-	28,0
Макулатура	-//-	-	-	-	-	6,6
Текстиль	-//-	-	-	-	-	2,8
Стекло	-//-	-	-	-	-	1,8
Шлак	-//-	-	-	-	-	-
Древесина	-//-	-	-	-	-	0,8

Источник: [3]

Комплексная переработка позволяет реализовать ценные компоненты ОПП, что дает экономический эффект и сокращает общий объем ОПП, подлежащий захоронению, что обеспечивает и экологический эффект.

Однако стоит отметить, что в составе перерабатывающего комплекса по экологическим, экономическим, финансовым и социальным показателям наиболее выгодным является комплекс промышленной переработки, включающий сортировку и биопереработку ОПП [8].

Выбор варианта утилизации несортированных ОПП в населенных пунктах РФ должен опираться на экологические, экономические и социальные факторы для конкретного времени и конкретных условий, например, резкий скачок цен на энергоносители в последние годы увеличил потребные дотации для работы МСЗ. Отсутствие свободных земельных территорий в городах и невозможность отчуждения ее в прилегающих сельских районах сделали затруднительным увеличение площадей полигонов. Невостребованность ценных компонентов сортировки ОПП на МПЗ увеличивает потребные дотации для этих предприятий и т.д. [9].

Стоимость переработки ОПП основными методами, рассмотренными нами выше, существенно различна. Так стоимость сортировки и захоронения ОПП составляет первые десятки долларов США за тонну, компостирование – 50–70 долларов США/т, мусоросжигание – 100–150 долларов США/т.

В связи с этим высокоразвитые страны мира осуществляют стратегическую ценовую политику, направленную на выравнивание тарифов на различные методы переработки ОПП посредством перераспределения финансовых потоков (специально уполномоченным государственным (местным) органом по сфере обращения ОПП) между предприятиями, занимающимися сбором, вывозом, сортировкой, компостированием, переработкой и захоронением ОПП [7].

Такого рода политика, обеспечивающая эквивалентность цен в сфере обращения ОПП, позволяет планомерно осуществлять управление сферой обращения ОПП. Однако она приводит как бы к искусственному удорожанию этого процесса. В данном случае подтверждается тезис о том, что за «хорошую экологию» нужно неплохо платить. Возникает и некоторый новый аспект – за управляемость качеством окружающей природной среды необходимо дополнительно платить. Действительно, если бы тарифы за утилизацию ОПП определялись не задачами экологической политики и концепцией устойчивого развития, безусловное предпочтение отдавалось бы захоронению ОПП как наиболее недорогому методу устранения ОПП. Фактически все другие методы переработки ОПП экономически не конкурентоспособны. Поэтому, только при соблюдении принципа эквивалентности цен в сфере переработки ОПП возникает возможность реального управления обращением ОПП.

Для того, чтобы реализовать данную политику в Ростовской области и внедрить в реальную практику цепочку утилизации присущую современной системе управления сферой обращения ОПП, которая должна включать: первичный раздельный разбор компонентов ОПП в месте их образования, вторичную, более детальную сортировку ОПП посредством специальных установок, компостирование, переработку ОПП (брикетирование, производство товаров и полуфабрикатов из ОПП и т.д.), захоронение ОПП на полигоне (рекультивация, добыча биогаза), необходимо изменить существующую систему ценообразования и сбора тарифов на утилизацию ОПП.

В большинстве развитых стран мира существует норматив, по которому налог на утилизацию ОПП не должен превышать 0,5-1,0 % от среднего дохода на душу населения.

Таким образом, в странах с рыночной экономикой основной принцип экологической политики, как отмечалось выше, выражается формулой «загрязнитель платит». В ситуации с твердыми отходами муниципальных образований это означает, что граждане, производящие твердые отходы муниципальных образований, должны полностью оплачивать все расходы, связанные с их утилизацией. Поэтому нами предлагается взимать с населения не тариф на утилизацию ОПП, а налог на утилизацию ОПП. Это позволит выделить сферу обращения ОПП и её финансовые потоки из жилищно-коммунального хозяйства.

#### **Список использованных источников**

1. Бобылев, С. Н., Ходжаев А. Ш. Экономика природопользования : учебник – М., 2010.- XXVI, 501 с. (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова) в Ростовской области // Экономика природопользования, – 2011. – № 3. – С. 56–67.
2. Ермашов, Х. Ю. Стратегические перспективы и приоритеты совершенствования системы управления сферой обращения твердых отходов ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ муниципальных образований
3. Зайцев, В. А. Промышленная экология: учебное пособие / «ДеЛи» – М., 2009. – 140 с.
4. Лифшиц, А. Б. Современная практика управления твердыми бытовыми отходами // Чистый город. – 2010. – № 1 – С. 2–13.
5. Макаров, О. А., Тюменцев И. В., Горленко А. С., Яковлев С.А., Юрьев К. В. Твердые бытовые отходы: проблемы и решения // Экология и промышленность России. – 2011. – №9 – С.41-45
6. Мирный, А.Н. Критерии выбора технологии обезвреживания и переработки твердых бытовых отходов // Чистый город. – 2009. – № 1. – С. 8–14.
7. Окружающая среда: энциклопедический словарь – справочник : пер. с нем. – Т.1. М. : Прогресс, 2011. – 304 с.
8. Утилизация твердых отходов : учеб. пособие /В. М. Гарин, А. Г. Хвостиков; Рост. Гос. Ун-т путей сообщения. Ростов н/Д, 2011. – 80 с.
9. Об отходах производства и потребления : Федер. закон № 89-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.



## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КОНТРОЛЛИНГУ ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК

Н.Е. Гильц,

канд. экон. наук, доцент кафедры логистика  
ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный аэрокосмический  
университет имени академика М.Ф. Решетнева», Россия, Красноярск

Переходные процессы, вызванные реформами экономики России в конце прошлого столетия, привели к нарастанию кризисных явлений. Значительное сокращение государственного оборонного заказа, свертывание большинства текущих и перспективных разработок, нарушение структурных связей, ухудшение финансово-экономических показателей деятельности предприятий, снижение их производственного и инновационного потенциала существенным образом повлияли на экономическую устойчивость предприятий ОПК.

Вместе с тем устойчивое развитие предприятий оборонно-промышленного комплекса, достигаемое также за счет расширения военно-технического сотрудничества и развития производства гражданской продукции, является важнейшим условием для решения проблемы обеспечения обороноспособности страны и развития экономики в целом [10, 11]. При планируемых объемах финансирования ОПК в ближайшее десятилетие не представляется возможным обеспечить полномасштабное развитие всего оборонно-промышленного комплекса. Сохранение производственного и инновационного потенциала на предприятиях ОПК, а также обеспечение их устойчивого инновационного развития в этих условиях возможно только на основе программ производства гражданской продукции, использующих инновационный потенциал предприятия [3, 13]. Важнейшими факторами, сдерживающими развитие производства продукции гражданского назначения, являются отсутствие эффективных инструментов управления, а также высокий уровень рисков при выводе продукции на рынок. В связи с этим на первый план выступает задача эффективного управления производством гражданской продукции, что позволит предприятиям ОПК достичь стратегического конкурентного преимущества и создаст условия не только для обеспечения устойчивого развития, но и наращивания инновационного потенциала в основном производстве. Одним из эффективных инструментов управления является контроллинг [9].

Двойственный характер производства на предприятиях ОПК, диффузия инноваций в производство продукции гражданского назначения, а также высокий уровень рисков при выводе продукции на рынок определяют необходимость совершенствования инструментов контроллинга [2, 4, 7].

Значимость решения проблемы разработки теоретико-методических основ формирования и функционирования системы контроллинга производства продукции гражданского назначения на предприятиях ОПК определяет актуальность настоящего исследования.

В экономике России предприятия оборонно-промышленного комплекса (ОПК) в силу специфики реализуемых задач представляют собой высокотехнологичные производства с развитой научно-технической сферой, позволяющие выпускать конкурентоспособную продукцию (рис. 1). Устойчивое развитие такого рода предприятий является первостепенной задачей обеспечения обороноспособности страны и развития экономики в целом [5, 6, 12, 14].



Рис. 1. Отраслевая структура сводного реестра организаций ОПК

На современном этапе развития предприятия ОПК вынуждены адаптироваться к рыночным условиям. Во многом это будет зависеть от внедрения инновационных форм управления предприятиями оборонно-промышленного комплекса, инновационных технологий и высокопроизводительных форм труда. Основными условиями экономической стабильности и возможности удержания конкурентных преимуществ яв-

ляется способность системы управления оперативно реагировать на необходимость изменения ассортимента с учетом дифференцированных потребностей; перенастраивать производственно-технологические процессы и производственную структуру, использовать инновационные инструменты управления [7, 8].

Производство гражданской продукции зависит от частых и хаотичных изменений, происходящих на рынке. Поэтому вывод инновационной гражданской продукции на рынок сопровождается высоким уровнем неопределенности. Необходимость ее учета при разработке инструментов управления особенно актуальна для предприятий машиностроения, выпускающих гражданскую продукцию, так как производство данного вида продукции является дорогостоящим, на его реализацию влияет большое количество факторов, а незначительные отклонения от заданных норм оказывают серьезное влияние на результаты деятельности всего предприятия [8].

Актуальность данного исследования состоит не только в выборе объекта исследования, но и в подходе, предпринятом при его изучении. Этим подходом явился концептуальный подход к контроллингу производства инновационной продукции, основанный на учете ее многоцелевого характера.

Конкурсное распределение гособоронзаказа, сложность воспроизводства инновационного потенциала, вероятностный характер заключения договоров на все виды деятельности заставляет предприятия ОПК наращивать долю производства инновационной продукции гражданского назначения. Это играет значимую роль в обеспечении их текущей хозяйственной деятельности и, как следствие, повышает запас финансовой прочности, позволяет обеспечить воспроизводство инновационного потенциала и устойчивость предприятия в долгосрочной перспективе. В связи с этим предприятиям ОПК необходимо искать новые, эффективные инструменты управления. Одним из таких инструментов является контроллинг. При этом набор инструментов контроллинга напрямую зависит от целей функционирования предприятия. В настоящее время предприятия ОПК можно условно разделить на две группы [8].

Первая группа предприятий – это предприятия, которые производят инновационную продукцию, но не осуществляют научные исследования и разработки инноваций в основном производстве. Они финансово зависимы от субсидий, выделяемых государством на осуществление основной деятельности. Производство продукции гражданского назначения для таких предприятий нацелено на поддержание устойчивого состояния, которое обеспечивается путем производства продукции, технологически связанной с основной деятельностью предприятия.

Вторая группа – это предприятия ОПК, работающие в условиях рынка. Они имеют собственную научно-исследовательскую и конструкторскую базу. Инновации на этих предприятиях в основном производстве проходят весь инновационный цикл: от зарождения идеи до ее коммерциализации. Такие предприятия ОПК реализуют большое количество коммерческих проектов и программ. Для них производство гражданской продукции является дополнительным источником получения финансирования инновационных проектов с целью обеспечения опережающего воспроизводства инновационного потенциала. Как правило, такие предприятия объединены в корпорации и заинтересованы в открытии новых бизнесов, в расширении номенклатуры производств [1, 3].

Таким образом, выбор инструментов контроллинга связан с реализацией различных целей предприятия ОПК: достижение устойчивого развития и (или) опережающего воспроизводства инновационного потенциала.

Решение задачи разработки инструментов контроллинга производства инновационной продукции требует комплексного исследования факторов, оказывающих влияние на развитие ее производства.

В ходе исследования были выявлены и систематизированы следующие факторы:

- внешние: объем гособоронзаказа; инновационная политика государства; тенденции развития ОПК; тенденции развития производства вооружений и военной техники; наличие рынков сбыта; конкуренция; уровень развития техники и технологий;
- внутренние: наличие свободных и недозагруженных производственных мощностей; возможность использования уникального, высокотехнологичного оборудования; наличие высококвалифицированного персонала; наличие инновационного потенциала; источники, формы и способы финансирования производства гражданской продукции; наличие запасов материальных ресурсов и др. (табл. 1.).

Так, например, возможность использования уникального, высокотехнологичного оборудования приводит к необходимости контроля за уровнем его загрузки и планирования объемов выпуска инновационной продукции на этом оборудовании и, как следствие, планирования и контроля производственных издержек. Свободные и недозагруженные производственные мощности также подлежат тщательному контролю и применению инструментов контроллинга при использовании их для производства инновационной продукции гражданского назначения. Использование имеющихся резервов у предприятия ОПК с целью коммерциализации инноваций приводит к необходимости осуществления контроллинга в таких взаимосвязанных с производством сферах как логистика, маркетинг, финансы и др.

Большинство из проанализированных факторов оказывают существенное влияние на развитие производства инновационной продукции в указанных сферах, являются слабо регулируемыми, информация о них носит стохастический характер, они подлежат учету при разработке инструментов контроллинга [4].

**Характеристика факторов, влияющих на производство инновационной продукции  
на машиностроительных предприятиях ОПК**

Сфера проявления	Факторы	Источник влияния	Регулирование	Характер информации	Уровень управления
Производственная	Уровень специальных производств, доля технологий и оборудования	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Наличие свободных и недозагруженных производственных мощностей	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Объем гособоронзаказа	ВНФ	НР	С	СУ
	Возможность использования уникального, высокотехнологичного оборудования	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Износ основных производственных фондов	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Вид продукции	ВНФ	Р	Д	ОУ, СУ
Маркетинговая	Наличие альтернативных рынков	ВНФ	НР	С	СУ
	Емкость рынков	ВНФ	НР	С	СУ
	Уровень конкурентоспособности продукции на рынках	ВНФ	НР	С	ОУ, СУ
	Темпы роста рынков	ВНФ	НР	С	СУ
Научно-техническая	Объем затрат на НИОКР	ВФ	Р	С	ОУ, СУ
	Сроки осуществления НИОКР	ВФ	Р	С	ОУ, СУ
	Наличие инновационного потенциала	ВФ	Р	Д	СУ
Финансовая	Использование коммерческих источников финансирования	ВНФ	Р	С	СУ
	Ликвидность обеспечения по займам и особенности оформления в залог	ВФ	НР	Д	СУ
Материально-технического снабжения	Резервы увеличения объема и расширения номенклатуры поставок существующими поставщиками	ВНФ	Р	Д	ОУ
	Использование специализированных материалов	ВНФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Надежность поставщиков	ВНФ	НР	С	СУ
	Наличие сверхнормативных запасов на складах	ВФ	Р	Д	ОУ
	Наличие альтернативных поставщиков	ВНФ	Р	Д	СУ
	Наличие субститутов на рынке	ВНФ	НР	С	СУ
Кадровая	Возрастной состав персонала	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Доля высококвалифицированного персонала предприятия	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
	Рынок труда (целевая подготовка необходимых специалистов в ведущих ВУЗах РФ)	ВНФ	НР	С	ОУ, СУ
	Организация переподготовки и повышения квалификации специалистов	ВФ	Р	Д	ОУ, СУ
<p><i>Источник влияния:</i> ВФ – внутренний фактор, ВНФ – внешний фактор;  <i>Регулирование:</i> Р – регулируемый, НР – нерегулируемый;  <i>Характер информации:</i> Д – детерминированный, С – стохастический;  <i>Уровень управления:</i> ОУ – оперативный уровень, СУ – стратегический уровень.</p>					

Существование на предприятиях ОПК двух взаимосвязанных производств: оборонного и гражданского определяет необходимость учета их взаимного влияния при производстве инновационной продукции. Это выражается в учете целей развития предприятия. Если предприятие ориентировано на достижение устойчивого развития, то при производстве инновационной продукции, технологически связанной с основным производством, такой фактор как «доля специализированного оборудования» не будет оказывать существенного влияния на эффективность производства инновационной продукции. Для предприятий, ориентированных на опережающее воспроизводство инновационного потенциала и диверсификацию своей деятельности, этот фактор будет сдерживающий, поскольку предприятия могут производить инновационную продукцию, технологически не связанную с основным производством.

Таким образом, наличие двух видов деятельности предприятия ОПК: оборонного и гражданского инновационного производства и, как следствие, возможности использования технологий двойного назначения является одной из самых важных их особенностей. При этом также следует учитывать инновационный ха-

рактик основного производства. Предприятия этой отрасли вынуждены постоянно совершенствовать, улучшать и создавать новые образцы военной техники. Такие факторы как «вид продукции», «доля высококвалифицированного персонала предприятия», «доля использования специализированных материалов» и др., оказывают существенное влияние на эффективность производства инноваций.

Коммерциализация инноваций возможна при условии диффузии их в производство гражданской продукции. Это обуславливает инновационный характер производимой продукции, становится ее конкурентным преимуществом и, являясь отличительной особенностью предприятий ОПК, предполагает наличие неопределенности при производстве инновационной продукции гражданского назначения.

Систематизация факторов и определение особенностей деятельности предприятий ОПК позволили обосновать основные положения концептуального подхода к контроллингу производства инновационной продукции гражданского назначения, которые заключаются в следующем:

- контроллинг производства инновационной продукции должен быть направлен на повышение эффективности использования созданного на предприятии потенциала. При этом должна учитываться как нестабильность параметров задействованного в производстве инновационной продукции потенциала, так и высокая альтернативность его использования;
- система контроллинга должна учитывать цели создания инновационной продукции назначения: достижение устойчивости для предприятий, не реализующих стадии НИР и ОКР в основном производстве и опережающее воспроизводство инновационного потенциала для предприятий, реализующих указанные стадии;
- контроллинг производства инновационной продукции следует осуществлять в сферах, непосредственно связанных с бизнес-процессами коммерциализации потенциала предприятия ОПК. В частности, в сферах маркетинга, финансов, материально-технического снабжения и др.

Реализация предложенного концептуального подхода требует разработки принципов контроллинга, определяющих требования к методическому инструментарию [1].

В ходе проведенного исследования были изучены и проанализированы основные принципы контроллинга: целенаправленности; унификации; комплексности; согласованности; соответствия; интеграции; системности, иерархичности и др. Перечисленные принципы необходимо дополнить принципами, учитывающими особенности функционирования предприятий ОПК. В связи с этим в рамках проведенного исследования были сформулированы следующие специфические принципы контроллинга: полифункциональности; учета инновационного характера производимой продукции; декомпозиции; соответствия методов контроллинга уровню неопределенности [4].

Принципы контроллинга производства гражданской продукции должны учитывать выявленные особенности предприятий ОПК, цели и условия их развития. Сформулированные принципы и их соответствие предложенным концептуальным положениям представлены в (табл. 2).

1. Принцип полифункциональности. Наличие на одном предприятии производства продукции военного и гражданского назначения обуславливает применение принципа полифункциональности. Созданный экономический потенциал, накопленный в рамках основного производства, а также недостаточный уровень его использования, создает широкие возможности для производства различных видов гражданской продукции. При этом могут быть задействованы различные элементы производственного, ресурсного, кадрового и других составляющих экономического потенциала. Возможное сочетание различных элементов экономического потенциала определяет многообразие альтернатив по выпуску продукции гражданского назначения. Зависимость потенциала, используемого для производства гражданской продукции от уровня его использования в основном производстве, а также высокая степень неопределенности, вызванная инновационным характером гражданской продукции, обуславливает необходимость применения инструментов контроллинга ее производства.

2. Принцип декомпозиции предполагает выделение целей функционирования, сфер деятельности предприятия, видов продукции, производственных затрат и т.д. Особенностью реализации данного принципа в предлагаемой системе является введение двух уровней контроллинга: по обобщающим показателям для выделенных сфер деятельности и по частным показателям, определяемым в зависимости как от сферы деятельности, так и от причин отклонений обобщающих показателей.

**Основные положения концептуального подхода к контроллингу производства гражданской продукции и соответствующие им принципы**

№	Положения концептуального подхода	Принцип контроллинга
1	Контроллинг производства гражданской продукции должен быть направлен на повышение эффективности использования созданного на предприятии инновационного потенциала. При этом должна учитываться как нестабильность параметров задействованного в производстве гражданской продукции потенциала, так и высокая альтернативность его использования при производстве гражданской продукции.	Декомпозиции  Полифункциональности
2	Система контроллинга должна учитывать цели создания продукции гражданского назначения: достижение устойчивости для предприятий, не реализующих стадии НИР и ОКР в основном производстве, и опережающее воспроизводство инновационного потенциала для предприятий, реализующих указанные стадии.	Учет инновационного характера производимой продукции.  Декомпозиции
3	Контроллинг производства гражданской продукции следует осуществлять в сферах, непосредственно связанных с бизнес-процессами коммерциализации инновационного потенциала. В частности, в сферах маркетинга, финансов, материально-технического снабжения и др.	Учет инновационного характера производимой продукции. Соответствие методов контроллинга уровню неопределенности

3. Принцип учета инновационного характера производимой гражданской продукции вытекает из необходимости максимального использования созданного на предприятии инновационного потенциала. При этом процесс его коммерциализации может быть связан с созданием инноваций в сферах, характерных для гражданской продукции: маркетинг, финансы, логистика и др. Возникающая при этом неопределенность приводит к рискам повышения затрат на производство и реализацию продукции. В этом случае контроллинг становится одним из инструментов управления рисками и повышения эффективности производства гражданской продукции.

4. Соответствие методов контроллинга уровню неопределенности. Одной из особенностей продукции гражданского назначения является открытый рынок ее реализации в отличие от продукции военного назначения, которая распределяется государством. В связи с этим, производство гражданской продукции зависит от частых и хаотичных изменений, происходящих на рынке. Поэтому вывод инновационной гражданской продукции на рынок сопровождается высоким уровнем неопределенности. Это позволяет говорить о необходимости ее учета при разработке инструментов контроллинга.

Реализацию предложенного концептуального подхода к контроллингу производства инновационной продукции предприятий ОПК можно представить в виде механизма, в основе которого лежат четыре ключевых блока: анализ, планирование, реализация и контроль (рис.2).

Предложенный механизм может быть использован на предприятиях ОПК при организации управления на основе инновационного подхода. Инвестируя в создания инновационной гражданской продукции за счет основного, военного производства, предприятие тем самым подготовит себе будущее.

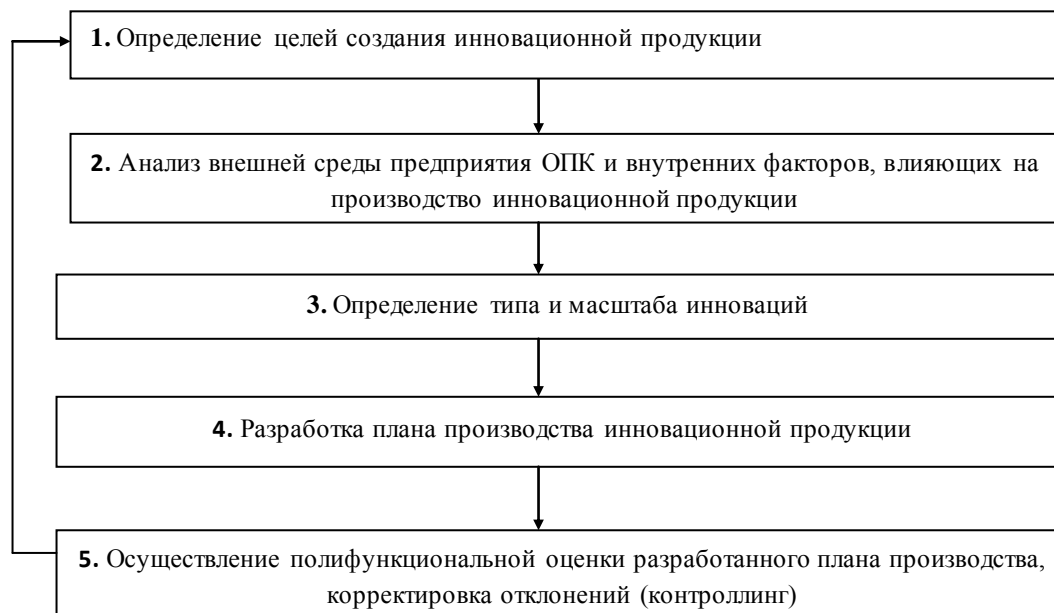
Цели создания инновационной гражданской продукции напрямую зависят от ее типа. В исследовании было установлено, что предприятия ОПК обладают всем необходимым для производства высокотехнологичной гражданской продукции. Государством для предприятий ОПК определены отрасли и направления развития такого производства: оборудование для топливно-энергетического комплекса, сложная медицинская техника, оборудование для перерабатывающих отраслей, технические средства связи, оптическое приборостроение и др. Указанные типы продукции могут быть как гражданского, так и двойного назначения, обладать разной возможностью диверсификации, реализовываться в разных сегментах рынка, иметь разную степень инновационности. В связи с этим были предложены признаки типизации гражданской продукции: применение гражданского продукта; инновационность; возможность диверсификации. Согласно предложенной типологии было выделено девять типов гражданской продукции, дана их краткая характеристика и потребность в осуществлении контроллинга для различных сфер деятельности предприятия в зависимости от типов продукции (табл. 3).

Так, например, продукт двойного назначения характеризуется тем, что не требует изменений в технологии производства, следовательно, расходы на его производство сокращаются, потребность в разработке инструментов контроллинга существует только в сфере материально-технического снабжения, в остальных сферах деятельности – достаточно уже существующих на предприятии инструментов планирования и контроля.

**Типология гражданской продукции, ее характеристика и потребность в осуществлении контроллинга для различных сфер деятельности предприятия в зависимости от типов продукции**

Признак типизации	Тип гражданского продукта	Характеристика гражданской продукции	Потребность в разработке инструментов контроллинга				
			Маркетинговая	Научно-техническая	Финансовая	Материально-технического снабжения	Кадровая
Применение гражданского продукта	Продукт двойного назначения	Не требует изменений в технологии производства, следовательно, расходы на его производство сокращаются.					
	Продукт гражданского назначения	Оборудование, сырье и материалы, НИОКР, кадры адаптируются требованиям рынка					
Инновационность	Традиционный продукт	Технология производства традиционна, производится продукт, востребованный на рынке					
	Модифицированный продукт	Предполагает изменения в технологии производства при использовании того же оборудования. Необходимо использование особого подхода при построении технологических операций и подборке комплектующих узлов деталей. Большие затраты не требуются, так как технологическая база остается неизменной					
	Совершенно новый продукт	Предполагает использование новшеств в области научно-технического, материально-технического и кадрового потенциала предприятия					
Возможность диверсификации	Существующий продукт, реализуемый на существующем рынке	Производится и реализуется конкурентоспособный продукт, ориентированный на занятый сегмент рынка					
	Существующий продукт, реализуемый на новом рынке	Производится и реализуется конкурентоспособный продукт, ориентированный на новый рынок сбыта					
	Новый продукт, реализуемый на существующем рынке	Производится и развивается новый для предприятия гражданский продукт, ориентированный на занятый сегмент рынка					
	Новый продукт, реализуемый на новом рынке	Производится и развивается новый для предприятия гражданский продукт, ориентированный на новый рынок сбыта					
В ячейках выделенных серым цветом, потребность в разработке инструментов контроллинга существует							

Интересным является такой тип продукта, как продукт, уже существующий и реализуемый на новых рынках. Потребность разработки инструментов контроллинга для этих продуктов существует в следующих областях: маркетинговой, научно-технической, материально-технического снабжения и кадровой. Для финансовой области не требуется разработка инструментов контроллинга, так как они на предприятии уже существуют (график безубыточности, бюджетирование и т.д.). Для нового продукта, реализуемого на новом рынке, потребность в разработке инструментов контроллинга высока во всех выделенных сферах деятельности предприятия.



**Рис. 2.** Механизм реализации концептуального подхода к контроллингу производства инновационной продукции предприятий ОПК

Анализ внешней среды предприятия ОПК и внутренних факторов, влияющих на производство инновационной продукции следует проводить с точки зрения рынка. Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к управлению развитием производства гражданской продукции инновационного типа. В связи с этим выявлены и обоснованы сферы осуществления контроллинга, оказывающие наибольшее влияние на развитие производства гражданской продукции: маркетинговая; научно-техническая; финансовая; материально-технического снабжения, кадровая. Анализируя выделенные сферы еще на этапе разработки и внедрения в производство инновационной продукции, можно исключить тип продукции по причине недостаточного опыта его производства или неразвитой инфраструктуры.

При определении типа и масштаба инноваций предприятию целесообразно осуществить разработку альтернативных вариантов стратегий инновационного развития и проанализировать затраты на их реализацию. Выбор целесообразно осуществлять между внедрением принципиально новых продуктов и технологий или только улучшенных. От принятия этого решения будут зависеть затраты на его реализацию, так как требуется различный состав экономических ресурсов и соответственно, разный характер инвестиционных вложений.

При разработке планов производства инновационной продукции для каждого подразделения предприятия ОПК проводится технико-экономическое и организационно-техническое обоснование производства выбранного типа инновационного продукта по срокам, ресурсам и исполнителям. Основная задача на данном этапе будет заключаться в поиске резервов повышения эффективности производства и снижении инвестиционных затрат.

Выделенные этапы являются наиболее значимыми при осуществлении контроллинга разработанного плана производства и корректировки выявленных отклонений.

Исследование современного состояния и тенденций развития предприятий ОПК, выявление и систематизация факторов позволила выделить особенности производства гражданской продукции: наличие на предприятии двух сфер деятельности: оборонного и гражданского производства и, как следствие, возможности использования технологий двойного назначения; наличие инновационного характера основного производства и диффузии инноваций в производство продукции гражданского назначения, а также возможность диверсифицировать риски производства.

В соответствии с выделенными особенностями, можно сформулировать требования к организации системы контроллинга производства гражданской продукции: на предприятии ОПК должен присутствовать

комплексный подход к планированию производства, в связи с этим должна быть организована беспрепятственная передача информации, а имеющиеся производственные технологии должны использоваться только в целевом направлении; также необходимо контролировать возможности реализации продукции на различных рынках сбыта.

Предложенный концептуальный подход и сформулированные принципы являются основой для разработки методических инструментов контроллинга производства гражданской продукции на предприятиях оборонно-промышленного комплекса.

#### Список использованных источников

1. Gilts, N. E. Methods of controlling the production of civilian goods at the enterprises of military-industrial machinery complex / L.V. Erigina, N.E. Gilts // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013 – № 16 (5): 714-720, 2013 ISSN 1990 – 9233 – 0,9 п. л. (авт. 0,45 п. л.). [[http://www.idosi.org/mejst/mejst16\\_%285\\_%2913.htm](http://www.idosi.org/mejst/mejst16_%285_%2913.htm)]
2. Анташов, В. А. Практический контроллинг: управленческие решения, инновации / В. А. Анташов, Г. В. Уваров // Экономика-правовой бюллетень, 2010. – №10 – Стр. 132
3. Беляков, Г. П. Проблемы воспроизводства научно-технического потенциала предприятий оборонно-промышленного комплекса: монография / Г. П. Беляков, А. А. Лукьянова, В. И. Лячин и др; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Г. П. Белякова; Сиб. Гос. Аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2010. – 164 с.
4. Гильц, Н. Е. Контроллинг производства продукции гражданского назначения на предприятиях ОПК: условия осуществления и принципы / Л. В. Ерыгина, Н. Е. Гильц // Экономика и менеджмент систем управления. – 2013. – № 4.1. (10) – 0,5 п.л. (авт. 0,25 п.л.).
5. Гильц, Н. Е. Современное состояние и тенденции развития предприятий ОПК и РКО / Н.Е. Гильц // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева. – 2012. – № 4 (44). – 0,5 п.л.
6. Демидов, Ю.В. Итоги конверсии на предприятиях оборонно-промышленного комплекса Красноярского края. // <http://www.hitechno.ru/conference/konkur.rtf>
7. Дедов, О. А. Методология контроллинга и практика управления крупным промышленным предприятием: учеб. Пособие / О. А. Дедов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 248 с.
8. Ерыгина Л. В, Гильц Н. Е. Инструменты контроллинга производства гражданской продукции на машиностроительном предприятии ОПК // Л.В. Ерыгина, Н.Е. Гильц. – Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – 2014, № 1 (53). – С. 198-204
9. Ерыгина, Л. В. Контроллинг инновационной деятельности предприятий ракетно-космической промышленности: методология и инструментарий: моногр. / Л. В. Ерыгина; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2008. – 167 с.
10. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р [<http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>]
11. Путин, В. В. Быть сильными: гарантии национальной безопасности для России / В.В. Путин // «Российская газета», 22 февраля 2012 г. [электронный ресурс, доступ с экрана <http://www.rg.ru/2012/02/20/putin-armiya.html>]
12. Терехов, И. Вывод ОПК из кризиса. Необходимость и возможности. / И. Терехов // Обозреватель – Observer № 7 [http://www.nasled.ru/prensa/obozrev/N07\\_00/07\\_11.HTM](http://www.nasled.ru/prensa/obozrev/N07_00/07_11.HTM)
13. Тихонов, А. Обеспечение конкурентоспособности предприятий ОПК на основе IT-решений / А. Тихонов // электронный ресурс [http://www.cast.ru/journal/2004/Inter\\_Tikhonov/?form=print](http://www.cast.ru/journal/2004/Inter_Tikhonov/?form=print)
14. Федеральный справочник. Оборонно–промышленный комплекс: [информационно-аналитическое издание]; Т7 / Центр стратегических программ. – М.: Центр стратегических программ, 2011. – 664 с.



## ПОКАЗАТЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**Я.В. Емельянченко,**  
магистр экон. наук

*Гомельский филиал Международного университета «МИТСО», г. Гомель*

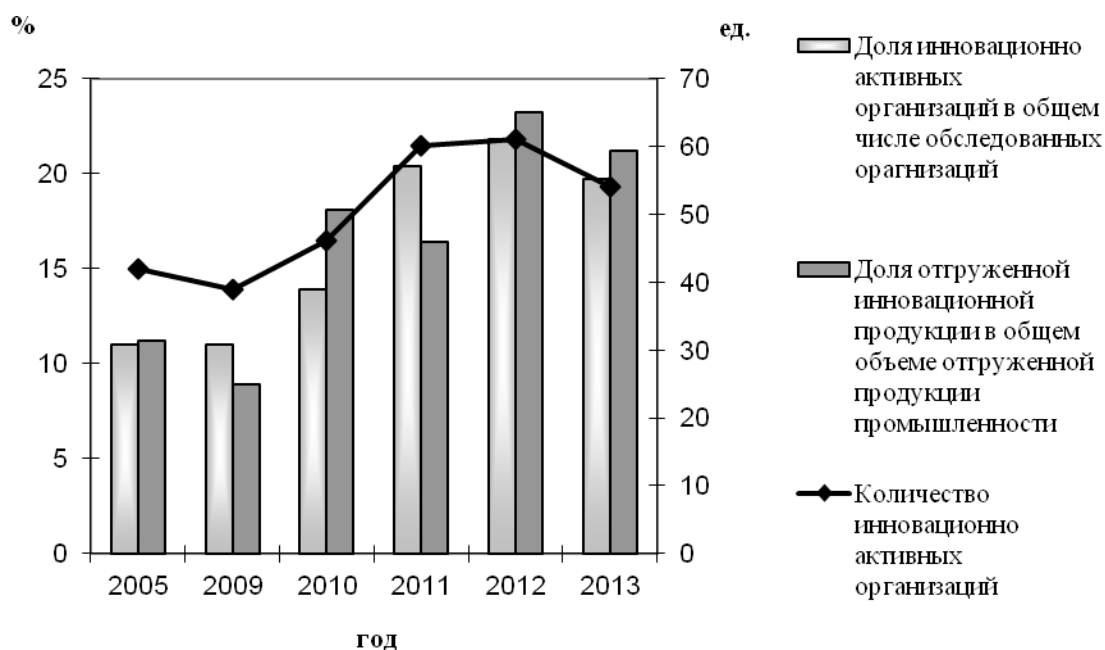
С 2000 года в Республике Беларусь начала осуществляться планомерная работа по активизации инновационного потенциала страны. За последнее десятилетие была проделана огромная работа по формированию и развитию национальной инновационной системы. Вопросы теории и практики инновационного развития страны широко представлены в работах отечественных и зарубежных авторов. Целью же данной работы явилось исследование основных макроэкономических показателей инновационного развития Гомельской области Республики Беларусь в динамике за последние несколько лет.

Гомельская область была выбрана в качестве объекта исследования не случайно. Это крупнейшая по территории область Беларуси, которая располагает большим промышленным потенциалом, является одним из высокоразвитых индустриальных регионов, и тем самым вносит значительный вклад в инновационное развитие всей страны.

Показатели, характеризующие степень инновационного развития страны, были закреплены несколько лет назад в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2007 – 2010 годы. К этим показателям относят следующие: 1) доля новой продукции в общем объеме продукции промышленности; 2) доля инновационно активных организаций в общем количестве предприятий промышленности; 3) доля сертифицированной продукции в общем объеме промышленного производства; 4) доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции промышленности; 5) численность работников, выполняющих научные исследования и разработки; 6) доля финансовых затрат на исследования и разработки за счет средств республиканского бюджета; 7) внутренние затраты на исследования и разработки в валовом внутреннем продукте и др. Мониторинг по данным показателям проводится ежегодно, его итоги публикуются в СМИ.

Мы же рассмотрим динамику основных макроэкономических показателей, характеризующих инновационное развитие Гомельской области Республики Беларусь за последние несколько лет.

Согласно разработанной в Республике Беларусь системе показателей инновационной деятельности результаты данной деятельности принято анализировать по трем основным показателям, представленным на рис. 1.



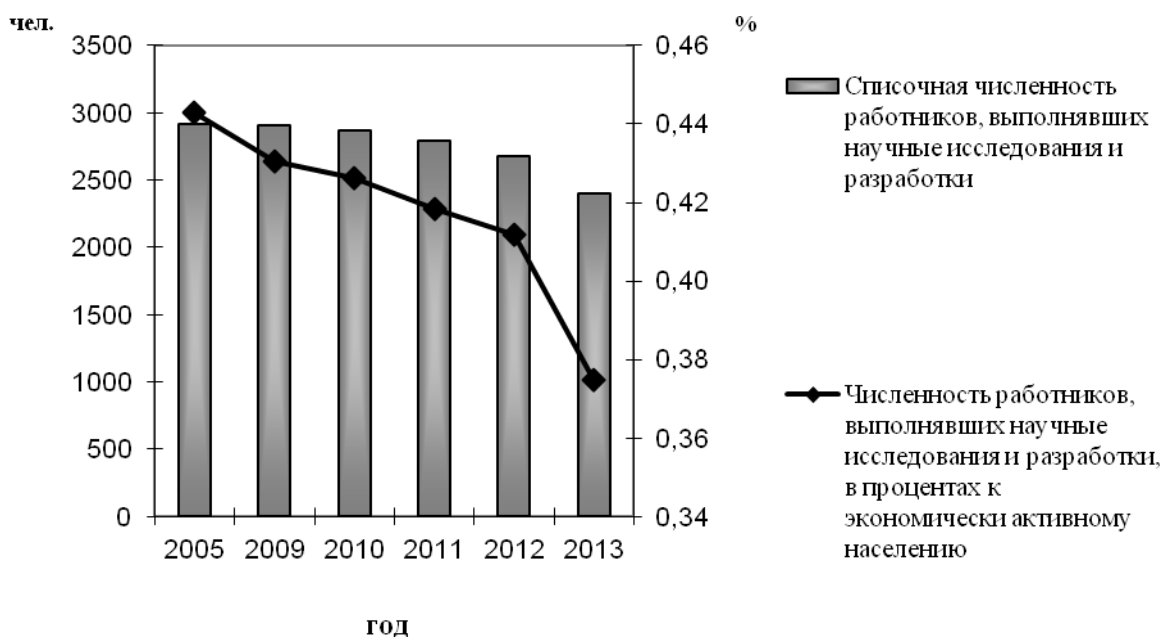
**Рис. 1.** Показатели инновационной деятельности Гомельской области за 2005–2013 гг.

Примечание: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1], [2]

Как видно из данных, представленных на рисунке 1, в Гомельской области наблюдается увеличение числа и значимости инновационных организаций. Отметим значительный рост данного показателя за последние три года, в 2011 г. насчитывалось уже 60, в 2012 г. – 61, а в 2013 г. – 54 инновационно активных организаций (видим незначительный спад). При этом, отмечается аналогичная тенденция увеличения доли инновационно активных организаций в общем числе обследованных организаций области в 2011-2013 гг.

Доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции области характеризует степень коммерческого применения результатов инновационной деятельности. Данный показатель в Гомельской области постоянно растет в 2005–2012 гг. и составил к концу 2012 г. 23,2 %. В 2013 г. удельный вес инновационной продукции в общем объеме производства незначительно уменьшился и составил 21,2 %. Все это подтверждает достижение регионом ключевых показателей инновационного развития. Предприятия стали активнее вкладывать средства в разработку новой продукции и ее освоение, искать свободные ниши на мировом рынке.

Вместе с тем, развитие инновационной экономики предполагает значительное повышение эффективности использования интеллектуального ресурса региона. Рассмотрим, как обстоят дела с интеллектуальной составляющей инновационного развития Гомельской области за 2005–2013 гг. (рис. 2).



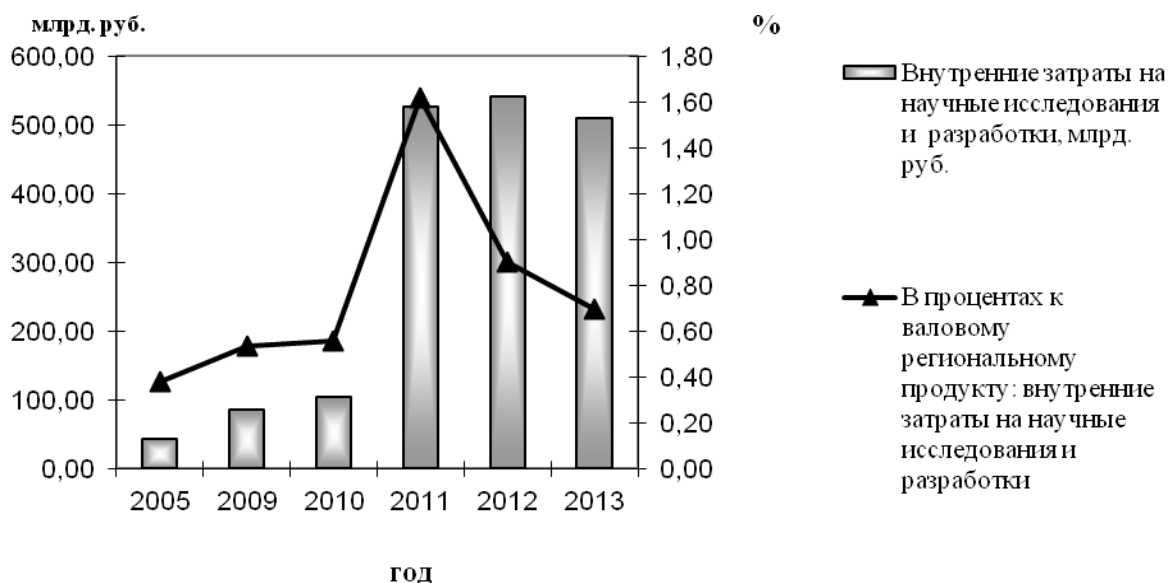
**Рис. 2.** Динамика численности научно-исследовательских работников Гомельской области за 2005–2013 гг.

Примечание: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1], [2]

Как видно из рисунка 2, положительная динамика увеличения численности работников, выполнявших научные исследования и разработки, после 2009 г. сменилась на отрицательную. Так в 2005 г. в области 2913 чел. занимались научными исследованиями и разработками, к 2013 г. данный показатель снизился на 7,9 % и составил 2397 чел.

Вместе с тем, данную тенденцию можно было бы объяснить общими изменениями в численности экономически активного населения Гомельской области. Как известно, численность населения области ежегодно уменьшалась, что и могло сказаться на уменьшении количества работников, выполняющих научные исследования и разработки. Однако из проведенного анализа видно, что уменьшается именно удельный вес исследователей и разработчиков в общей численности экономически активного населения страны. Так, в 2005 г. данный показатель составлял 0,44 %, а к 2013 г. снизился до 0,37 %.

Еще одной важной составляющей инновационного развития региона является объем финансирования инновационной деятельности. Объемы внутренних затрат на научные исследования и разработки в Гомельской области за последние годы представлены на рис. 3.



**Рис. 3.** Динамика затрат на научные исследования и разработки в Гомельской области за 2005–2013 гг.

Примечание: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [1], [2]

Как видно из рисунка 3, за 2005–2013 гг. внутренние затраты на научные исследования и разработки в действующих ценах выросли с 43,8 млрд руб. до 509,5 млрд руб. или более чем в 11 раз. Если же говорить об удельном весе данных затрат в валовом региональном продукте (ВРП), то видим его колебание в пределах 0,38–1,62 %. В 2013 г. внутренние затраты Гомельской области на научные исследования и разработки составили всего 0,69 % от ВРП, не достигнув даже уровня 2012 г. Критическим значением данного показателя считается величина 1 %.

Отметим, что последние три года стали важным этапом утверждения целевых ориентиров развития белорусской науки на будущее. Был принят ряд шагов по активизации инновационной деятельности в республике. В 2012 г. был принят Закон «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь», который закрепил основы реализации инновационной политики в стране на законодательном уровне. До этого времени, такого законодательного акта не существовало. Кроме этого, в ближайшее время должен быть принят закон «О государственно-частном партнерстве». Данный закон откроет новые направления вложения инвестиций для инвесторов и будет способствовать их привлечению к решению задач, которые сегодня государство вынуждено решать самостоятельно. Кроме этого, в январе 2014 г. вступил в силу новый закон «Об инвестициях», который закрепляет новые основные принципы осуществления инвестиций на территории Республики Беларусь и направлен на привлечение инвестиций в белорусскую экономику. Все эти меры позволят государству реализовывать инновационные проекты с привлечением ресурсов частных компаний и тем самым снизить нагрузку на бюджет, а инвестор получит определенные гарантии в отношении как реализации проекта, так и его окупаемости.

Итак, проведенное исследование динамики макроэкономических показателей инновационного развития показывает, что за последние несколько лет Гомельская область Республики Беларусь достигла определенных успехов в сфере инноваций, что подтверждается данными отечественной статистики.

Стоит отметить, что оценка достигнутых результатов в инновационном развитии области является одним из обязательных этапов формирования государственной региональной политики в Беларуси. При этом, подробное изучение и анализ предыдущих усилий чрезвычайно полезен для дальнейшего совершенствования политики в инновационной сфере.

#### Список использованных источников

1. Главное статистическое управление Гомельской области: Официальная статистика [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://gomel.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 25.02.2015.
2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь. Стат. сборник. – Минск : Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2014. – 121 с.

## МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА

Л.А. Зенюк,

доцент кафедры экономики и менеджмента  
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

В настоящее время мерой качества товара служит степень удовлетворенности потребителя, определяемая соотношением стоимости и ценности изделия. Конечно, не все требования потребителя можно выполнить, так как это может оказаться слишком дорого или технически невыполнимо.

Менеджмент качества – сравнительно новое направление в системе общего менеджмента [1, с. 18]. Менеджмент качества можно рассматривать как непрерывно осуществляемый процесс разрешения возникающих противоречий, неравенств, предугадывания потребностей на основе анализа информации о процессах и явлениях в организации. В связи с этим следует выделить процесс управления и обеспечения качества. Управление качеством представляет собой непрерывное воздействие на процесс создания продукции различными субъектами управления путём логической реализации функций качества. Обеспечение качества – это процесс формирования и создания требуемых свойств и характеристик продукции по мере её производства, реализация процессного подхода. Управление качеством в стандарте ИСО определяется как методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований к качеству [2, с. 9].

Сегодня в мире используются различные системы управления качеством. Но для успешной деятельности в настоящее время они должны обеспечивать возможность реализации восьми ключевых принципов системного управления качеством, освоенных передовыми международными компаниями.

Стандарты серии ИСО 9000 – это пакет документов по созданию систем качества и обеспечению качества. Стандарты семейства ISO 9000 все чаще применяют в связи с заключением контрактов между различными фирмами с определенной целью – оценке системы менеджмента качества продукции у поставщика. При этом соответствие такой системы требованиям стандартов ИСО рассматривается как определенная гарантия того, что поставщик способен выполнить требования контракта и обеспечить стабильное качество продукции. В основе МС ИСО серии 9000 лежат следующие 8 принципов:

1. Ориентация на потребителя.
2. Лидерство.
3. Вовлечение персонала.
4. Процессный подход.
5. Системный подход.
6. Непрерывное улучшение.
7. Принятие решений на основе фактов.
8. Взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Известная американская компания ИБМ, используя большей частью японский опыт, стала проводить, начиная с 80-х годов, политику 100 %-го уровня качества. В основе политики, обеспечивающей 100 % качества, лежит известное соотношение затрат, связанных с обеспечением качества: необходимые затраты возрастают на порядок с каждым этапом продвижения от проектирования к производству, установке оборудования, а затем к его эксплуатации [3, с. 18].

Например, такие американские компании, как АТТ, «Эйвон», «Корпинг Гласе», «Дженерал Моторз», «Хьюлетт-Паккард», «ИБМ», «Полароид» разработали единые для них десять основных направлений в области управления качеством:

1. Достижение заинтересованности руководства высшего звена.
2. Создание руководящего совета по улучшению качества.
3. Вовлечение всего руководящего состава.
4. Обеспечение коллективного участия в повышении качества.
5. Обеспечение индивидуального участия в повышении качества.
6. Создание групп совершенствования систем, регулирования процессов.
7. Более полное вовлечение поставщиков в борьбу за качество.
8. Меры обеспечения качества функционирования системы управления.
9. Краткосрочные планы и долгосрочная стратегия улучшения работы.
10. Создание системы признания заслуг [3, с. 19].

Можно выделить основные направления повышения качества продукции:

- создание технологичных конструкций устройств;
- совершенствование технологических процессов изготовления;
- повышение уровня унификации изделий;
- повышение технического уровня производства, комплексная механизация и автоматизация производственных процессов (основных и вспомогательных);
- ритмичная работа всех подразделений предприятия;
- разработка и применение прогрессивных методов контроля и анализа качества продукции;
- безусловное соблюдение технологической, производственной и исполнительской дисциплины;
- выполнение требований стандартов;
- внедрение прогрессивной организации труда и повышение культуры производства;
- развитие и стимулирование творческой активности работников, их заинтересованности в повышении качества продукции и др.

Таким образом, для эффективной работы организации потребуются не только различные ресурсы, но и разработка самых различных механизмов взаимодействия и процессов.

#### **Список использованных источников**

1. Квитко, А. В. Управление качеством : учеб. пособие / А. В. Квитко ; Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2004.
2. Ефимов, В. В. Управление качеством : учеб. пособие / В. В. Ефимов. – Ульяновск : УлГТУ, 2000.
3. Басовский, Л. Е. Управление качеством : учебник / Л. Е. Басовский, В. Б. Протасьев. – М. : ИНФРА-М, 2001.

## **СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИМСТВА**

**Ю.В. Иванова,**

доцент кафедры экономики и менеджмента

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Слово «стратегия», как известно, очень древнее (греч. *strategia* — искусство или наука быть полководцем). Значение полководцев в Древней Греции было очевидным. История свидетельствует, что наиболее талантливые и удачливые полководцы очень большое значение придавали правильному построению обеспечения армии, а также решениям, когда вступать в битву, а когда вступать в переговоры с народом, политиками, дипломатами.

Однако использование понятия стратегии не является исключительной прерогативой древних греков. В Древнем Китае в период между 480 и 221 гг. до н.э. уже была написана книга под названием «Искусство стратегии», т.е. уже 23 века тому назад понятие стратегии стало неотъемлемым элементом мировоззрения людей. Стратегии придавался смысл, который сегодня можно было бы назвать нормой оптимального поведения, как организации, так и отдельного человека. Сун Цу, например, писал: «Тот, кто одержал сотни побед в сотнях конфликтов, вряд ли обладает высоким мастерством. Тот, кто владеет высоким мастерством использования стратегии, покоряет других, не вступая с ними в конфликт» [3, с.67].

Для области деятельности, связанной с туризмом и гостеприимством, наиболее приемлемым является несколько измененное определение стратегии, данное Н.К.Моисеевой. Стратегия является основным инструментом долгосрочного управления развитием туристической организации, на основе которого обеспечивается ее стабильная конкурентоспособность, выявляются потребности клиентов, раскрываются способности организации удовлетворять эти потребности в будущем и получать необходимую для этого прибыль в отдаленной перспективе.

Искусство стратегии состоит в том, чтобы результаты мыслительной работы воплощались в конкретные действия, которые на этапе реализации замыслов позволили бы добиться высокой эффективности.

Эффективная стратегия основывается на трех составляющих [1, с.30]:

- правильно выбранных долгосрочных целях;
- глубоком понимании конкурентного окружения;
- реальной оценке собственных ресурсов и возможностей.

По мнению одного из ведущих западных специалистов Б. Карлофа, существуют определенные факторы, которые влияют на стратегию любой организации и придают ей специфические свойства. К таким факторам относятся [9, с. 28]:

1. Миссия, отражающая философию фирмы, ее предназначение. При пересмотре миссии, происходящем в результате изменений общественных приоритетов и потребностей, стратегия должна корректироваться.

Таблица 1

**Формулировки миссии в области гостеприимства**

№ п/п	Организация	Содержание миссии
	Marriott Hotels	Предназначение Marriott Hotels — предоставление услуг по размещению и обслуживанию в целях создания прочного, длительного и взаимовыгодного сотрудничества с клиентами, сотрудниками, владельцами, акционерами и обществом
	Leading Hotels of the world (LHW)	Мы — крупнейшая и единственная в своем роде группа престижных отелей. Мы работаем, чтобы предложить нашим клиентам исключительное обслуживание и комфорт для удовлетворения любых вкусов и запросов в целях создания максимально удобной для клиента обстановки; стараемся, чтобы единственными сюрпризами для наших гостей были приятные сюрпризы
	Ritz-Carlton	Отели Ritz-Carlton — это средство реализации нашей миссии: неустанная забота и обеспечение максимального комфорта каждому гостю. Мы гарантируем своим гостям самое лучшее индивидуальное обслуживание, комфорт, спокойную и изысканную обстановку. Наша цель — создать атмосферу уюта и благополучия; удовлетворить даже невысказанные пожелания наших гостей
	«Зевс Трэвел»	Деятельность компании — туризм и отдых; основное направление деятельности — предоставление людям разнообразного отдыха в Греции; потребители продукции — люди (первичные, повторные и постоянные клиенты); ориентация — на широкий круг потребителей

Источник: [5, с.38]

2. Конкурентные преимущества, которыми организация обладает в своей сфере деятельности по сравнению с соперниками или к которым стремится (считается, что они оказывают на стратегию наибольшее влияние).

3. Характер выпускаемой продукции, особенности ее сбыта, послепродажного обслуживания, рынки и их границы.

4. Организационные факторы, среди которых выделяется внутренняя структура компании и ее ожидаемые изменения, система управления, степень интеграции и дифференциации внутренних процессов.

5. Располагаемые ресурсы (материальные, финансовые, информационные, кадровые и пр.). Чем они больше, тем масштабнее могут быть инвестиции в будущие проекты.

6. Потенциал развития организации, совершенствования ее деятельности, расширения масштабов, роста деловой активности, инноваций.

7. Культура, философия, этические воззрения и компетентность управленцев, уровень и притязаний и предприимчивости, способность к лидерству, внутренний климат в коллективе.

8. Степень рискованности деятельности. Склонные к риску фирмы предпочитают краткосрочные стратегии, приносящие высокие текущие прибыли; не склонные – долгосрочные с не столь высоким, но гарантированным доходом.

9. Зависимость организации от ранее принятых на себя обязательств.

10. Уровень подготовки персонала, наличие опыта в соответствующей сфере деятельности. Знающие, и современно мыслящие работники могут осуществлять при прочих равных условиях новаторскую и смелую стратегию, интегрирующую последние достижения науки и практики.

11. Привлекательность отрасли и условия конкуренции в ней.

12. Характер внешних возможностей и угроз, с помощью стратегии используются возможности и нейтрализуются угрозы.

13. Национальные особенности и традиции предпринимательства. В Японии стратегии ориентированы на перспективу, захват рынков, упрочение положения фирмы на них; в США – на получение быстрой выгоды.

14. Интересы контактных групп, к которым относятся: акционеры, поставщики, правительство, потребители, работники, кредиторы, местные власти.

Индустрия гостеприимства – один из важнейших бизнесов в мире. Так в Соединенных Штатах он второй по количеству занятых, обеспечивая рабочие места примерно 12 млн человек. В более чем из 50 штатов этой страны – это вообще крупнейшая отрасль экономики.

Отечественные авторы (Ефимова О.П., Ефимова Н.А., Олифиренко Т.А.) [4] определяют индустрию гостеприимства как предпринимательскую деятельность на рынке услуг, связанная с приемом и обслуживанием гостей. Существует мнение, что английское слово «hospitality» (гостеприимство) происходит от старофранцузского «hosprice», что означает странноприимный дом.

Зарубежные авторы (М. Готье и др.) определяют гостиничный бизнес как совокупную деятельность, которая предлагает собственные услуги и блага, обеспечивающие людям материальные условия — размещение и питание. Это касается тех услуг, которые требуются во время путешествия за пределом постоянного места проживания (деловой визит, бизнес, личные и семейные интересы, отдых) [4, с.6].

Формирование стратегии — это своего рода «упражнение» в предпринимательстве и стратегическом мышлении. Павлова Г.А. [7, с. 65] в своей работе «Формирование стратегии развития гостиничного бизнеса в мегаполисе» предлагает концепцию формирования стратегии развития гостиничного бизнеса (рис. 1).

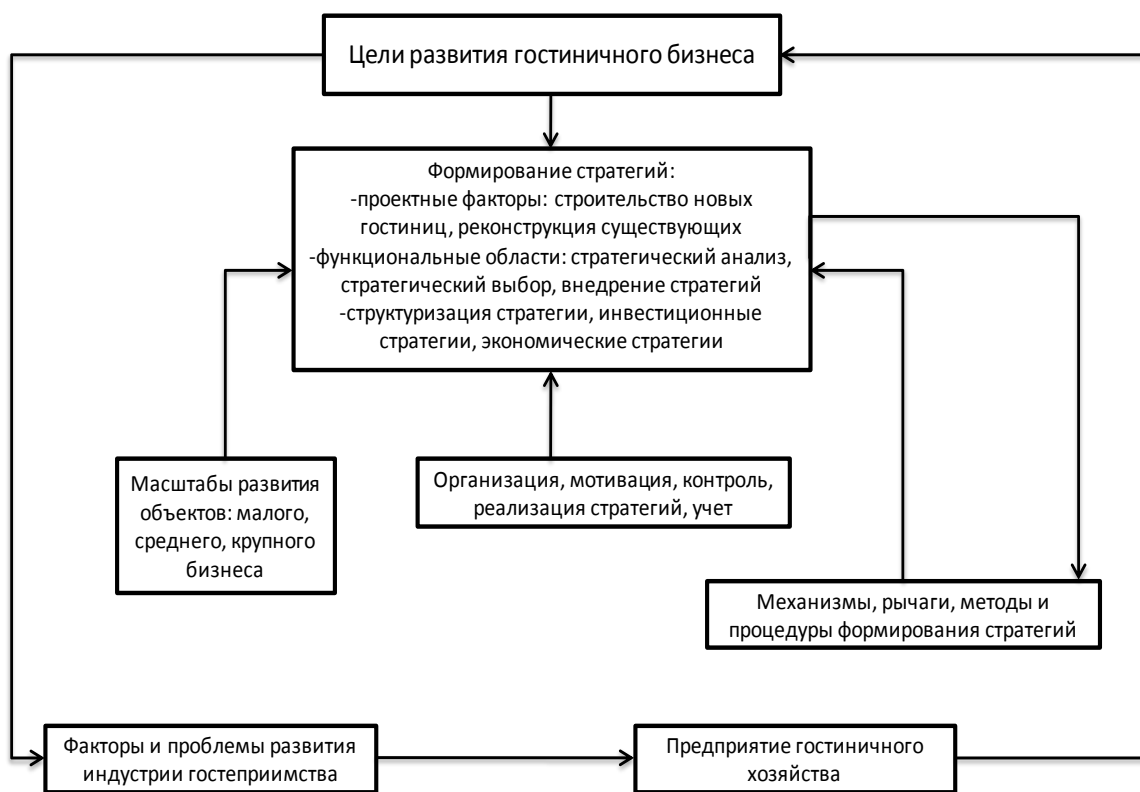


Рис. 1. Концепция формирования стратегии развития гостиничного бизнеса

Источник: [7, с. 65]

Современные исследования стратегий развития гостиничной индустрии

Авторы	Основная тема исследований	Базис для определения стратегической позиции
Д. Литлджон (D. Littlejohn) и П. Слеттери (P. Slattery)	Экономический анализ в гостиничной индустрии	Основные экономические и демографические факторы, определяющие спрос на гостиничные услуги на пяти главных рынках Европейского Сообщества; Франции, Германии, Италии, Испании и Великобритании
К. Чон (K. Chon) и А. Сингх (A. Singh)	Анализ рынка гостиничных услуг	Состояние индустрии размещения в США и стратегии развития, используемые гостиничными компаниями в сложившихся условиях
М. Ольсен (M. Olsen) и др.	Сканирование окружающей среды в гостиничной индустрии	Руководители международных гостиничных сетей, практика сканирования окружающей среды и взгляды топ-менеджмента на неопределенность в глобальной бизнес-среде
С. Крофорд-Велч (S. Crawford-Welch) и Е. Цзе (E. Tse)	Слияния и поглощения гостиничной индустрии	Стратегическое развитие, основанное на деятельности по слиянию, поглощению и образованию альянсов на рынках гостиничных услуг США и Европы
Е. Цзе (E. Tse) и М. Ольсен (M. Olsen)	Стратегии и структура гостиничной индустрии	Расширение системы взглядов М. Портера на бизнес-стратегию путем исследования управления ресторанными фирмами в США, особенно методов конкуренции, стратегии и структуры
Д. Фенаер (D. Fender)	Стратегическое планирование в гостиничной индустрии	Процесс стратегического планирования, практическое применение и значение стратегического подхода к планированию, а также стратегическое мышление
М. Вебстер (M. Webster)	Стратегический менеджмент в гостиничной индустрии	Научные и основанные на практическом опыте вклады в теорию стратегического менеджмента: стратегический подход корпорации «Swallovir Hotels»
П. Гэмбля (P. Gamble)	Компьютеры и принятие решений в гостиничной индустрии	По мере возникновения значительных изменений в операционной среде, предприятия гостиничной индустрии нуждаются в формировании стратегий развития информационных технологий, позволяющих осуществлять продолжающийся рост и добиваться успеха
М. Райпи (M. Riley) и С. Джонси (S. Jauncey)	Менеджеры и принятие решений в гостиничной индустрии	Структура принятия решений в гостиничных предприятиях, уровни управления и категории решений
Д. Адаме (D. Adams)	Финансы и принятие решений в гостиничной индустрии	Аналитические методы при анализе финансовой деятельности компаний индустрии отдыха
Р. Томас (R. Thomas)	Информационные потребности в гостиничной индустрии и Европейский Союз	Информационные потребности менеджеров в контексте Европейской интеграции. Источники информации, доступные для менеджеров и гостиничной индустрии

Источник: [6, с.39]

Выбор стратегии осуществляется на основе трёх составляющих [2, с. 32]:

- 1) ключевых факторов, характеризующих стратегию (преимущества фирмы и отрасли, цели фирмы, интересы и отношение высшего руководства к условиям развития, финансовые результаты, квалификация персонала, обязательства фирмы);
- 2) результатов анализа портфеля продукции;
- 3) альтернативных вариантов стратегии.

К.э.н. Стасюк Б.О. [8, с.61] в своем диссертационном исследовании «Формирование и использование стратегической модели развития гостиничного предприятия на основе системы взаимосвязанных показателей» выделяет следующие виды корпоративных стратегий, используемых в гостиничном бизнесе :

1. Горизонтальное расширение. Распространение сферы своих интересов на продукты или услуги, ранее предоставляемые другими предприятиями, от одного их вида (например, организация питания) до не-



скольких (например, услуги размещения, досуга и т.п.). Впервые применена торговой маркой «Marriott» в 1960 г.

2. Географическое расширение. Как и в первом случае, рассматриваемое расширение предполагает увеличение зоны охвата, но уже по географическому признаку. Впервые применена торговой маркой «Holiday Inn» 1970-х г.

3. Гибридизация продукта. Ориентация на комбинацию и гибридизацию различного гостиничного предложения, в основе которой лежит изменение базового продукта. Впервые применена торговой маркой «Hilton» 1970-х г.

4. Специализация. Концентрация на определенном продукте (специализация в этом секторе происходила как в направлении услуг, так и цен). Впервые применена торговой маркой «Days Inn» 1970-х г.

5. Классификация продукта. Предложение различных продуктов в рамках одной гостиничной сети, каждый из которых различается по уровню цен, услуг и структуре управления. Впервые применена торговой маркой «Ramada» 1980-х г.

6. Формирование торговой марки. Стратегия торговой марки продукта направлена на точное определение и «узнавание» продукта или услуги с точки зрения их уровня и качества, положения, цены и других ключевых параметров, ориентированных на потребителя. Впервые применена торговые марки: «Marriott», «Holiday Inn» 1980-х г.

7. Независимые гостиницы. Создание неприсоединившихся к франчайзинговым соглашениям компании, которые обладают большей свободой в контроле над качеством, распоряжении собственностью и управлении гостиницей. Впервые применена торговой маркой «Four Seasons» в 1980-х г.

8. Франчайзинг. Объединение гостиниц происходит путем заключения контракта на управление между владельцем организации и компанией, главным направлением деятельности которой является профессиональное управление гостиницами на данном сегменте рынка. Впервые применена торговые марки: «Holiday Inn», «Radisson» в 1980-х г.

9. Объединение торговых марок. Первоначально это были компании, привлекавшие инвесторов низкими ценами, по которым можно было приобрести торговые марки или гостиничные цепи, имевшие высокий потенциал роста благодаря их вхождению в глобальные франчайзинговые программы. Впервые применена торговой маркой «Choice Hotels International» в 1990-х г.

10. Заключение контракта на управление. Заключение контрактов с фирмами, которые специализировались на управлении гостиницами и мотелями, находящимися в собственности банков, страховых компаний, пенсионных фондов, бизнес – компаний или индивидуальных владельцев. Впервые применена торговой маркой «Interstate Hotels» в 1990-х г.

11. Вертикальная и горизонтальная интеграция. Вертикальная и горизонтальная интеграция представляют собой стратегии, включающие тот или иной объект индустрии гостеприимства в несколько сфер бизнеса, связанных с отдыхом. Впервые применена торговой маркой «Carlson».

12. Узкая специализация. Стратегия, при которой компании выбирают такое направление развития, предполагающее наличие одного продукта или услуги, соответственно не применяя ни сегментации продукта, ни его классификации, ни вертикальной или горизонтальной интеграции. Впервые применена торговой маркой «Four Seasons».

13. Стоимостная связь продукта и услуг. Стратегия предоставления гостиничных услуг, соответствующих специфическим ценностям и психографическим тенденциям потребительского спроса. Впервые применена торговой маркой «Embassy Suites».

14. Глобализация. Проникновение мировых гостиничных цепей на локальные рынки. При этом уровне риска, стратегии роста и причины, толкающие компании к экспансии на внешнем рынке, меняются от одной компании к другой, от одного рынка к другому. Впервые применена торговые марки: «Marriott», «Holiday Inn», «Accor», «Choice Hotels International».

15. Стратегические альянсы. Заключение соглашений об относительно продолжительной кооперации двух или более партнеров для достижения коммерческих целей, идущие дальше обычных торговых операций, но не доводящие дело до слияния. Впервые в 1928 г. под названием «Ведущие отели мира», в него вошли 432 гостиницы в 80 странах мира.

Таким образом, во всем мире рынок гостиничных услуг стал активно осваиваться: сформировался верхний ценовой сегмент, представленный высококлассными гостиницами; строятся и реконструируются гостиницы среднего класса; осваиваются новые ниши, например ниша малых гостиниц высокого класса; предпринимаются попытки создания отечественных гостиничных сетей. Предприятия индустрии гостеприимства считаются наиболее привлекательными для инвесторов. Значительный разрыв между потенциалом гостиничного сектора и существующим положением дел в данной сфере деятельности в Республики Беларусь свидетельствуют об актуальности и важности данного исследования, учитывая значительные выгоды от развития гостиничной индустрии для белорусского туризма.

### Список использованных источников

1. Веснин, В. Р. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В. Р. Веснин. М: МГИУ, 2007 – 320с.
2. Дюков, И. И Стратегии развития бизнеса / Игорь Дюков. – Санкт-Петербург. Питер: Питер-Пресс, 2008- 235с.
3. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент /Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – 2-е изд., перер. и доп. – М. : Магистр, 2010 – 524 с.
4. Ефимова, О. П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / О. П. Ефимова, Н. А. Ефимова, Т. А. Олифиренко; под ред. Кабушкина. – 4-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2008. – 392 с.
5. Камнева, В. В. Стратегические аспекты управления предприятиями в сфере гостиничного бизнеса: диссертация на соискание к.э.н. / В. В. Камнева, Хабаровск, 2009. – 162 с.
6. Кандинов, Б. Р. Формирование стратегии гостиничного бизнеса: на примере Санкт-Петербурга: диссертация на соискание к.э.н. / Р. Б. Кандинов. – СПб., 2005. – 155 с.
7. Павлова, Г. А. Формирование стратегии развития гостиничного бизнеса в мегаполисе: диссертация на соискание к.э.н. / Г. А. Павлова. – СПб., 2005. – 186 с.
8. Стасюк, Б. О. Формирование и использование стратегической модели развития гостиничного предприятия на основе системы взаимосвязанных показателей: диссертация на соискание к.э.н. / Б.О. Стасюк. – М., 2006. – 197 с.
9. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент/ М. Б. Шифрин. – 2-е изд – СПб. : Питер, 2009. – 320 с.

## НЕДОСТАТКИ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ КОММУНИКАЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

**А.Г. Ковалева,**

студентка 1 курса факультета МЭО и М

Научный руководитель: **Г.П. Личко**, доцент, канд. техн. наук

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Известно, что термин «коммуникация» от латинского «communicatio» означает сообщение, общение, передача и от латинского «communis» – делать общим, связывать, сообщать. Коммуникация-это процесс обмена информацией. Он включает в себя объект информации(непосредственно передаваемая информация) и субъект (лица, организации, которые передают или получают информацию).В настоящее время коммуникации являются основой существования и развития организации, ее взаимодействия с внешним миром. С их помощью происходит связь между сотрудниками, руководителями, организациями. Эффективность коммуникаций зависит от того, понимают ли субъекты друг друга, имеют ли они соответствующие для этого навыки.Если коммуникации эффективны, то организация идет к поставленной цели и ее основные функции выполняются на высшем уровне. И наоборот, если коммуникации не развиты на должном уровне, люди не смогут договориться и тогда возникнут проблемы на пути достижения цели, что негативно повлияет на дела организации. Очень важным для осуществления функций управления является обмен информацией внутри организации. Например, поручения не будут выполнены, если они не будут переданы тем людям, которые должны их выполнить. Обычно, если руководство может правильно сформулировать цель работы, это значительно повышает шансы ее успешного выполнения. До тех пор, пока работники не понимают, что и как им нужно сделать, они не могут хорошо работать. Руководители большую часть своего времени тратят на коммуникации, поддержание связей в коллективе, их непосредственное развитие, так как связи между сотрудниками и руководством играют большую роль. Организации взаимодействуют между собой, руководители делятся информацией, налаживают деловые связи для дальнейшего сотрудничества. Любая организация заинтересована в том, чтобы коммуникации были эффективны. В наше время есть масса средств, которые помогают в передаче информации. Средства коммуникации включают технические средства связи: телефон, электронную почту, факс, а также отчеты, служебные записки и различные справочные материалы. Рассмотрим более подробно самые распространенные средства коммуникации.

1. Электронная почта. Это, по сути, самое популярное средство передачи информации в организации. Само сообщение передается в форме письменного текста, можно передавать большие объемы информации, прикреплять дополнительные файлы. Сотрудники могут связываться друг с другом, делиться необходимой информацией и при этом не покидать рабочее место. Сейчас практически у каждой организации есть свой почтовый ящик, с помощью которого можно связаться напрямую с руководством или ответственным лицом. На электронную почту можно посылать обращения к руководству организации, предложения сотрудничества, жалобы или благодарности, а также многое другое в зависимости от специализации фирмы.

2. Мобильная связь. Люди активно пользуются мобильными телефонами, в которых со временем появляется больше полезных приложений и функций. Они портативны и в области управления являются

главными помощниками: руководители могут связываться с подчиненными и давать указания, назначать и отменять встречи, быть в курсе всех новостей фирмы и так далее.

3. Интернет. Это, пожалуй, самый распространенный источник передачи и получения информации. Существует множество социальных сетей, где сотрудники и руководители могут обмениваться информацией. Если у руководителей фирм не получается встретиться лично для проведения переговоров, они могут воспользоваться видео-связью, которая в наше время широко распространена. Видео-связь(телеконференция)- это способ общения на расстоянии, суть которой состоит в том, что большое количество людей(например, сотрудники) могут одновременно слушать одного человека (руководителя).

Наряду с развитием современных средств коммуникаций, отчетливо проявляются их недостатки. Рассмотрим некоторые из недостатков подробнее.

1. Общение на расстоянии не позволяет руководителю почувствовать психологический настрой человека, ощутить физический и психологический контакт, присутствие непосредственному общению. Примером или доказательством такого ограничения являются широко распространенные игры «Что?Где?Когда?». В этих играх, команды, находящиеся за одним столом, лучше генерирует и оценивает возможные идеи и решения поставленных задач, чем команда, например, связанная системой Skype. Следовательно, распространенный в современном мире вариант проведения «митингов» с помощью глобальных систем связи не позволяет использовать в полной мере психологическую и физическую общность коллектива.

Вторым недостатком, на наш взгляд, является разное влияние административных наказаний или поощрений. При личном общении, возникает обмен психологической информацией и вместе со внушением или поощрением передается посредством этого контакта чувство вины или радости. Примером такого отношения является различная степень влияния дистанционных наказаний или поощрений на сотрудника по сравнению с личным общением.

Третьим недостатком удаленных коммуникаций является невозможность контроля плагиата в какой-либо форме. Теряется полноценная личностная оценка сотрудника. Человек превращается в своего рода робота, выполняющего указания работодателя.

Четвертым недостатком удаленных систем коммуникаций можно назвать их сравнительную незащищенность от несанкционированного доступа с соответствующими негативными последствиями

Какой же выход предлагается? На наш взгляд, несмотря на положительные экономические результаты, получаемые при активном использовании современных средств удаленной коммуникации, следует не пренебрегать и взаимными коммуникациями, например, посредством непосредственных общений. В том случае можно использовать потенциал группового взаимодействия и повысить ожидаемые результаты. Возможно, в будущем появятся новые средства общения на расстоянии, которыми будут пользоваться объекты и субъекты для передачи и приема информации. Но не следует забывать о живом, реальном общении, которое в тысячу раз ценнее разговоров по телефону и переписок в интернете.

Итак, коммуникации играют важную роль в менеджменте. Они являются основой всего управления. Без знания коммуникации руководитель не сможет грамотно управлять фирмой, налаживать связи с партнерами и быть в курсе событий. Поэтому очень важным является приобретение этих навыков, умение четко и грамотно выражать свои мысли и ставить задачи перед подчиненными.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**О.В. Купцова, Д.В. Диковицкая,**

студентки 2-го курса, экономического факультета

*Учреждение образования «Брестский государственный технический университет», г. Брест*

В рамках традиционных схем территориально-отраслевого управления региональной экономикой решение вопроса устойчивости региона невозможно, а требует новых подходов к территориальной организации, способных оптимизировать структуру, создать новые конкурентные преимущества и привести к устойчивому росту региональной экономики. В современных условиях конкурентные преимущества региональной экономики в определяющей степени определяются ее способностью к ускоренному созданию и внедрению новейших технологий. Поэтому мы считаем, что в осуществлении технологического прорыва, который обуславливает устойчивость экономического развития, важную роль должна сыграть интеграция расположенных в регионах предприятий и организаций, выполняющих разные функции и объединенных технологическим процессом, результатом которого является наукоемкий продукт, созданный усилиями всех участников этого процесса, где наиболее правильной формой их объединения будет кластер. Эффект в

данном случае будет достигаться за счет того, что на рынке начнут конкурировать не отдельные предприятия регионов, а региональные научно-производственные и промышленные комплексы, которые, благодаря научно-производственной и технологической кооперации, обеспечат сокращение транзакционных издержек.

Развитие отраслевой и территориальной структуры регионального хозяйственного комплекса тесно взаимосвязаны между собой. Первая представляет собой совокупность отраслей, образующих региональную экономику и социальную сферу; вторая – структурные элементы области или низовые экономические районы (например, районы и области).

Совершенствование отраслевой и территориальной структуры хозяйственного комплекса региона является важнейшим фактором экономического роста и тесно связано с созданием территориально-производственных и многоотраслевых производственных комплексов – кластеров. В соответствии с нашими представлениями, кластер был определен как региональный хозяйственный комплекс, производственные элементы которого технологически взаимосвязаны. Условия технологической взаимосвязи предприятий и сложившиеся отраслевые и территориальные структуры способствуют образованию на территории региона кластеров.

В отечественной научной литературе кластер как экономическая категория и объект управления не исследован, а в зарубежной существуют расхождения в формальном определении кластера и факторов формирования и развития регионального кластера. Понятие «кластер» – это сосредоточение наиболее эффективных и взаимосвязанных видов экономической деятельности, т.е. совокупность взаимосвязанных групп успешно конкурирующих фирм, которые образуют «золотое сечение», в западной интерпретации «diamond — бриллиант» всей экономической системы государства и обеспечивают конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках [12].

Согласно теории Майкла Портера, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [9;11]. В этом определении автор акцентирует внимание на трёх основных свойствах кластеров предприятий:

- географическая локализация. Масштабы кластера могут по Портеру варьироваться от одного города или региона, до страны или даже ряда стран;
- взаимосвязь между предприятиями. Портер отмечает, что кластер является особой формой сети взаимосвязанных предприятий и более глубокое развитие связей свидетельствует о степени развития самого кластера;
- технологическая взаимосвязанность отраслей. В кластере присутствуют предприятия разных отраслей, но которые технологически связаны между собой. Обычно это компании готового продукта; поставщики специализированных факторов производства, компонентов, машин, а также сервисных услуг; финансовые институты; производители сопутствующих продуктов и др.

Среди российских исследователей представляется интересной работа М.Афанасьева, Л.Мясникова, которые под кластером понимают сеть независимых производственных, сервисных фирм, включая их поставщиков, создателей технологий и ноу-хау (университеты, научно-исследовательские институты, инжиниринговые центры), связующих рыночных институтов (брокеры, консультанты) и потребителей, взаимодействующих друг с другом в рамках единой цепочки создания стоимости [10]. Его позиция более близка нам с точки зрения научно-образовательного кластера, т.к. они объединяют университеты, научно-исследовательские институты, инжиниринговые центры в кластер.

В исследованиях Янковской Ю. под кластером понимается сеть поставщиков, производителей, потребителей, взаимосвязанных в процессе создания добавочной стоимости [2]. Данный подход основывается на учете положительных синергетических эффектов региональной агломерации, т.е. близости потребителя и производителя, сетевых эффектах и диффузии знаний и умений за счет миграции персонала и выделения бизнеса.

В целом различаются три широких определения кластеров [4], каждое из которых подчеркивает основную черту его функционирования:

- это регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям (НИИ, университетам и т. д.);
- это вертикальные производственные цепочки; довольно узко определенные секторы, в которых смежные этапы производственного процесса образуют ядро кластера (например, цепочка «поставщик – производитель – сбытовик – клиент»). В эту же категорию попадают сети, формирующиеся вокруг головных фирм;

- это отрасли промышленности, определенные на высоком уровне агрегации (например, «химический кластер») или совокупности секторов на еще более высоком уровне агрегации (например, «агропромышленный кластер»).

Широкое распространение получили исследования в области сетевой организации бизнеса (network organization). Это понятие используется преимущественно тогда, когда эффект «внешней экономии» для объединения предприятий становится менее важным, чем те дополнительные преимущества, которые оно генерирует за счет распространения опыта и содействия продвижению (информационный аспект). При этом не требуется локализация участников с географической точки зрения. Следует различать понятия «кластер» и «сеть» предприятий. Термин «сеть» относится к группе средних фирм, которые взаимодействуют для достижения общих целей – дополняя друг друга и специализируясь, чтобы преодолеть общие проблемы, достичь коллективной эффективности и захватить новые рынки. Кластер же предприятий указывает на отраслевую и географическую концентрацию фирм, которые производят и продают ряд связанных или взаимодополняемых товаров совместными усилиями. Кластеры предприятий в значительной мере более эффективные и жизнеспособные, если они включают в себя всех экономических субъектов, с которыми фирмы взаимодействуют. Среди участников следует особо необходимо выделить следующих:

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

Следует отметить, что особенностью кластера является способность обеспечить рост конкурентоспособности региона.

В настоящее время экспертами описаны семь основных характеристик кластеров, на комбинации которых базируется выбор той или иной кластерной стратегии:

- географическая: построение пространственных кластеров экономической активности, начиная от глубоко местных (например, садоводство в Нидерландах) до подлинно глобальных (аэрокосмический кластер);
- горизонтальная: несколько отраслей/секторов могут входить в более крупный кластер (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);
- вертикальная: в кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно, кто именно из участников сети является инициатором и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера;
- латеральная: в кластер объединяются разные секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультимедийный кластер);
- технологическая: совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (как, например, биотехнологический кластер);
- фокусная: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра - предприятия, НИИ или учебного заведения;
- качественная: здесь существенен не только вопрос о том, действительно ли фирмы сотрудничают, но и то, каким образом они это делают [4].

Кластеры конкурентоспособных отраслей, которые достигают успеха, представляются в виде вертикальной цепи, состоящей из большого числа последовательных ступеней и из отраслей, обеспечивающих оборудованием и другими специализированными ресурсами. Образование кластеров ускоряет процесс в отдельно взятых отраслях, что ведет к всплеску инноваций и укрепляет способность конкурировать на мировом рынке.

Преимуществом кластера также является эффект охвата, возникающий при существовании фактора производства, который может быть использован одновременно для производства нескольких видов продукции. Этот фактор характеризуется многофункциональной природой. При группировке фирм в кластеры эффект охвата значительно усиливается, так как возникает возможность использовать многофункциональный фактор: на различных предприятиях при минимизации транзакционных издержек, связанных с её передачей.

В кластере выгода распространяется по всем направлениям связей:

- новые производители, приходящие из других отраслей, ускоряют свое развитие, стимулируя НИР и обеспечивая необходимые средства для внедрения новых стратегий;

- происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшеств по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами;
- взаимосвязи внутри кластера, часто абсолютно неожиданные, ведут к появлению новых путей в конкуренции и порождают совершенно новые возможности;
- людские ресурсы и идеи образуют новые комбинации.

В результате, кластер — это сочетание лидирующих фирм, которые производят продукты и услуги; поставщиков, которые существуют в регионе; экономических основ или бизнес-климата.

Когда эти организации взаимосвязаны, работают и решают проблемы совместно, пытаются работать на общую конкурентоспособность региона, это приводит к конкурентоспособности кластера. Эти предприятия имеют общие возможности и барьеры для повышения конкурентоспособности. За счет этого в регионе остается большая доля стоимости, потому что здесь приходит стоимость не только от лидирующих фирм, но и стоимость от поставщиков, инфраструктур и так далее. Вот, что, приблизительно, подразумевает понятие «кластер».

Если рассматривать кластер как определенную концентрацию организаций, социальные аспекты также должны изучаться, поскольку участники кластера не просто присутствуют на некотором физическом пространстве, но и вступают в частные, деловые, институциональные, политические, культурные отношения, составляя социально-экономическую систему и усиливая потенциал кластера.

Под **потенциалом кластера** следует понимать меру его способности в процессе самоорганизации получить более высокие конкурентные преимущества для кластера в целом, чем для каждой организации в отдельности, сформировать инновационную региональную среду и усилить тем самым конкурентоспособность региона.

В последние годы большое внимание уделяется вопросам создания кластеров "снаружи", на основе формирования особой региональной политики, позволяющей строить кластер предприятий аналогично локальному предприятию. При этом подразумевается, что основным условием формирования кластера является наличие в регионе предприятий достаточно развитой (высокотехнологичной) отрасли промышленности; связи между ними и создание необходимых обеспечивающих предприятий и организаций происходит в рамках разработанной экзогенной стратегии. Однако для традиционных отраслей и регионов со сложившейся промышленно-производственной структурой этот подход не применяется, поскольку целесообразность формирования кластера на уровне региона выявляется скорее по уровню инвестиционной привлекательности, определяемой на основе традиционных рейтинговых оценок.

Такой подход имеет право на существование на уровне государства и определенных регионов как один из способов реализации промышленной политики и развития приоритетных направлений для повышения конкурентоспособности государства. Тем не менее, этого недостаточно, поскольку даже при условии успешного экзогенного развития национальных и региональных кластеров общий уровень конкурентоспособности растет слабо.

Мировой опыт не дает четких объяснений причин зарождения и успешного развития кластера. Некоторые аналитики поведенческих особенностей в кластерах (в частности, М. Энрайт [5]) объясняют причины формирования и развития кластеров при помощи теории внешней торговли, экономики агломераций, рынка труда, управления знаниями. Другие исследователи (например, Ч. ДеБрессон и К. Ху [3]) подчеркивают связь между инновациями и концентрацией, используя теории полюсов роста, блоков развития и теории предпринимательства Й. Шумпетера. Наиболее общими факторами формирования кластеров считаются: стратегические возможности коммерческой деятельности в результате определенных видов союзов; традиционные региональные преимущества рынка факторов производства (резервы рабочей силы и свободные знания; роль некоммерческих учреждений типа университетов, колледжей, профсоюзов и ассоциаций).

Однако все эти теории не объясняют эндогенных (внутренних) причин формирования кластеров и их саморазвития.

Наиболее очевидной причиной саморазвития кластера является заинтересованность предприятий в:

- потребителях, что позволяет получить конкурентные преимущества на основных рынках и в основных и поддерживающих отраслях промышленности;
- продуктах, требующая концентрации для производства конечного продукта, осуществления сервиса или исследований;
- кооперации малых, средних и крупных предприятия для совместного преодоления проблем, не решаемых индивидуально;
- технологиях производства, обеспечивающих изготовление конкурентоспособной продукции;
- ресурсах, включая материальные, финансовые, трудовые, информационные и др.

Предпосылкой формирования кластера является наличие географической концентрации населенных пунктов с наличием в них организаций различных размеров и форм, использующих единые трудовые ресурсы и работающих на основе общей промышленной и социальной инфраструктуры. Территории регионов

со сложившейся промышленно-производственной структурой, как правило, уже являются развитыми социально-промышленными системами типа "ядро – периферия" с наличием городов, оказывающих влияние на развитие других социально-экономических элементов региона и обеспечивающих увеличение занятости населения, прибыльности и рентабельности, скорости оборота капитала, рост совокупного спроса.

На протяжении нескольких длинных циклов регионы со сложившейся промышленно-производственной структурой оставались наиболее устойчивыми в развитии, обладая многофункциональной структурой экономики, широким комплексом отраслей. В современных условиях особое значение имеют малые формы производства, а инфраструктурная и культурная подготовленность регионов со сложившейся промышленно-производственной структурой активно способствует формированию таких форм. Такая ситуация, с одной стороны, создает условия для спонтанного формирования кластеров, а, с другой стороны, максимально сокращает формальную стадию зарождения кластера.

Особенностью процесса спонтанного формирования кластеров является постепенное «втягивание» в его состав организаций по всей территории системы «ядро – периферия», независимо от их территориально-административной принадлежности. Фактически спонтанное формирование кластера не предполагает обязательного учета территориальных границ, поэтому, при адекватном политическом регулировании, вероятно появление в будущем кластеров, существующих не только в нескольких областях, но в нескольких государствах.

Преимуществом спонтанного возникновения кластера является готовность населения регионов со сложившейся промышленно-производственной структурой к инновациям. Данные различных статистических исследований [1,6,7,8] подтверждают, что нововведения в большей степени присущи районам, имеющим в своем составе разноотраслевые организации и исторически концентрировавшим ресурсы, способные создавать новые знания. Наибольшее количество успешных мировых кластеров расположено именно на таких территориях. Это может быть связано с тем, что на них источники знаний отличаются большим разнообразием; в этом случае обмен дополняющими друг друга знаниями между разными участниками экономической деятельности дает наибольшую отдачу от использования нового экономического знания. Мировая практика имеет примеры такого «перекрестного опыления», связанные с передачей опыта от организаций одной отрасли предприятиям другой (метод *just-in-time*, заимствованный японцами у американских супермаркетов; ускорение обслуживания самолетов на основе опыта автомобильных гоночных команд). Передача знаний на ограниченной территории осуществляется быстрее и более точно, что позволяет усилить инновационную активность и ускорить экономический рост.

В результате развития кластер приобретает жесткое ядро участников, объединяемых доверием, сформировавшееся путем самоотбора. На этой стадии организации ожидают высоких коммерческих результатов, реализуя проекты для удовлетворения хорошо изученных потребностей клиентов, сознавая тенденции изменения этих потребностей. Механизм удовлетворения потребностей отработан наряду с юридическими аспектами и структурой договоров. Последние охватывают торговые связи с клиентами, а также все стороны взаимодействия с региональным правительством в силу превращения кластера в фактор развития региона и усиления его конкурентоспособности. Кластер преобразовывается в структуру, реализующую цели развития региона, трансформируясь в традиционный региональный кластер.

Можно выделить следующие категории участников кластера по видам их деятельности:

- обеспечивающие основной вид деятельности. Наиболее важные участники кластера; они получают свои основные доходы от потребителей, которые находятся за пределами кластера;
- обеспечивающие прямую либо косвенную поддержку основных видов деятельности в кластере. Они могут включать в себя поставщиков специализированных машин, компонентов, исходных материалов, а также организации, предлагающие услуги в области финансового (венчурного) капитала, юриспруденции, разработки, маркетинга, связей с общественностью. Часто эти организации являются высоко-специализированными, но физическое расположение мешает им выступать в качестве основных участников кластера;
- обеспечивающие «мягкую» поддерживающую инфраструктуру: местные университеты, учебные заведения среднего и профессионального образования, местные торговые организации, профессиональные ассоциации, агентства различного рода, выступающие ключевыми элементами в развитии кластера. Качество «мягкой» инфраструктуры и степень кооперации между ними весьма важны прежде всего на этапе разработки и формирования кластера;
- обеспечивающие «жесткую» (физическую) инфраструктуру: дороги, порты, ремонт, коммуникации и т.п. Качество этой инфраструктуры необходимо для достижения требуемых конкурентных преимуществ как внутри кластера, так и вне его.

По мере развития кластера формируется его инфраструктура, образуемая следующими составляющими: организационной, правовой, кадровой, информационной. Учитывая частоту взаимодействий между участниками кластера, его важной проблемой становится правовая составляющая, и особенно — разрешение вопросов, связанных с интеллектуальной собственностью. Последние наиболее слабо разработаны в

практике формирования и функционирования кластеров и представляют собой особую сложность в случае спонтанно развивающихся кластеров в регионах со сложившейся промышленно-производственной структурой, создавая рамочные условия их развития.

Таким образом, для реализации кластерного подхода необходимо создание правового поля функционирования самих производственных кластеров. В целях разработки правового поля инфраструктурного обеспечения кластеров необходимо обосновать организационно-правовую форму кластеров. Зарубежный опыт показывает, что в разных странах используются различные организационно-правовые формы создания юридического органа управления кластерами: промышленные ассоциации [13], общественные объединения [13], общества с ограниченной ответственностью [13], государственно-частные товарищества [13], акционерные общества [13]. Проблема состоит в выборе наиболее адекватной белорусскому законодательству правовой формы организации кластеров в Республике Беларусь.

Предположительно, что целям и функциям кластера могли бы отвечать следующие организационно-правовые формы: ассоциация, союз и общественная организация, которые определяются Гражданским Кодексом Республики Беларусь (ГК) как некоммерческие организации [13].

Проанализировав данные, можно сказать, что наиболее приемлемой юридической формой организации кластеров является создание промышленной ассоциации. В качестве обоснования объединения субъектов кластера в форме ассоциации можно привести следующие критерии [13]:

- достижение общих целей участников объединения: коммерческие организации в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими (п.1 ст. 121 Гражданского кодекса).
- производственно-хозяйственная самостоятельность и имущественная независимость: члены ассоциации сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Ассоциация является юридическим лицом. Статус юридического лица позволяет ассоциациям лоббировать интересы своих участников перед органами государственной власти (п. 3 ст. 121 Гражданского кодекса).
- решение образовательных и научных задач: допускает создание объединений коммерческих и (или) некоммерческих организаций в форме ассоциаций. Это дает возможность входить в состав ассоциации таких некоммерческих организаций кластерной инфраструктуры, как научно-исследовательские организации, вузы, центры поддержки бизнеса (п. 4 ст. 46 Гражданского кодекса).
- простота вхождения в организацию: член ассоциации вправе по своему усмотрению выйти из ассоциации по окончании финансового года, с согласия членов ассоциации в нее может войти новый участник (п.2 ст. 123 Гражданского кодекса).

Ассоциация позволяет обеспечить достижение общих целей участников объединения, производственно-хозяйственную самостоятельность и имущественную независимость, а также решение образовательных и научных задач.

Неотъемлемым элементом реализации кластерного подхода является организационное и инфраструктурное обеспечение кластерных связей. Для организации кластеров и стимулирования их развития с целью повышения конкурентоспособности их участников необходимы органы, обеспечивающие, во-первых, государственную поддержку кластеров на макро- и местном уровне; во-вторых, органы, стимулирующие научные исследования и разработки; в третьих, образовательные органы, стимулирующие повышение квалификации работников кластера и распространение знаний между субъектами кластера.

С учетом этих установок, система инфраструктурного обеспечения кластерного подхода в Республике Беларусь представляется следующей:

- 1-ая группа – правительственные организации на макро- и региональном уровне;
- 2-ая группа – учреждения бизнес-услуг на региональном уровне;
- 3-ая группа – региональные образовательные и научно-исследовательские учреждения.

В качестве правительственных организаций предлагается создать комиссию по кластерам при Министерстве экономики Республики Беларусь, которой рекомендуется осуществлять: взаимодействие с правительством, республиканскими и местными органами управления по вопросам разработки законодательной базы кластеров; сбор информации о деятельности кластеров; анализ кластеров и оценку их конкурентоспособности; готовить предложения по проекту национальной кластерной стратегии.

В целях повышения эффективности управления экономикой и недопущения роста затрат на содержание аппарата управления, предлагается комиссию по кластерам создать на базе существующей в настоящее время комиссии по повышению конкурентоспособности экономики (создана Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 382 от 20. 03. 2003 г.), которая должна расширить свои функции за счет рекомендованных ей функций управления кластеризацией экономики Беларуси. [13]



Во 2-ю группу включаются следующие организации: промышленные ассоциации, торговые палаты, центры маркетинга, центры поддержки предпринимательства, региональные центры стандартизации и сертификации и др.

В результате исследования установлено, что в рамках организационно-функциональных методов кластерной стратегии устойчивого развития региона основным инструментом 3-ей группы должно стать создание эффективно действующей инновационной инфраструктуры, основным элементом которой выступит технопарк на базе Брестского государственного технического университета.

Исходя из требований инновационного развития региона и возможностей его инновационного потенциала, главными направлениями деятельности технопарка должны стать: разработка и производство строительных материалов и технологий; внедрение информационных и телекоммуникационных технологий; создание промышленных технологий и оборудования; разработка природоохранных, ресурсосберегающих технологий; трансфер инноваций.

Таким образом, в настоящей статье были проанализированы существующие подходы к кластеризации региональной экономики, выявлены условия формирования кластеров, а также организационно-правовой механизм взаимодействия его участников.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что развитие кластеров является основой повышения конкурентоспособности региональной экономики и государства в целом.

### Список использованных источников

- 1 Asheim, B. Localized Learning, Innovation and Regional Clusters. — Cluster Policies -Cluster Development? Edited by Age Mariussen. Stockholm 2001. (Nordregio Report 2001:2).
- 2 Audretsch, D.B., Feldman M.P. Innovative clusters and the industry life cycle. — Review of Industrial Organization. — No 11. — 1996. — P. 253–273.
- 3 Audretsch, D.B., Feldman M.P. Innovative clusters and the industry life cycle. — Review of Industrial Organization. — No 11. — 1996. — P. 253–273.
- 4 Baptista, R. Productivity and the Density of Local Clusters. Paper presented at International Workshop on
- 5 DeBresson, Ch., Xioping Hu. Techniques to Identify Clusters of Innovative Activity: A New Approach and a Toolbox, OECD. — Paris: 1999.
- 6 Laestadius, S. Technology level, knowledge formation, and industrial competence in paper manufacturing, in Eliasson, G. et al. (eds.), 1998.
- 7 Saxenian, A. Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128, Harvard Business Press, Cambridge, Mass., 1994
- 8 Wolfe, D.A. Social capital and cluster development in Learning regions. II [www.utoronto.ca/progris/Wolfe Social-Capital.pdf](http://www.utoronto.ca/progris/Wolfe%20Social-Capital.pdf)
- 9 Ващекин, Н. П. Устойчивое развитие: мнение ученых / Н. П. Ващекин, В. А. Лось. — М., 2002. — С. 42.
- 10 Калинин, М. Ю. Анализ управления устойчивым развитием региона / М. Ю. Калинин // Региональная экономика. Теория и практика. — 2005. — № 11.
- 11 Калинин, М. Ю. Теоретико-методические основы концепции устойчивого развития региона / М. Ю. Калинин // Региональная экономика. Теория и практика. 2005. — № 9.
- 12 Пчелинцев, О. С. Региональная экономика в системе устойчивого развития / О. С. Пчелинцев. — М. : Наука, 2004. — С. 34.
- 13 Яшева, Г. А. Кластерный подход в повышении конкурентоспособности предприятий / Г. А. Яшева. — Витебск, УО ВГТУ, 2007.

## ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

**А.А. Курочкина,**

доктор экономических наук, профессор,

**В.Ю. Зиньковская,**

аспирант

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования*

*«Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»,  
г. Санкт-Петербург*

Наиболее важным направлением осуществления государственной политики в области экономического развития любой страны является обеспечение продовольственной безопасности. Она включает в себя гарантии стабильного продовольственного обеспечения населения, а также обеспечение продовольственной независимости государства путем поддержки сельскохозяйственного производства. Продовольственная безопасность зависит как от макроэкономической ситуации, так и от развития национального агропродовольственного сектора экономики.

Современная геополитическая ситуация заставляет российское общество задуматься о проблеме продовольственной безопасности. Экономические санкции, введенные против нашей страны, обострили аспект самообеспечения и импортозамещения основных продуктов питания в продовольственном вопросе. На протяжении нескольких последних лет очень активно рассматривался вопрос самообеспечения Российской Федерации. Однако, несмотря на стремление улучшить продовольственную ситуацию, удельный вес продовольствия зарубежного производства в структуре общего импорта товаров имел тенденцию к увеличению.

Продовольственную безопасность принято рассматривать с помощью целой системы показателей и критериев, таких как, например, уровень зависимости страны от импорта продовольственной продукции, то есть самообеспеченность продовольствием, доступность продовольствия для населения (как физическая, так и экономическая) и так далее.

В таблице 1 проанализируем динамику экспорта и импорта (в млрд долларов) продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья России с 2010 по 2013 год.

*Таблица 1*

**Динамика экспорта и импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья России (млрд долл.)**

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013 г. к 2010 г., %
Экспорт	8,8	13,3	16,8	16,2	184,1
Импорт	36,4	42,5	40,7	43,1	118,4

*Источник:* [3].

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что в 2013 году объем импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья был в объеме 43,1 млрд долл, а в динамике вырос на 18,4 %. Российские импортеры стали больше завозить молочной продукции, растительных тропических масел, сахара-сырца и многих видов овощей.

В условиях сложившейся ситуации, нашей стране предоставляется уникальная возможность обратить санкции, касающиеся ограничения европейского экспорта, в свою пользу, развивая собственное внутреннее производство. Данные меры, прежде всего, касаются предпринимателей, ведущих свою деятельность в сфере сельского хозяйства. Необходимо развивать и увеличивать поставки на российский рынок основных продовольственных товаров отечественных производителей.

Тот факт, что в последние годы объем вклада среднего и малого бизнеса в ВВП страны постоянно растет, безусловно является положительной тенденцией. Однако в условиях внешних экономических угроз, резкого сокращения экспорта государство должно создать все условия для предпринимателей малого и среднего бизнеса. Это касается низких, а лучше нулевых, банковских процентных ставок под кредиты на несколько лет, создание свободных экономических зон и зон опережающего развития, где создаются льготные налоговые условия, благоприятные для притока инвестиций.

Таким образом, проблема импортозамещения продовольственных товаров на товары отечественных производителей представляется вполне решаемой. Гораздо большую экономическую опасность для России представляет запрет на импорт высокоточных станков, которые производятся в основном в Германии. Таким образом, это очень сильно может отразиться на отечественной экономике, поскольку наше станкостроение ликвидировано достаточно давно. России необходимо предпринять серьезные меры по обеспечению собственной экономической безопасности в области импортозамещения промышленного производства.

Обеспечение продовольственной безопасности связано с рисками, которые могут существенно ее ослабить.

Среди основных рисков, которые могут в ближайшей перспективе угрожать состоянию продовольственной безопасности нашей страны, можно выделить:

- снижение посевных площадей под продовольственные культуры за счет увеличения посевных площадей под технические культуры;
- замедление темпов модернизации ряда отраслей агропромышленного комплекса за счет отсутствия аналогов импортируемого оборудования;
- неразвитость инфраструктуры хранения, транспортировки и товародвижения пищевой продукции;
- внешнеэкономические факторы и колебания курса рубля;
- повышение цен на материально-технические средства и энергоресурсы;
- эпизоотические риски, которые могут проявиться в случае возникновения и распространении на территории Российской Федерации очагов особо опасных и карантинных болезней животных, в том числе связанных с заносом возбудителей болезней с территории сопредельных государств или с импортируемыми животными.

Недостаточное бюджетное финансирование обеспечения противоэпизоотических мероприятий средствами диагностики и специфической профилактики особо опасных и карантинных болезней животных может негативно сказаться на эпизоотической ситуации на территории Российской Федерации, благополучии отрасли животноводства и обеспечении защиты населения от болезней, общих для животных и человека; высокая степень кредитного обременения сельскохозяйственных, рыбохозяйственных и пищевых предприятий [2].

При наличии вышеперечисленных рисков формируются угрозы продовольственной безопасности, приводящие к несоблюдению пороговых критериев продовольственной безопасности. Для обеспечения устойчивости экономического развития требуется реализация мер государственного регулирования.

Для решения проблем продовольственной безопасности России необходимо выработать и законодательно закрепить механизмы повышения доступности и качества продовольствия. Исходя из задач повышения здоровья нации, в том числе предусматривая:

- развитие инфраструктуры продовольственного рынка и повышение ее доступности для всех товаропроизводителей аграрно-продовольственного сектора;
- недопущение установления межрегиональных торговых барьеров;
- разработку системы адресной продовольственной помощи;
- внесение изменений и дополнений в действующие нормативные правовые акты с целью создания единого государственного органа по контролю над качеством и безопасностью пищевых продуктов;
- стимулирование перехода от производства “обезличенного” продовольствия к выпуску отечественных продовольственных товаров под торговыми марками, что поднимет качество и повысит конкурентоспособность продукции отечественных товаропроизводителей.

Социально-экономическая политика, проводимая государством в области обеспечения экономической безопасности страны, должна учитывать риски и угрозы, которые могут отрицательно повлиять на продовольственную безопасность.

К основным угрозам продовольственной безопасности России можно отнести политические угрозы, превышение порогового уровня импорта, диспропорция цен на продовольственном рынке, слабый платежеспособный спрос населения, слаборазвитая система анализа, оценки и прогнозирования динамики развития агропродовольственного рынка.

Государственная политика, способная обеспечивать стабильное развитие отечественного агропромышленного комплекса на фоне сохраняющихся рисков и угроз, является необходимым условием для повышения уровня продовольственной безопасности Российской Федерации [1].

В сфере стабильного развития сельских территорий большое внимание следует уделить таким направлениям как государственная финансовая поддержка социальных программ в сельских поселениях, осуществление анализа и оценки уровня безработицы и уровня реальных доходов сельского населения.

Во внешнеэкономической сфере государственная политика должна обеспечивать активное использование защитных мер при растущем импорте сельскохозяйственной и рыбной продукции, сырья и продовольствия, а также постепенное снижение зависимости российского агропромышленного и рыбохозяй-

ственного комплексов от импорта технологий, оборудования, машин и других ресурсов, эффективную работу системы санитарного, ветеринарного и фитосанитарного контроля с учетом международных правил и стандартов. Внешнеэкономическая политика должна проводиться с соблюдением критериев продовольственной безопасности.

В целях обеспечения безопасности пищевой продукции необходимо контролировать соответствие продуктов на всех стадиях их производства, хранения, транспортировки, переработки и реализации требованиям законодательства Российской Федерации в области сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия, в том числе импортированных.

В области экономической доступности продовольствия (в частности ее повышения для всех групп населения) необходимо особое внимание уделить мерам, направленным преимущественно на уменьшение уровня бедности, обеспечение первоочередной поддержки наиболее нуждающихся слоев населения.

Для обеспечения физической доступности продовольствия целесообразно эффективно использовать механизмы поддержки регионов, недостаточно производящих продовольствие, либо оказавшихся в экстремальных ситуациях.

По направлению улучшения качества продукции должны быть приняты меры по совершенствованию системы обеспечения безопасности и контроля качества продуктов питания по всей цепочке — производства, хранения, транспортировки, переработки и реализации — необходимо создать современную инструментальную и методическую базу, организационную структуру контроля за качеством и безопасностью продовольственного сырья и пищевых продуктов.

Совместная работа всех органов государственной власти субъектов Российской Федерации необходима для обеспечения продовольственной безопасности страны.

Большое внимание необходимо уделить проблемам формирования эффективных механизмов обеспечения продовольственной безопасности. Данные механизмы целесообразно рассматривать в качестве составной части анализа, оценки и прогноза социально-экономического развития государства [2].

Обеспечение финансовой и экономической стабильности сельского хозяйства также является не менее важной задачей. Для решения данной задачи необходим непрерывный анализ и оценка ценового соотношения между сельскохозяйственным сектором и другими секторами экономики, помимо оперативного реагирования на внешнеполитические изменения для своевременного принятия мер по обеспечению рентабельности производства мяса, молока, зерна, сахара и других жизненно важных продовольственных товаров.

Некоторыми основными продуктами — зерном и картофелем, растительным маслом и сахаром — мы действительно обеспечиваем себя полностью или почти полностью, а остальными продуктами и сырьем — нет. С одной стороны, мы можем направить излишки зерна не на экспорт, а на развитие животноводства — на корм, но мы интегрированы в мировую экономику, что не позволяет нам это сделать (мы должны экспортировать, т.е. нам нужно увеличивать производство зерна).

Если представить, что сегодня Запад прекратит нам поставки продуктов, то, в первую очередь, пострадают любители экзотических видов продуктов и деликатесов, определенных запасов продуктов хватит на несколько месяцев, а дальше, нашей стране нужна будет помощь азиатских стран.

Очевидно, что для создания собственной продовольственной безопасности нашей стране необходимо несколько лет, которых ей может и не хватить.

Промышленность и торговля должны быть социально ориентированы — поэтому государственная поддержка должна быть направлена в первую очередь на производство птицы — она дешева, и свинины — она технологична. Необходимо развивать свои фермы по производству говядины и молока, увеличить выращивание яблок, возродить виноградники и другие культуры, которые возможно выращивать на территории нашей страны. Исходя из требований продовольственной независимости, источниками пищевых продуктов является продукция лесного, рыбного сельского, охотничьего хозяйства и пищевой промышленности.

Для разрешения проблемы продовольственной безопасности России необходимо также предпринять целый комплекс мер. Во-первых, необходимо модифицировать систему социально-экономического планирования в стране. Для этого необходимо внедрение комплексных, взаимоувязанных действий по различным направлениям. Во-вторых, необходимо развитие промышленного комплекса в стране, чтобы мы могли использовать свою сельскохозяйственную технику, а также современное оборудование для производства своих полуфабрикатов и т.п. В-третьих, необходима государственная поддержка сельхозпроизводителям и установление запрета на использование земель сельскохозяйственного назначения в других направлениях, а также содействие в их развитии, в том числе за счет привлечения частных фермеров. В-четвертых, необходимо снижение цен на тарифы, топливо и энергоносители, а также модернизация электростанций. В-пятых, создание государственных торговых предприятий с долей рынка 5 %-10 % позволит Правительству РФ сдерживать ритейлеров рыночными механизмами, а также иметь в своем резерве кадры в сфере торговли. В-шестых, необходимо возродить систему подготовки кадров в данном направлении, в том числе увеличить финансирование ряда НИИ для создания безопасных и высокоурожайных культур.

Стратегическая продовольственная безопасность возможна, если мы сами будем производить не только картофель и хлеб, но и мясо в своем разнообразии (птица, свинина, говядина), различные зерновые,

фрукты, в том числе яблоки, груши, виноград, ягоды, овощи: лук, помидоры, огурцы, картофель, капуста и т.д., которыми можно будет прокормить население, оказавшись в изоляции от западных стран.

Сегодня государство сделало очередную попытку экономического оздоровления ситуации на селе. Главная задача реализации национального проекта «Развитие АПК» состоит в создании благоприятных экономических и социальных условий в аграрной сфере. На региональном уровне – оказания финансовой помощи организациям сельского хозяйства, владельцам личных подворий, фермерам, что в итоге будет способствовать в решении проблемы продовольственной зависимости России от других стран.

Государственная политика продовольственной безопасности должна создать условия самообеспеченности и независимости от внешних факторов. Важнейшим экономическим приоритетом должна стать защита российских производителей, проведение комплекса мероприятий, включающих следующее: ужесточение требований по качеству ввозимой продукции, использование таможенных тарифов как инструмента защиты российских производителей, установление приоритета товаров отечественных производителей при закупках для государственных нужд.

#### **Список использованных источников**

1. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс] / Официальный сайт Президента России / Документы – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/6752>. – Дата доступа: 07.03.2015 г.
2. О продовольственной безопасности [Электронный ресурс] / Официальный сайт Правительства России / Новости / В министерствах и ведомствах – Режим доступа: [http://government.ru/dep\\_news/12151/](http://government.ru/dep_news/12151/). – Дата доступа: 07.03.2015 г.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] / Росстат – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. – Дата доступа: 07.03.2015 г.

## **РЕОРГАНИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

**А.А. Курочкина,**

доктор экономических наук, профессор,

**И.О. Манзик,**

аспирант

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение*

*высшего профессионального образования*

*«Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»,*

*г. Санкт-Петербург*

Сегодня в развитии рыночных отношений все большую значимость придают проблеме повышения качества и эффективности бизнеса путем совершенствования инновационных составляющих логистического инструментария. Традиционные методы ведения бизнеса в условиях современной экономики не в полной мере соответствуют тенденциям развития организаций. Внедрение информационных ресурсов позволяет значительно увеличить экономическую эффективность предприятия. Использование электронных систем ведения бизнеса приводит к расширению рынка сбыта, вследствие чего происходит повышение результативности продвижения товаров и услуг, а также сокращение времени обслуживания клиента и обработки запросов [1].

Актуальность данного вопроса также очевидна и в связи с тем, что в настоящий момент российская экономика испытывает острую потребность в инвестициях, при этом направленность инвестиционной активности определяется необходимостью реструктуризации и модернизации всей экономики. Вместе с тем рост глобализации и усиление конкурентных отношений заставляет компании искать новые способы минимизации издержек. Решение данной проблемы на основе технологических (товарных) и организационных инноваций видится одним из наиболее перспективных. Таким образом, инновационный фактор становится тотальным по степени влияния и распространения в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

Одним из способов совершенствования логистического инструментария является реорганизация цепей поставок. Основная задача реорганизации цепей поставок в электронной коммерции заключается в том, чтобы находить «новые способы автоматизации и ускорения бизнес-процессов», переходя от «традиционных методов ведения бизнеса к электронной торговле, мгновенно реагируя на изменение потребностей клиентов и осуществляя необходимые изменения в своей деятельности при появлении новых возможностей на рынке» [6].

Влияние электронной коммерции на цепь поставок можно проследить на примере трех ее составляющих: физического, финансового и информационного потоков:

- на физический поток можно повлиять, воспользовавшись информацией, а не прибегать к перемещению реальных продуктов и предоставлять информацию о продуктах через виртуальные пути. По существу, электронная коммерция может предоставить компаниям доступ к большему числу рынков и поставщиков без необходимости изменять физические объемы продукции и запасы, как это требовалось в ранее.
- на информационные потоки можно повлиять благодаря тому, что решения в области электронной коммерции обеспечивают доступ к информации в режиме «24 -7- 365» и устраняют традиционные бумажные документы. К тому же электронная коммерция особенно подходит для предоставления информации, связанной со слежением за перемещением продукта.
- на финансовые потоки электронная коммерция может повлиять благодаря особому свойству — предлагать более быстрые платежи и решения по урегулированию проблем на всех звеньях цепи поставок.

Благодаря мощным характеристикам у электронной коммерции большой потенциал, хотя он реализуется еще далеко не в полном объеме. Это один из последних участков, где бизнес может получить преимущества.

Тем не менее важным условием реорганизации цепочки поставок является решение двух задач:

- 1) оптимизации производственного процесса;
- 2) организации информационных потоков.

1. Оптимизация производственного процесса подразумевает работу производителя «с колёс», когда объёмы производства определяются размером получаемых заказов, а складские запасы минимальны. Это сложнее, чем ставшая уже классической японская система «Канбан», так как здесь недостаточно организовать ритмичное производство без складских запасов. Тут требуется повышенная степень готовности производства к выполнению поступающих заказов.

Проблема состоит в том, что даже среднесрочное производственное планирование в таких условиях теряет свою актуальность. Сокращение заказов вызывает немедленное обновление ассортимента, тогда как максимальный объём производства определяется производственными возможностями предприятия.

Как промежуточная форма организации поставок в электронной коммерции может применяться т.н. «предпродажа» (Pre-Sale). В этом случае покупателю товар отгружается не сразу с момента оплаты заказа, а по завершении производственного цикла (обычно 10-15 дней). При большом количестве модификаций товара (например, по цвету) задача может решаться через массовое изготовление полуфабрикатов, а затем быструю доводку их до требований заказчика.

В такой модели организации производства наиболее конкурентоспособными будут являться производители с коротким производственным циклом. Причём их конкурентоспособность зависит не только от организации производства, но и от организации поставок сырья. Такая форма отношений немыслима без развитой системы логистических посредников, принимающих на себя риски и ответственность за проведение рыночных трансакций.

2. Организация информационных потоков подразумевает не только инструменты электронных продаж и обмен информацией между участниками цепей поставок. Для производителей не менее важно обеспечить информационное сопровождение внутренних процессов. Если организация не в состоянии наладить эффективный обмен информацией между внутренними бизнес-процессами, трудно рассчитывать на то, что ей удастся обеспечить эффективный обмен информацией со своими внешними партнерами по цепи поставок.

Проблема внутренней интеграции данных и обеспечения их достоверности продолжает оставаться одной из важнейших проблем для организаций. Приступая к формированию той или иной системы электронной коммерции, компания, прежде всего, должна определить основные бизнес-процессы, к числу которых можно отнести: управление заказами клиентов, оценка и выбор поставщиков, а также разработка новых продуктов. Анализ и оптимизация указанных бизнес-процессов помогут компании исключить лишние элементы, задержки и бесполезную трату ресурсов, что в свою очередь позволит им быстрее адаптироваться к быстро меняющимся запросам клиентов. Такие информационные системы, как компьютерные сети и ERP, дают возможность компаниям более эффективно связывать между собой эти процессы.

В связи с этим становится очевидно, что одним из факторов обеспечения конкурентоспособности в настоящее время становится использование современных информационных систем, которые могут гарантировать компании очевидные преимущества: они обеспечивают практически мгновенное распространение информации по цепи поставок в обоих направлениях. Добиться максимальной отдачи в электронной коммерции могут лишь чрезвычайно быстрые и подвижные цепи поставок, главным конкурентным преимуществом которых считает высокое быстродействие и практически безупречное функционирование.

Ещё недавно для отечественных предприятий решение задачи организации информационных потоков было неразрешимой проблемой, требующей отвлечения значительных ресурсов на компьютеризацию производства без гарантии положительного результата. На сегодняшний день данную проблему можно довольно успешно решить при помощи провайдеров облачных сервисов.

Также важно отметить, что в настоящий период времени в электронной коммерции происходит отделение информационных потоков от материальных, которое многие авторы определяют как один из важнейших сдвигов в мировой экономике [1]. Результатом такого сдвига становится смена приоритетов в управлении поставками – от оптимизации товародвижения к оптимизации информационных потоков. «Ключевой целью управления цепочкой поставок, отмечают М. Кристофер и Х. Пэк, – является сбор информации о требованиях покупателей и потребителей, максимально приближенный к местам продаж или использования» [3]. Основная же задача цепочки поставок по мнению тех же авторов «заключается в том, что чтобы найти способы, позволяющие сместить момент обнаружения спроса, как можно выше по цепочке. Благодаря обмену информацией партнеры по цепочке поставок могут синхронизировать свои операции и тем самым приблизиться к потребностям рынка» [3].

В результате для поставщиков продукции на смену складской, транспортной и торговой логистики приходит распределительная логистика. Всё остальное передается в доверительное управление специализированным провайдерам логистических услуг. «Распределение полномочий внутри цепи поставок в условиях современного рынка основано на распределении информации», – отмечают Р.Б. Хэндфилд и Э.Л. Николс [6]. Уже одно это свидетельствует о глубокой трансформации самой сущности цепей поставок.

Таким образом, можно сказать, что компании, которые могут быстро адаптироваться к новым условиям деятельности и эволюционировать так, чтобы по-прежнему соответствовать меняющимся условиям, будут доминировать на рыночном пространстве, поскольку им удастся добиться как операционной эффективности, так и роста рентабельности. Операционная эффективность позволит снизить затраты, сократить продолжительность циклов процессов и сделать более совершенными коммуникации. В свою очередь рост рентабельности даст возможность лучшего обслуживания потребителей и повышение оперативности реагирования на их запросы и дифференциацию.

#### Список использованных источников

1. Koch, R. The Financial Times guide to strategy: how to create and pursue a winning strategy. 4th ed. – London: Prentice Hall, 2011.
2. Калужский, М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский ; ОмГТУ. – М. : Экономика, 2014. – 328 с.
3. Мартин, Кристофер.. Маркетинговая логистика / К. Мартин, Х. Пэк – М. : Издательский дом «Технологии», 2005 г. – 200 с.
4. Тамбовцев, С. Н. Инновационный фактор логистизации предпринимательства / С. Н. Тамбовцев // Российское предпринимательство. – 2003. – № 8 (44).
5. Управление цепями поставок. Справочник издательства Gower / под ред. Дж. Гатторны (ред. Р.Огулин, М. Рейнольдс); пер. с 5-го англ. изд. – М. : Инфра-М, 2008. – XXXIV, 670 с.
6. Хэндфилд, Р. Б. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности / Р. Б. Хэндфилд, Э.Л. Николс. – М. : Вильямс, 2003.

## РЕАЛИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**О.В. Курочкина,**

канд. экон. наук, старший преподаватель

*Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования*

*«Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»,*

*г. Санкт-Петербург*

Глобализация и европеизация являются двумя ключевыми факторами, которые значительно преобразовали систему высшего образования. Они оказали влияние не только на международное направление деятельности университетов, но и на продвижение некоторых структурных реформ системы высшего образования. Изменение управления университетов в 1990-х гг., давшее им больше автономии, было первым шагом, который позволил университетам начать процесс интернационализации высшего образования.

Появление в последнее время значительного числа публикаций на данную тему обусловлено необходимостью углубленного исследования данного процесса. По данным ряда авторов [1, 2, 3, 4], именно глобализация является той движущей силой, которая оказала наибольшее влияние на трансформацию международного аспекта высшего образования.

В России отсутствует национальная стратегия интернационализации образования, вследствие чего чрезвычайно низкие показатели экспорта международных образовательных программ, невысокие темпы интеграции российского высшего образования в общеевропейское и общемировое образовательное пространство. В этой связи представляется актуальным использование опыта стран ОЭСР. Мы знаем, что «Большая восьмерка», Всемирный банк, ООН, ЮНЕСКО и другие структуры осуществляют управление процессами интернационализации образования.

Процесс интернационализации образования неразрывно связан с глобализацией рынка образовательных услуг. Различают четыре типа либерализации образования:

- трансграничная торговля образовательными услугами;
- миграция потребителей образовательных услуг;
- иностранные инвестиции в образование;
- миграция поставщиков образовательных услуг.

Развитие интернационализации связано, в первую очередь, с наличием государственных интересов, в частности экономических. Во многих странах (например, Великобритания, Австралия, Соединенные Штаты Америки) продажа образовательных услуг стала важной доходной статьей бюджета. Кроме финансового интереса интернационализация национальных систем высшего образования обогащает национальную культуру и способствует развитию научного потенциала страны. Для распространения политического и культурного влияния страны и реализации национальных стратегических интересов государства способствуют развитию интернационализации образования и часто создают благоприятные условия для университетов, вовлеченных в этот процесс. В странах, поставивших своими приоритетами развитие интернационализации образования, разрабатывается нормативно-правовая база международной деятельности вузов, позволяющая беспрепятственно осуществлять эту работу.

Изучение интернационализации национальной образовательной системы в ряде развитых стран свидетельствует об активной роли государства в развитии этого процесса и стимулировании международного сотрудничества в научной и экономической деятельности университетов. Однако в этих странах направления развития интернационализации высшего образования не всегда совпадают. В ряде стран приоритетным направлением интернационализации стала мобильность студентов и преподавателей (например, страны Северной Европы), другие страны наоборот привлекают иностранных студентов, которые, оплачивая обучение и проживание, обеспечивают приток денежных средств (например, Австралия, Великобритания, США).

Международное объединение «Глобальный альянс транснационального образования» (GATE) занимается проблемами обеспечения качества, аккредитации международных образовательных программ, введением согласованных программ обучения, предлагаемых за пределами национальной системы образования. Существуют варианты межвузовских соглашений:

- договор франшизы: национальный университет получает разрешение от иностранного высшего учебного заведения на использование его образовательных программ и выдачу дипломов;
- договор между университетами разных стран, предлагающих совместные образовательные программы, обмен студентами. Студенты изучают одинаковые дисциплины, но в разных вузах и происходит перезачет экзаменов;
- признание программ вузов партнеров. По этому договору университеты-партнеры не разрабатывают совместных программ, а признают знания и оценки, полученные в другом вузе.

Развитию процесса интернационализации способствовали различные программы ЕС (например, ERASMUS, SOCRATES, TEMPUS), а также проекты, инициированные национальными организациями стран-членов ОЭСР (USAID, IREX, British Council, DAAD, CIDA, EduFrance и др.). Данные проекты были направлены на развитие мобильности и позволили превратить основные тенденции интернационализации в управляемый процесс.

Некоторые страны, в том числе и Россия, в настоящее время не могут не учитывать сложившуюся в мире ситуацию глобализации и в этой связи должны развивать интернационализацию образования, позволяющую найти свою нишу в формирующемся общемировом образовательном пространстве. Однако не все страны активно сотрудничают с целью интернационализации образования (взаимообогащения в сфере образования). Нельзя игнорировать необходимость учета «стирания» национальных границ и вхождения в мировое образовательное пространство.

В большинстве стран интернационализация образования стала предметом государственной политики, которая ориентирована на решение национальных политических, экономических и социальных проблем. Поэтому опыт стран, всесторонне использующих преимущества интернационализации, должен позволить остальным странам выработать собственную стратегию и политику в этой области.



Процесс интернационализации высшего образования в европейских странах вышел на стадию интеграции единого образовательного пространства, что обусловлено региональной экономической интеграцией европейских государств.

Анализ международных практик развития интеграции национальных образовательных систем стран, активно участвующих в данном процессе показал, что реализация государственных интересов, в первую очередь, экономических является определяющим фактором принятия решения в пользу интернационализации. Интернационализация способствует развитию научного потенциала страны, распространению ее политического и культурного влияния в мире. Большинство развитых стран для реализации национальных стратегических интересов создает условия для интернационализации своей образовательной системы и стимулирует этот процесс.

Одним из приоритетных направлений современного высшего образования России является развитие моделей совместных образовательных программ вузов. В условиях глобализации и интернационализации университеты одной или нескольких стран объединяют усилия по разработке и реализации совместных образовательных программ. Наибольшей популярностью пользуются программы двойных дипломов, и множество факторов являются тому подтверждением. Во-первых, заинтересованность у студентов вызывает престижность диплома зарубежного университета. Во-вторых, учащимся предлагается познакомиться с уникальными образовательными дисциплинами, которые не представлены на местном рынке образовательных услуг. В-третьих, подобные программы способствуют не только развитию сотрудничества государств в научной, образовательной, информационной и других областях, но и расширению связей для решения комплекса научно-региональных задач, содержащих научно-образовательные, экономические и политические аспекты.

Анализ основных документов по европейской интернационализации высшего образования позволил сделать следующие выводы:

- интернационализация высшего образования является одной из ключевых задач для развития Европейского пространства высшего образования на следующее десятилетие (до 2025 года);
- интернационализация высшего образования, активизировавшаяся в течение последних 5 лет, особую актуальность приобрела в 2010-2013 годах;
- основной акцент в интернационализации высшего образования сейчас делается на реальное общение (мобильность, обучение за рубежом);
- получает развитие online обучение (E-Learning);
- стратегические документы по европейской интернационализации высшего образования носят общий характер;
- конкретизация форм, методов и инструментов интернационализации проявляется на уровне вузов и преподавателей;
- университеты продолжают самостоятельно искать удобные для себя формы и методы интернационализации.

Таким образом, с учетом интересов и стратегий развития университетов процесс интернационализации в сфере образования приобретает новые черты и претерпевает некоторые изменения [5].

1. Мотивы интернационализации в последние годы претерпели изменения в плане возрастания значения экономической мотивации в деятельности национальных образовательных систем.

2. Укрепляется и развивается конкурентный международный рынок образовательных услуг; рост спроса на отдельные образовательные услуги высокого уровня и качества определяет направленность образовательных программ в странах активно участвующих в экспорте образовательных услуг.

3. Влияние процессов глобализации и регионализации на высшее образование способствует мобильности профессиональных образовательных услуг и квалифицированных кадров через национальные границы.

4. Изменяется подход к оценке качества образовательных услуг, к разработке критериев оценки образования в направлении создания международных систем лицензирования.

5. По причине ослабления в последние годы регулирующей роли государства в европейском высшем образовании увеличивается автономия и хозяйственная независимость вузов, растет значение применения рыночных механизмов регулирования. Сокращение государственного финансирования, обострение конкуренции требует от вузов внедрения новых механизма хозяйствования, основой которого стало расширение своей деятельности за национальные границы.

6. Информатизация и перспективы непрерывного образования изменили социальный профиль и увеличили возраст потенциальных студентов, что приводит к росту разнообразия образовательных программ, гибкости сроков и целей образования для потребителей образовательных услуг, включая оценку предыдущего образования, использования зачетных единиц, перевод кредитов.

7. Несмотря на увеличение мобильности студентов в странах ЕПВО, поскольку учащиеся могут продолжать второй или третий цикл образования в других странах ЕПВО, требуется дальнейшая доработка нормативной базы полностью прозрачного образовательного пространства.

8. Увеличение мобильности персонала как внутри, так и за пределами ЕПВО требует разработки стратегии поддержки в области социального обеспечения, пенсионных фондов и разрешений на работу.

Все перечисленные изменения вызывают необходимость международных мер, направленных не только на постоянное укрепление конкурентоспособности высшего образования стран и регионов, но и непосредственное содействие преподавателям и студентам, стремящимся воспользоваться на практике открывающимися в связи с этим новыми возможностями.

#### **Список использованных источников**

1. Boum, D. (2011). From internationalisation to global perspectives. *Journal of Higher Education Research & Development*, 30 (5), 559-571.
2. Jiang, X. (2008). Towards the internationalisation of higher education from a critical perspective. *Journal of Further and Higher Education*, 32 (4), 347-358.
3. Knight, J. (2013). The changing landscape of higher education internationalisation – for better or worse? *Perspectives: Policy and Practice in Higher Education*, 17 (3), 84-90.
4. Leask, B. & Bridge, C. (2013). Comparing internationalisation of the curriculum in action across disciplines: theoretical and practical perspectives. *Journal of Comparative and International Education*, 43 (1), 79-101.
5. Курочкина, О. В. Сравнительный анализ международных практик интернационализации профессионального образования / О. В. Курочкина, Н. В. Панкова // *Проблемы современной экономики*. – №4 (52). – 2014. – С. 360–364.

## **АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЗИЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**С.С. Лемеш,**

канд. экон. наук, доцент

*УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск*

**Т.Е. Бондарь**

канд. экон. наук, доцент

*УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск*

Инновационное развитие в Республике Беларусь обозначено в качестве ключевого приоритета развития национальной экономики. Практическая реализация этого приоритета требует в качестве своей первоосновы оценки инновационной позиции Республики Беларусь, то есть определения ее места в важнейших инновационных процессах.

Расширение мировых рынков новейших технологий, международной интеграции в научно-производственной сфере является характерным для формирующейся глобальной экономики и доминирует в стратегии экономического роста индустриально развитых стран. В этих странах на долю новых или усовершенствованных технологий, оборудования и других продуктов, содержащих новые знания либо решения, приходится от 70 до 85 % прироста валового внутреннего продукта. Они концентрируют у себя более 90 % мирового научного потенциала и контролируют 80 % глобального рынка высоких технологий, объем которого оценивается в 2,5–3 трлн долл., что превосходит рынок сырьевых и энергетических ресурсов. Предполагается, что через 15 лет объем глобального рынка высоких технологий достигнет 4 трлн долл.

Ежегодно объемы экспорта наукоемкой продукции приносят США около 700 млрд долл., Германии – 530 млрд долл., Японии – 400 млрд долл. прибыли. Вклад экспорта средне- и высокотехнологичной продукции в торговый баланс в 2013 году в Германии составил 8,54, в Италии – 4,96, во Франции – 4,65, в Швейцарии – 8,44. В Республике Беларусь данный показатель был равен 2,02 [4]. Одна из главных причин подобной ситуации – низкий уровень инвестиций в инновационный сектор.

Быстрыми темпами развивается обмен технологиями и услугами. Если в начале 90-х гг. прошлого столетия годовой объем мировой торговли патентами, лицензиями, ноу-хау и промышленными образцами оценивался в диапазоне 20–50 млрд долл., то к настоящему времени он достиг примерно 500 млрд долл., а экспорт услуг удвоился за счет услуг интеллектуального содержания [1]. В вышеуказанных странах доля экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта услуг в 2013 году находилась в пределах от 26 до 56 %, в нашей стране – была равна 25,73 % [4].

Высокие достижения индустриально развитых стран в научно-техническом и инновационном развитии во многом определяются созданным человеческим капиталом в этой и смежной с ней сферах экономики.

Потенциал человеческого капитала оценивается так называемым индексом человеческого развития (ИЧР), расчет которого ведется ежегодно для всех стран мира по методике Программы развития ООН (ПРООН). ИЧР – это совокупный показатель уровня развития человека в стране. Он измеряет достижения страны с точки зрения состояния здоровья, получения образования и фактического дохода ее граждан в диапазоне от 0 до 1. На основе этого показателя государства ранжируются и классифицируются по четырем категориям: страны с очень высоким уровнем ИЧР 1,0–0,79; страны с высоким уровнем ИЧР 0,79–0,69; страны со средним уровнем ИЧР 0,69–0,51 и страны с низким уровнем ИЧР 0,51–0,3.

В докладе ПРООН за 2014 г. рейтинг ИЧР возглавляла Норвегия с ИЧР 0,955. В число стран с очень высоким уровнем развития также вошли: Австралия (0,938), США (0,937), Нидерланды (0,921), Германия (0,920), Новая Зеландия (0,919), Ирландия (0,916), Швеция (0,916), Швейцария (0,913), Япония (0,912), Канада (0,911), Южная Корея (0,909), Исландия (0,906), Гонконг (0,906).

Беларусь оказалась в рейтинге стран с высоким уровнем ИЧР и заняла 50-е место с ИЧР 0,793, Россия – 55 место с ИЧР 0,788 [2].

Для стран с очень высоким уровнем человеческого развития характерным является большой вклад научно-технической сферы в ВВП, что обусловлено хорошо налаженной системой образования, высоким уровнем подготовки квалифицированных специалистов, оптимальным сочетанием научно-технической деятельности в университетах, научно-исследовательских организациях различных форм собственности, финансируемых как государством, так и частными компаниями.

Так, в 2013 году в Норвегии доля населения в возрасте 30–34 лет, имеющего завершенное высшее образование, составляла 48,8 %, в Нидерландах – 41,1 %, в Республике Беларусь – 28,4 %. Новые степени кандидатов и докторов наук на 1000 человек в возрасте 25–34 лет получили: в Норвегии и Нидерландах – 1,9, в Швеции – 2,9, в Швейцарии – 2,1, в Республике Беларусь – 0,8 [4].

В структуре внутренних затрат на научные исследования и разработки (НИР) в индустриально развитых странах доминируют секторы предпринимательский и высшего образования, в то время как в Республике Беларусь высока доля государственного сектора – 20,5 % в 2011 году, 23,8 % – в 2013 году (в США, Канаде на долю госсектора приходится немногим более 10 %, в Австрии – 5 %) [4].

Внутренние затраты на НИР по отношению к валовому внутреннему продукту в большинстве стран СНГ остаются на одном уровне и по-прежнему составляют менее 1 %. Исключение составляет Российская Федерация, где данный показатель превышает 1 %, например, в 2010 году он был равен 1,64 %.

Динамика удельного веса внутренних затрат на НИР в процентах к ВВП по Республике Беларусь изменялась в диапазоне от 0,64 % в 2009 году до 0,97 % в 2007 году. В настоящее время данный показатель в нашей стране находится на уровне 0,7 %. Между тем программой научно-технологического развития стран Европейского союза определено, что для поддержания и развития научных исследований и технологических разработок объемы внутренних затрат должны составлять 2–3 % от ВВП. Например, в Швеции этот показатель в 2011 году был равен 3,37 %, в Финляндии – 3,78 %, в Дании – 3,09 %, в Германии – 2,84 % [4].

Анализ структуры затрат на технологические инновации организаций промышленности по видам инновационной деятельности показал, что в структуре данных затрат в Республике Беларусь в 2011 году преобладало приобретение машин, оборудования и программных средств – свыше 65 %, в то время как в индустриально развитых странах наибольший удельный вес занимали собственные исследования и разработки, например, в Швеции – свыше 60 %, в Нидерландах – свыше 55 %. А на приобретение машин, оборудования и программных средств в этих странах приходится примерно 16 и 25 % соответственно.

Такая же картина наблюдается и в структуре затрат на технологические инновации организаций сферы услуг: в Беларуси 11,1 % собственные исследования и разработки и 66,5 % приобретение машин, оборудования и программных средств; в Ирландии – 74,3 % и 17,8 %; в Италии – 51,6 % и 32,4 %, в Финляндии – 72,3 % и 21,6 % соответственно.

Наибольшее отставание Беларуси от индустриально развитых европейских стран наблюдается по удельному весу организаций, осуществлявших технологические инновации в общем числе организаций сферы услуг, – минимум на 28 процентных пункта.

По показателю численности персонала, занятого исследованиями и разработками, в расчете на 10000 занятых в экономике, страны СНГ также уступают многим странам ЕС и другим странам мира. Например, в Финляндии она составляет 239, в Дании – 161, в Японии – 146, во Франции – 141 человек.

Доля малых и средних предприятий (МСП), осуществляющих инновации в Республике Беларусь, находится на недопустимо низком уровне по сравнению с индустриально развитыми европейскими странами. Так, доля МСП, участвующих в совместных инновационных проектах, в общем числе обследованных организаций в Беларуси в 2013 году была равна 0,52 %, для сравнения в Бельгии – 20,15 %, в Дании – 15,46 %; доля МСП, осуществляющих внутренние инновации, в общем числе МСП в Республике Беларусь составляла 3,99 %, а в Германии, например, 45,25 % (это наивысший показатель), в других европейских экономически развитых странах изменялась от 25 до 40 % [4].

Оценку глобального инновационного индекса стран мира с 2007 г. ежегодно проводит INSEAD – французская международная бизнес-школа «Institut Européen». Он стал главным контрольным инструмен-

том для руководителей компаний, разработчиков политики и других желающих получить представление о состоянии инновационного процесса во всем мире.

В Докладе о глобальном инновационном индексе (ГИИ), подготовленном в 2014 г., страны с высокими показателями человеческого развития занимают лидирующие позиции в рейтинге инновационного индекса. Так, в первую десятку вошли Швейцария (индекс 64,8), Великобритания (62,4), Швеция (62,3), Финляндия (60,7), Нидерланды (60,6), США (60,1), Сингапур (59,2), Дания (57,5), Люксембург (56,9), Гонконг (56,8).

Россия заняла 49-е место с индексом 39,1, Казахстан – 79-е (32,8), Украина – 63-е (36,3). Из постсоветских стран наиболее высокий рейтинг инновационного развития присвоен Эстонии – 24-е место (51,5). Беларусь в Global Innovation Index 2014 заняла 58-е место с индексом 37,1 [3].

Таким образом, можно определить следующие основные проблемы, препятствующие развитию инновационной экономики в Беларуси:

- не высокая доля экспорта средне- и высокотехнологичной продукции и экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта продукции и услуг соответственно;
- медленная возобновляемость научных кадров;
- малая заинтересованность частных инвесторов в финансировании НИР, в частности, в республике отсутствуют механизмы венчурного финансирования. Например, в Германии для этих целей действуют гарантийные программы развития венчурной деятельности. Также развитые страны осуществляют практику не прямого, а косвенного государственного воздействия на деятельность инновационно активных субъектов хозяйствования;
- немногочисленность инновационных субъектов хозяйствования. В первую очередь это связано с проблемами практической реализации разработок, созданных в рамках академической и вузовской науки. В развитых странах данная проблема решается при помощи механизма спин-офф предпринимательства и создания при высших учебных заведениях инновационно активных предприятий, реализующих технологии, созданные в них;
- низкая инновационная активность малых и средних предприятий;
- нерациональная структура затрат на технологические инновации организаций промышленности и организаций сферы услуг;
- низкий удельный вес внутренних затрат на НИР в процентах к ВВП.

Для стимулирования инновационной переориентации экономики и инвестиционных потоков необходимы целевые методы государственного регулирования. По этому пути идут многие государства мира, в том числе признанные лидеры инновационного процесса. Но следует учесть, что основным стимулом для привлечения современных инвесторов (за пределами сырьевого сектора) выступают не налоговые льготы и/или политические гарантии, а шанс на участие в реализации возможностей инновационного потенциала экономики. Поэтому ускоренное развитие всех компонентов национальной инновационной системы и активный маркетинг ее достижений среди отечественных и зарубежных инвесторов – лучшие способы привлечения отечественных и иностранных инвестиций достаточного объема и качества для решения задач обновления экономики.

Важно подчеркнуть, что инновационный сектор является составной частью национальной экономики в целом с учетом ее мирохозяйственных связей. В современном мире в инновационной сфере быстро стираются не только межрегиональные, но и государственные границы. В экономике большинства стран ее перспективы на всех стадиях ныне неразрывно связаны с процессами глобализации, международного научного, информационного и хозяйственного обмена, привлечения иностранных инвестиций. Беларусь не может быть здесь исключением.

Вместе с тем страна сумеет выйти на инновационный путь развития лишь тогда, когда инновации станут основой функционирования всех компонентов системы рыночного хозяйствования:

- формирования структуры производства и его технической базы;
- совершенствования систем управления;
- развития человеческого фактора производства.

Только в этом случае возможен переход от инноваций как «точечного» экономического феномена к преимущественно инновационному пути развития экономики в целом.

Данные положения подтверждает и опыт индустриально развитых стран, который показывает, что одним из основных факторов достигнутых ими результатов является продуманная государственная инновационная политика, высокая степень развития человеческого капитала и его интеграция в международный научно-технический рынок. Отличительной особенностью развитых стран является то, что научно-инновационный сектор тесно интегрирован во все отрасли экономики, способствуя тем самым быстрому продвижению инновационных технологий на мировые рынки. При этом вложения в науку в индустриально развитых странах отличаются более высокими темпами роста, чем в производство.

## Список использованных источников

1. Бойко, А. Н. Опыт инновационного сотрудничества стран СНГ и ЕС / А. Н. Бойко [и др.]. – Режим доступа: <http://www.cis.minsk.by>. – Дата доступа: 07.03.2015 г.
2. Доклад о человеческом развитии 2014. Устойчивое развитие и равенство возможностей: лучшее будущее для всех. ПРООН. – М., 2014. – 120 с.
3. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2014 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 2014. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/07/18/6841>. – Дата доступа: 07.03.2015 г.
4. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь. Статистический сборник. 2014. – 120 с.

## О НЕКОТОРЫХ ФОРМАХ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Г.П. Личко,

доцент, канд. техн. наук

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В Республике Беларусь с уст чиновников весьма высокого ранга и государственных органов управления постоянно звучат призывы к поддержке малого предпринимательства. Кроме призывов есть некоторые практические государственные действия в области льготирования налогообложения, субсидирования некоторых проектов, производятся встречи представителей предпринимательства с представителями власти. Однако, цитируемых мер, скорее всего, недостаточно для развития производственного предпринимательства в условиях нашей республики. Если зайти в большинство крупных магазинов и провести анализ ассортимента продаваемых товаров, то можно определить чрезмерную насыщенность данных магазинов товарами импортного производства. Доходит до абсурда, когда даже обычные косы для деревенских жителей и дачников бывают производства Турции или Китая. Налицо слабость нашего промышленного комплекса, и его нежелание производить предметы ширпотреба, обусловленная, например, нежеланием изготавливать производственные товары, которые при небольшой добавленной стоимости обладают малыми массогабаритными характеристиками, малой серийностью и которые невыгодны для создания хорошей статистической отчетности перед государственными органами управления. Данную нишу сейчас практически заняли товары производства Китая, Польши, стран Прибалтики, Украины и России. Естественно, такая ситуация ухудшает внешнеторговый баланс нашей страны. Имеющиеся представители предпринимательских структур не спешат занимать столь выгодную нишу, увлекаясь операциями закупки за рубежом и сопровождения товаров ширпотреба на полки отечественных торговых точек. Возникает вопрос, а почему предприниматели не заинтересованы в производственной деятельности? Ответ на этот вопрос не простой и зависит от многих факторов, обусловленных как влиянием государственных и местных органов управления, так и отношения более крупных предприятий к такому малому предпринимательству. Чтобы понять о сути предлагаемых форм поддержки предпринимательства, рассмотрим специфику малого предпринимательства.

Малое предпринимательство обладает ограниченными финансовыми ресурсами и стартовым капиталом. Спецификой предпринимателя является чрезмерно широкая специализация, когда, например, бывший инженер, давно не работающий по своей профессии, должен совмещать в себе функции менеджера, экономиста, бухгалтера, инженера технолога и администратора. Для успешного овладения такой широкой специализацией требуется время и большие трудозатраты и вряд ли является практичным. Возможным путем решения такой задачи у предпринимателя является создание бюрократического аппарата, аналогичному аппарату предприятий других форм собственности. Создание такого аппарата приводит к увеличению накладных расходов и неприемлемо в большинстве случаев для предпринимателей. Вот и производственные возможности потенциальных предпринимателей, желающих заняться производством ограничиваются. Что же предлагается в данной работе?

На наш взгляд, возможными формами поддержки государством предпринимательства, кроме перечисленных выше, являются :

- упрощение налоговой и статистической отчетности для производственных областей предпринимательства;
- переход на упрощенную форму отчетности, например, посредством электронного документооборота, что уменьшает трудозатраты на посещение органов государственного управления;
- создание центров помощи предпринимателям, в которых могут быть решены проблемы изготовления упаковки, закупки сырья и материалов, прохождение сертификации по упрощенным схемам. Ведь на ту же лопату зарубежного производства вряд ли имеется сертификат Республики Беларусь. Доказа-

тельством этого является низкое качество некоторых изделий зарубежного производства, хотя и качество аналогичных товаров белорусского производства иногда оставляет желать лучшего;

- создание информационной базы по имеющимся неликвидным и устаревшим представителям основных средств, например, машин и оборудования, которые могли бы еще быть приспособлены предпринимателем для решения своих производственных задач;
- упрощение процесса передачи основных средств по остаточной стоимости предпринимателям;
- стимулирование партнерства больших предприятий с предпринимателями в области размещения возможных заказов со стороны предпринимателей на больших предприятиях. Среди предпринимателей есть люди, обладающие широкими инженерно- конструкторскими познаниями и умеющие спроектировать новый механизм или устройство, но они лишены возможности его изготовления в домашних или кустарных условиях;
- одной из составных частей большинства современных изделий ширпотреба являются пластмассовые части, которые изготовить в условиях предпринимательской деятельности затруднено и заказы на изготовление которых могли быть размещены на различных предприятиях- изготовителях пластмассовых изделий, зачастую простаивающих в данное время вследствие недозагруженности и большой материалоемкости и энергоемкости своей основной продукции;
- создание технологических банков, в которых были бы представлены простые, давно известные технологии и к которым был бы санкционированный, относительно простой и дешевый доступ со стороны предпринимателей;
- создание государственных систем правовой и экономической информации доступных для предпринимателей и отличающихся однозначной и прозрачной трактовкой основных норм и законов как в правовой, так и налоговой и финансовых сферах;
- изменение отношения средств массовой информации и органов власти к предпринимателю, занимающемуся производством в лучшую сторону, а не представлять его в органах массовой информации как некоего эксплуататора, гребущего себе золотые горы;
- обеспечение адекватной государственной защиты частной собственности, принадлежащей предпринимателям;
- организация борьбы на государственном уровне с лоббированием и монополизмом больших торговых сетей и больших предприятий и обращение внимания на предпринимателя, который при минимальной государственной помощи в направлениях, указанных выше, создаст новые рабочие места и увеличит налогооблагаемую базу. Здесь следует отметить, что этот подход не является новым и применяется в различных странах.

Таким образом, в данной работе представлены некоторые формы поддержки малого предпринимательства со стороны государства, которые наряду с уже имеющимися известными формами, обеспечат заполнение наших торговых точек продукцией отечественного производства и со временем вытеснят засилье импортных производителей, например, в области производства метизов, металлоизделий, туалетной бумаги, нейлоновой лески и т.п.

## ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

**Т.Г. Максимова,**

доктор экон. наук, профессор  
*федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»,  
г. Санкт-Петербург*

**С.Ю. Горнак,**

аспирант  
*федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»,  
г. Санкт-Петербург*

**Введение.** Разработка и распространение новых технологий имеет ключевое значение для развития сферы медицинских услуг. Стратегия развития медицинской науки предусматривает создание высокотехнологичных инновационных продуктов, обеспечивающих, на основе трансфера инновационных технологий в практическое здравоохранение, сохранение и укрепление здоровья населения [5].

На сегодняшний день российская медицинская наука и клиническая практика остается зависимой от импорта. Отсутствуют эффективные механизмы трансфера инноваций, использования результатов фундаментальных научных исследований для получения отечественных инновационных продуктов и технологий. Не достаточно развиты механизмы взаимодействия практикующих врачей и научных работников, направленного на совместное решение проблем развития и внедрения новых методов диагностики, профилактики, лечения заболеваний, медицинской реабилитации. В силу этих причин конкурентоспособность и результативность отечественной медицинской науки являются достаточно низкими.

В результате неразвитости системы информационного обеспечения процессов управления инновационным развитием медицинской науки и здравоохранения затруднено получение достоверных количественных оценок состояния и результативности инновационной деятельности в медицине, что является серьезным препятствием планирования мероприятий инновационного развития практического здравоохранения.

**Понятие инновационного потенциала здравоохранения.** Представляется актуальным и целесообразным развитие представлений о категории «инновационный потенциал системы здравоохранения» от качественного восприятия до некоторых объективных количественных оценок, в основу которых могут быть положены статистические показатели.

Категорию «инновационный потенциал системы здравоохранения» предлагается определять, основываясь на позициях системного анализа, для макро-, мезо-, микроуровней как состояние технологического, финансового, научного, кадрового потенциала медицинской науки и системы здравоохранения, а также институциональных, организационно-экономических, правовых отношений, обеспечивающее конкурентоспособность отечественной медицинской науки и системы здравоохранения в условиях глобализации инновационных процессов в мировой экономике.

Наиболее перспективными направлениями инновационного развития практического здравоохранения являются методы и технологии диагностики заболеваний, фармакологии и лекарственной терапии, управления оказанием медицинской помощи, включая, разработку и адаптацию к условиям практического здравоохранения инновационных моделей и алгоритмов взаимодействия различных уровней, видов и форм медицинской помощи больным. Применение инноваций приоритетно при оказании высокотехнологичной медицинской помощи.

Инновационный потенциал системы здравоохранения обеспечивается, в том числе, и устойчивым инновационным развитием учреждений здравоохранения. В свою очередь, инновационная динамика на учреждения здравоохранения в значительной степени зависит от факторов внешней среды: институциональных и макроэкономических факторов, факторов, обеспечивающих распространение и внедрение инноваций, научно-исследовательской и технологической базы.

Институциональные и макроэкономические факторы развития инновационного потенциала включают:

- правовые и экономические факторы, способствующие инновационному развитию, в том числе, инструменты государственной поддержки (налоговые вычеты, субсидии, гранты, государственные за-

купки инновационных товаров и услуг), нормы патентного права, политика в области валютного курса, тарифов и конкуренции;

- уровень развития основной образовательной системы для населения в целом, которая определяет минимальные стандарты образования в области кадровых ресурсов на внутреннем рынке;
- уровень развития коммуникационной инфраструктуры,
- уровень развития финансовых институтов, определяющий, например, легкость доступа к венчурному капиталу;
- доступность рынка, в том числе возможностей для установления тесных отношений с клиентами, а также такие вопросы, как размер и легкость доступа;
- инфраструктуру промышленного производства и конкурентную среду, в том числе существование предприятий-поставщиков в смежных отраслях промышленности.

Факторы трансфера инновации – это, прежде всего, человеческий капитал, социальные и культурные факторы, влияющие на распространение информации об инновациях в сфере здравоохранения, информационные связи между лечебными учреждениями, научными организациями, фармацевтическими и специализированными промышленными предприятиями, потоки информации об инновациях, восприятие информации об инновациях.

Социальные и культурные факторы, которые имеют решающее значение для эффективной инновационной деятельности на уровне организации, связаны с обучением и передачей знаний. Они определяются простотой общения внутри организации, неформальными взаимодействиями, наличием каналов информации и навыков передачи знаний внутри и между организациями. Ключевым моментом развития инноваций на уровне организации является результативность передачи и распространения необходимых знаний, особенно технологических, их носителями – уникальными специалистами, имеющие достаточный научно-практический опыт.

К факторам трансфера инноваций в сфере здравоохранения могут быть отнесены:

- формальные и неформальные связи между лечебными учреждениями, научными организациями, фармацевтическими фирмами и специализированными промышленными предприятиями, отношения между производителями и поставщиками, отношения между организациями, контролирующими органами и научно-исследовательскими учреждениями, а также информационные взаимодействия в рамках уже существующих фармацевтических и медицинских кластеров;
- наличие экспертов – лиц, которые постоянно находятся в курсе новых разработок, технологий, патентов, достижений медицинской науки;
- наличие развитых международных связей;
- степень мобильности экспертов и ученых, определяющая скорость распространения новых разработок;
- этические нормы делового и научного взаимодействия;
- простота доступа практического здравоохранения к результатам исследований и разработок.

Факторы инновационной динамики на микроуровне – уровне медицинского учреждения – включают стратегию, восприимчивость к новым концепциям и технологиям, способность вести пилотные проекты, способность покупать технологии, навыки персонала, способность к реорганизации управления.

Научно-исследовательская и технологическая база инновационного развития здравоохранения на макроуровне определяется состоянием системы высшего образования, научно-исследовательских институтов, фармацевтических предприятий, сохраняющих и передающих накопленные знания.

**Проблемные задачи мониторинга инновационного потенциала системы здравоохранения.** Мониторинг инновационного потенциала системы здравоохранения, оценивание влияния инноваций на развитие сферы медицинских услуг до сих пор требуют методологического и методического обоснования.

Мониторинг состояния инновационного потенциала наиболее детально проработан для технологических (продуктовых и процессных) инноваций, применяемых на уровне отдельных производственных предприятий [1, 2]. В соответствии с официальной статистической методологией выделяют следующие виды инноваций: технологические (продуктовые и процессные), маркетинговые и организационные инновации.

Инновационная активность на макро- и мезо- уровнях определяется рядом статистических показателей, таких как затраты организаций на технологические инновации, объем инновационных товаров, работ, услуг и т.п. В соответствии с ОКВЭД эти показатели рассчитываются только для следующих видов экономической деятельности, так или иначе ассоциируемых с развитием инновационного потенциала системы здравоохранения: производство медицинских изделий, средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото и кинооборудования; часов; производство лабораторных, фармацевтических и гигиенических изделий из стекла; производство ампул и прочих изделий из стекла медицинского назначения; производство медицинских изделий, включая хирургическое оборудование, и ортопедических приспособлений. Очевидно, что охарактеризовать истинное состояние инновационного потенциала системы здравоохранения с помощью указанных показателей не представляется возможным.



Используемые в настоящее время методики мониторинга инноваций ориентированы на применение показателей, имеющих денежное выражение (затраты на исследования и разработки, стоимость отгруженных инновационных товаров и услуг и т.п.) или процентное выражение (удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации и т.п.). Отсутствуют официальные статистические данные о результативности исследований и разработок, сроках внедрения полученных результатов в новых технологиях и инновационных продуктах, результатах использования инноваций на предприятиях.

Существующие методики мониторинга инновационной деятельности ориентированы на независимое оценивание трех процессов: проведение исследований и разработок, создание и импорт технологий, диффузия (распространение) инноваций. По нашему мнению, именно взаимодействие между тремя перечисленными процессами и их результативность определяет состояние инновационного развития сферы медицинских услуг. Необходимо также учитывать тот факт, что именно в результате диффузии инноваций достигается значимый в масштабе страны экономический эффект.

При мониторинге процессов возникновения и диффузии инноваций рассматриваются две задачи мониторинга инновационного развития сферы медицинских услуг, решение которых в наименьшей степени формализовано: задача мониторинга взаимосвязанных процессов возникновения и диффузии инноваций, задача мониторинга инноваций, оказывающих влияние на инновационную деятельность в практическом здравоохранении.

В соответствии с официальной статистической методологией выделяют следующие виды инноваций: технологические (продуктовые и процессные), маркетинговые и организационные инновации. В дополнение к существующей классификации инноваций предлагается в составе технологических выделять медико-технологические инновации (т.е. технологических инноваций, направленных на достижение медицинских эффектов). Среди медико-технологических инноваций целесообразно выделить успешные (имеющие доказанный медицинский эффект), остановленные (по причине недостатка ресурсов и т.п.), продолжающиеся (предполагающие медицинский эффект и имеющие необходимые ресурсы для реализации) инновации. Использование таких типов инноваций при сборе статистических данных позволит получить более полную информацию о результативности инноваций в системе здравоохранения.

**Метаинновации в системе здравоохранения.** Под метаинновациями [1] в системе здравоохранения будем понимать инновации макроэкономического уровня в сфере государственного управления и регулирования, формирующие благоприятные условия для инновационной деятельности учреждений здравоохранения, медицинской и фармацевтической науки. Целесообразно выделить следующие направления применения метаинноваций: информационная, институциональная и финансовая поддержка инновационной деятельности.

Успешность инновационного развития системы здравоохранения обеспечивается пятью основными составляющими: инновационной инфраструктурой; институциональной средой, обеспечивающей модернизацию системы здравоохранения и запуск проектов в высокотехнологичных областях здравоохранения; инновационными технологиями медицинской деятельности и ресурсным потенциалом для их апробации; инновационными технологиями управления системой здравоохранения. Реализация этих направлений создаст эффект метаинноваций, под которыми будем понимать инновации макроэкономического уровня в сфере государственного управления системой здравоохранения, формирующие благоприятные условия для совместной инновационной деятельности производственных предприятий и медицинских учреждений. Диффузия инноваций может быть оценена по официальным статистическим данным как соотношение числа используемых передовых технологий и доступных технологий (созданных и импортируемых).

К институтам инновационного развития относятся фонды, система грантов и субсидий, медико-фармацевтические кластеры, научные платформы медицинской науки («Онкология»; «Кардиология и ангиология»; «Неврология»; «Эндокринология»; «Педиатрия»; «Психиатрия и зависимости»; «Иммунология»; «Микробиология»; «Фармакология»; «Профилактическая среда»; «Репродуктивное здоровье»; «Регенеративная медицина»; «Инвазивные технологии»; «Инновационные фундаментальные технологии в медицине» [4]), а также рынок венчурного инвестирования, центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы.

В составе научных платформ – ведущие в перечисленных областях учреждения образования, науки, здравоохранения. Целью создания платформ является организация и проведение научно-исследовательских работ, разработка и внедрение современных технологий, направленных на повышение эффективности диагностики и лечения заболеваний на основе технологий нового поколения и новых знаний. Общими задачами платформ являются [4]:

- организация и проведение фундаментальных и прикладных научно-исследовательских работ по главным направлениям развития медицинской науки;
- анализ нормативно-правовой базы и участие в работе по ее разработке и совершенствованию для обеспечения эффективного внедрения в практику инновационных методов диагностики, профилактики и лечения;

- формирование стратегического плана межведомственных комплексных проектов, обеспечивающих доведение результатов исследований и разработок в области медицинской науки от стадии фундаментальных исследований до внедрения в практику отечественного здравоохранения;
- создание национальных исследовательских групп по разработке, координации и внедрению концепции сравнительного исследования в группах идентично пролеченных пациентов любых новых терапевтических или экспериментальных подходов к лечению;
- создание системы информационного сопровождения исследований и разработок в отдельных областях медицинской науки;
- выявление и снижение влияния системных факторов, обуславливающих неэффективность доступных технологий лечения;
- поиск, выявление и изучение индивидуальных субъективных особенностей пациентов, обуславливающих низкую эффективность лечения;
- создание и продвижение инновационных медицинских услуг, расширение взаимодействия научных организаций направленных на внедрения результатов научных исследований и разработок, передачу технологий в реальный сектор экономики;
- разработка стратегии подготовки научно-технических кадров для обеспечения эффективного внедрения инновационных методов диагностики, лечения и профилактики.

#### **Государственная поддержка развития инновационного потенциала системы здравоохранения.**

Наиболее эффективная форма деятельности институтов инновационного развития системы здравоохранения – государственно-частное партнерство. Официальные данные Росстата позволяют получать только косвенные оценки деятельности институтов. Например, можно использовать показатели, характеризующие инвестиции в нефинансовые внеоборотные активы (другие активы), в том числе, нематериальные активы и расходы на технологические, опытно-конструкторские и научно-исследовательские работы. Помимо участия в инновационных фондах, таких как фонд фундаментальных исследований, государство может осуществлять прямую поддержку инновационной активности в системе здравоохранения посредством заказов товаров и услуг для государственных нужд. При отнесении товаров, работ, услуг к инновационной и высокотехнологичной продукции для целей формирования плана закупки такой продукции используются соответствующие критерии [3]: научно-техническая новизна; степень внедрения; экономический эффект реализации; наукоемкость; соответствие приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники в Российской Федерации; высокотехнологичность. Перечисленные критерии являются, в большинстве своем, качественными, плохо поддаются формализованному количественному оцениванию и, как следствие, учету.

Оценивать государственную поддержку развития инновационного потенциала системы здравоохранения можно с учетом опыта Европейской комиссии [6], используя такие статистические показатели, как численность предприятий, осуществляющих инновации при поставке товаров и услуг для системы здравоохранения, и предусмотрев три категории инновационной деятельности этих предприятий (осуществление инноваций, не предусмотренных контрактом, предусмотренных контрактом и отсутствие инноваций).

**Заключение.** Рассмотренные в статье подходы к оцениванию различных аспектов развития инновационного потенциала здравоохранения могут быть использованы для совершенствования информационного обеспечения принятия управленческих решений на микро- и макроуровнях стратегического планирования: при разработке стратегий инновационного развития учреждений здравоохранения и медицинской науки, фармацевтических предприятий, при определении целевых индикаторов инновационного развития системы здравоохранения в государственных программах.

#### **Список использованных источников**

1. Верзилин, Д.Н., Статистические основы мониторинга инновационной безопасности России / Д. Н. Верзилин, Т. Г. Максимова // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2014. № 4(64). С.120-124.
2. Максимова, Т. Г. Состояние и тенденции инновационного развития обрабатывающих отраслей промышленности Санкт-Петербурга: статистический обзор / Т. Г. Максимова, Д. Н. Верзилин, С. В. Муравьева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – №6(90). – С.193-205.
3. Об утверждении Критериев отнесения товаров, работ, услуг к инновационной и высокотехнологичной продукции для целей формирования плана закупки такой продукции: Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 31 июля 2013 г. N 514н // Российская газета – Федеральный выпуск №6193, 27.09.2013.
4. Об утверждении научных платформ медицинской науки: Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30 апреля 2013 г. N 281 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/23/stranitsa-967/stranitsa-970>.
5. Стратегия развития медицинской науки в Российской Федерации на период до 2025 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. № 2580-р. – М.: Собрание законодательства Российской Федерации, 14.01.2013, №2, ст.111, 2013. – 18 с.
6. Oslo, Manual. The Measurement of Scientific and Technological Activities. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. Third edition. A joint publication of OECD and Eurostat. – Organisation for Economic Co-Operation and Development, Statistical Office of The European Communities, 2012. – 164 p.

# СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

М.С. Малюк

Магистрант

Т.А. Вerezубова

кандидат экономических наук

Учреждение образования

«Белорусский государственный экономический университет»,

г. Минск

Проблемы управления оборотным капиталом хозяйствующего субъекта привлекают все больше внимание представителей как отечественной, так и зарубежной финансовой науки. Это обусловлено трансформационными процессами, происходящими в экономике, развитием не только разнообразных форм собственности, но и многообразием хозяйственного поведения собственников и менеджеров предприятий. Дебиторская задолженность является одним из элементов оборотного капитала организации. В настоящее время почти каждое предприятие, как отечественное, так и зарубежное, обладает определенной величиной дебиторской задолженности: на некоторых предприятиях эта величина может быть не большой (до 10 %), а в некоторых предприятия дебиторская задолженность может достигать 50 % и выше от всего оборотного капитала.

С проблемой просроченной дебиторской задолженности может столкнуться каждое предприятия, так как в большинстве случаев именно от порядочности и добросовестности покупателя зависят сроки уплаты за купленный товар. Однако, в некоторых случаях, просроченная дебиторская задолженность может возникнуть и по вине самого предприятия, а именно когда отсутствует хорошо слаженный и эффективный механизм взыскания дебиторской задолженности.

Наличие дебиторской задолженности, в том числе и просроченной, в настоящее время для большинства предприятий Республики Беларусь, к сожалению, является нормой. Об этом свидетельствуют данные Национального статистического Комитета Беларуси. По его данным, дебиторская задолженность на 1 декабря 2015 г. составила 216,9 трлн руб. и выросла на 11,1 % по отношению к началу года. Просроченная дебиторская задолженность на 1 декабря 2014 г. составила 39,4 трлн руб., или 18,2 % от общего объема дебиторской задолженности. При этом важно отметить наличие положительного тренда увеличения доли просроченной дебиторской задолженности: так, с 11,1 % на начало 2013 г. она выросла до 14,9 % на 1 января 2014 г. и до 18,2 % на 1 декабря 2014 г. Как показано на рисунке 1, в общем объеме просроченной дебиторской задолженности на долю организаций промышленности приходилось 53 %, торговли; по ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования – 19 %, строительства – 12 %, организаций по операциям с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг потребителям – 7 %, сельского хозяйства – 5 % [5].

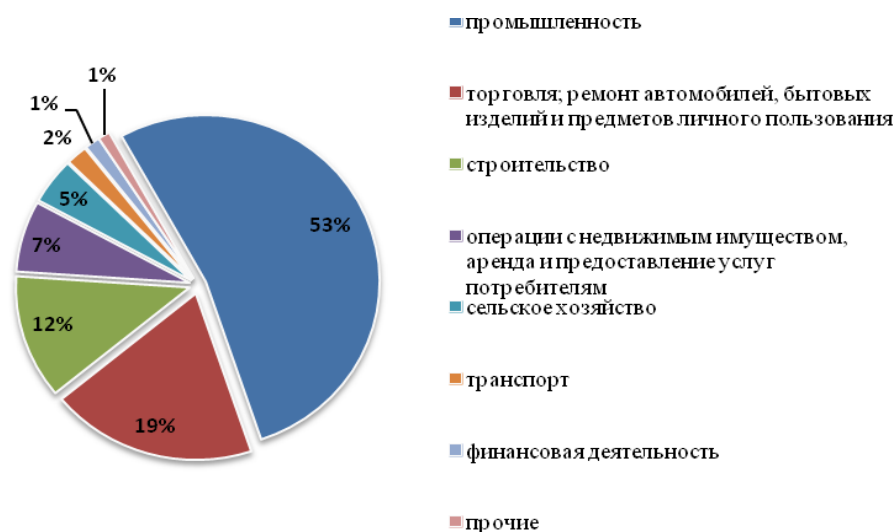


Рис. 1. Структура просроченной дебиторской задолженности в Республике Беларусь в разрезе отраслей на 01.12.2014 г.

Неплатежеспособность многих белорусских предприятий и, как следствие, формирование просроченной дебиторской задолженности в первую очередь связано в общей макроэкономической ситуации в стране. Нестабильность экономики, колебания валютных курсов, девальвация национальной валюты, потеря рынков сбыта ставят предприятия в крайне тяжелое положение. Однако все эти причины являются внешними, независимыми от самой организации. По нашему мнению, очень важна работа с дебиторской задолженностью внутри самого хозяйствующего субъекта, которая включает наличие четко регламентированного механизма работы с просрочившими платежи клиентами. При этом встает вопрос о формировании на предприятиях эффективной системы управления дебиторской задолженностью.

При изучении вопроса управления дебиторской задолженностью мы столкнулись с тем, что в отечественной и зарубежной финансово-экономической литературе достаточно много внимания уделяется анализу структуры оборотных активов и, в частности, дебиторской задолженности, достижению их сбалансированности, выявлению резервов снижения дебиторской задолженностью. Однако в публикациях научного и учебного характера недостаточно полно представлены теоретико-методические подходы, основанные на системном исследовании причин и последствий возникновения должников предприятия. При этом, по нашему мнению, общего экономического анализа дебиторской задолженности на основе анализа ее объема, структуры, коэффициентов оборачиваемости не достаточно для оценки эффективности ее управления и принятия соответствующих управленческих решений.

Мы предлагаем использовать методику построения системы управления дебиторской задолженностью, которая основана на статистическом анализе эффективности фактического уровня ее управления на предприятии. Для этого на основе данных дебиторской задолженности предприятия по его дебиторам оценим эффективность управления дебиторской задолженностью с применением методов вариационного статистического исследования. При этом, мы будем использовать такие показатели, как взвешенная средняя арифметическая, мода, медиана, показатели концентрации и неравномерности распределения дебиторской задолженности, отраженные на рисунке 2.

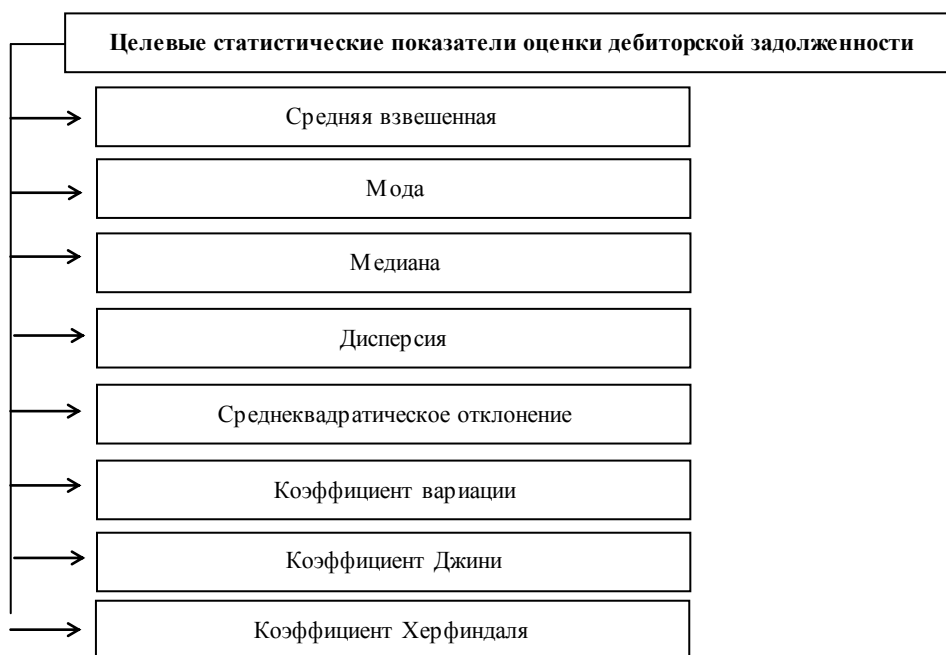


Рис. 2. Целевые статистические показатели оценки дебиторской задолженности

Оценим эффективность управления дебиторской задолженностью с помощью предложенного метода на ОАО «Оценка» (название предприятия было изменено в целях сохранения коммерческой тайны). Для начала необходимо определить количество групп, по которым будут сформированы дебиторы предприятия. С этой целью целесообразно применение формулы Старджеса, которая позволяет сгруппировать исследуемую совокупность на отдельные группы по определенному признаку. В качестве данного признака в нашем анализе будет выступать количество дебиторов, которое по данным предприятия за 2014 г. составило 115 предприятий. Тогда количество групп (r) будет рассчитываться следующим образом:

$$r = 1 + 3,32 \lg N = 1 + 1,44 \ln N = 1 + 1,44 * 115 = 7,83, \tag{1}$$

где N – число единиц совокупности (предприятий-дебиторов).

Для дальнейшего расчета статистических показателей качества управления дебиторской задолженности целесообразно сформировать расчетную таблицу, где будут приведены статистические характеристики интервального вариационного ряда – Таблица 1.

Таблица 1

**Расчет основных статистических характеристик вариационного ряда дебиторской задолженности предприятия по основным дебиторам**

Дебитор- ская зад-ть, млн руб., $x_k - 1 - x_k$	Количество дебиторов		Середина интер- вала, $x_i$	$x_i f_i$	Накоп- ленные частоты $M_i$	Накоп- ленные частос- ти $P_i, \%$	Плот- ность распре- деле- ния %, $Y_k = w_i / \Delta x_k$	Доля дебиторской зад-ти групп деби- торов в общем объеме дебитор- ской зад-ти		$\left(\frac{x_i f_i}{\sum x_i f_i}\right)^2$	$(x - \bar{x})^2 * f$
	$f_i$	в % к ито- гу $w_i$						$\frac{x_i f_i}{\sum x_i f_i}$	нарас- тающим ито- гом, $q_i$		
A	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
20 – 104	27	23,48	62	1674	27	23,48	0,28	0,055	0,055	0,0031	1089411,7
104 – 188	17	14,78	146	2482	44	38,26	0,18	0,082	0,137	0,0067	232194,4
188 – 272	12	10,43	230	2760	56	48,70	0,12	0,091	0,229	0,0083	12964,9
272 – 356	30	26,09	314	9420	86	74,78	0,31	0,312	0,540	0,0971	78429,6
356 – 440	10	8,70	398	3980	96	83,48	0,10	0,132	0,672	0,0173	182602,3
440 – 524	13	11,30	482	6266	109	94,78	0,13	0,207	0,879	0,0430	624235,9
524 – 608	2	1,74	566	1132	111	96,52	0,02	0,037	0,917	0,0014	183776,1
608 – 650	4	3,48	629	2516	115	100,00	0,04	0,083	1,000	0,0069	536206,0
Итого	115	100,00		30230				1,000		0,18	2939821,0

Источник: собственная разработка на основе [1].

Вначале целесообразно рассчитать структурные характеристики интервального вариационного ряда распределения дебиторской задолженности по основным дебиторам, а именно среднюю взвешенную, моду и медиану. Для расчета средней взвешенной необходимо первоначально найти среднюю для каждого интервала, как полусумму верхней и нижней границ, а затем — среднюю всего ряда. Расчет средней взвешенной прежде всего необходим для понимания величины дебиторской задолженности, которая приходится в среднем на одного дебитора. В нашем случае среднее взвешенное значение дебиторской задолженности, приходящееся на одного дебитора, составило 262,9 млн руб, что является достаточно высоким значением.

Мода представляет собой значение изучаемого признака, в частности, размера дебиторской задолженности на одного дебитора, повторяющееся с наибольшей частотой. Для расчета моды ( $M_0$ ) целесообразно использовать следующую формулу:

$$M_0 = x_0 + h * \frac{F_{m_0} - F_{m_0-1}}{(F_{m_0} - F_{m_0-1}) + (F_{m_0} - F_{m_0+1})} \quad (2)$$

где  $x_0$  – нижняя граница модального интервала (модальный интервал – интервал с наибольшей частотой);  $F_{m_0}$  – частота модального интервала;  $F_{m_0-1}$ ;  $F_{m_0+1}$  – частота интервала, предшествующего и следующего за модальным, соответственно.

В нашем случае модальным интервалом будет выступать интервал от 272 до 356 млн руб., так как именно он имеет наибольшую частоту ( $m_i = 30$ ). Тогда мода для интервального вариационного ряда дебиторской задолженности по основным дебиторам будет равна 298 млн руб.

Медианой называется значение признака, приходящееся на середину ранжированной (упорядоченной) совокупности. Медиана никак не зависит от величины крайних элементов вариационного ряда, что делает её очень полезным показателем. Для расчета медианы необходимо вначале определить медианный интервал – первый интервал, накопленная частота которого превышает половину общей суммы частот, а затем уже определить само ее значение. Медиана интервального вариационного ряда для ОАО «Оценка» составила 276,2 млн руб.

Одним из наиболее важных статистических показателей является дисперсия случайной величины. При анализе интервального вариационного ряда распределения дебиторской задолженности по основным дебиторам целесообразно рассчитать дисперсию суммы дебиторской задолженности, приходящейся на одного дебитора. Подставив в формулу конкретные значения интервального вариационного ряда распределения дебиторской задолженности по основным дебиторам получим значение дисперсии равное 25 563,6 млн руб.

На основе показателя дисперсии случайной величины рассчитывается среднеквадратическое отклонение. Среднеквадратическое отклонение дебиторской задолженности показывает абсолютное отклонение ее измеренных значений от средней взвешенной и рассчитывается как корень квадратный из дисперсии. Данный показатель является весьма информативным, так как показывает степень разброса дебиторской задолженности. Так, чем больше среднеквадратическое отклонение, тем больше рассеяние дебиторской задолженности от ее средней величины и тем не равномернее она распределена среди совокупности дебиторов. Таким образом, сумма дебиторской задолженности, приходящаяся на одного дебитора на ОАО «Оценка», находится в пределах 159,9 млн руб. от средне взвешенной.

Коэффициент вариации является еще одним статистическим показателем, характеризующим относительную меру отклонения измеренных значений от средней взвешенной. Соответственно чем больше его значение, тем большей степенью разброса характеризуется дебиторская задолженность, и, как следствие, тем меньшей управляемости она поддается. Тогда относительная мера отклонения дебиторской задолженности одного дебитора на ОАО «Оценка» от ее среднего значения составит 61 %.

Коэффициент концентрации Джинни служит для измерения степени неравномерности распределения единиц совокупности, в частности, групп дебиторской задолженности. Чем выше коэффициент Джинни, тем больше неравномерность распределения единиц совокупности и, при прочих равных условиях, выше уровень концентрации. Этот коэффициент целесообразно рассчитать по формуле:

$$Dk = \sum_{i=1}^{i-1} P * q_{i+1} - \sum_{i=1}^{i-1} P_{i+1} * q, \quad (3)$$

где  $Dk$  – коэффициент концентрации Джинни;  $P_i$  и  $P_{i+1}$  – следующие друг за другом значения накопленных частот;  $q_i$  и  $q_{i+1}$  – следующие друг за другом накопленные значения долей групп дебиторов в общем объеме дебиторской задолженности.

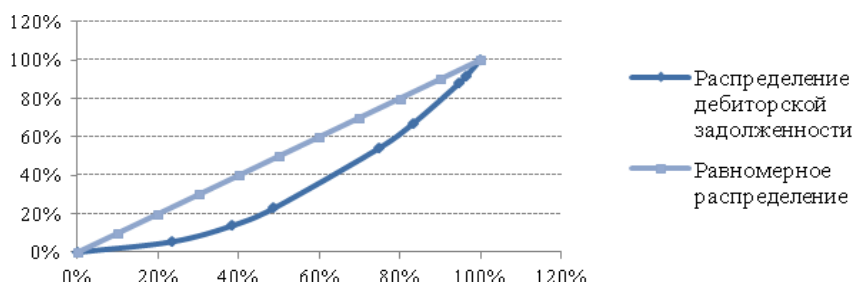
Тогда коэффициент концентрации Джинни неравномерности распределения дебиторской задолженности на ОАО «Оценка» составит 0,34.

Коэффициент Херфиндала показывает суммарную долю доминирующей группы среди дебиторов предприятия ( $H$ ) и рассчитывается по формуле:

$$H = \sum \left( \frac{xf}{\sum xf} \right)^2, \quad (4)$$

Тогда суммарная доля доминирующей группы среди дебиторов ОАО «Оценка» составит 0,37.

С помощью таблицы 1 можно построить кривую Лоренца. Кривая Лоренса обычно представляет собой график, демонстрирующий степень неравенства в распределении дохода в обществе, отрасли, а также степени неравенства в распределении богатства. Однако ее также можно использовать и для демонстрации неравенства распределения дебиторской задолженности по группам дебиторов. На горизонтальной оси будут располагаться накопленные частоты ( $P_i$ ), а на вертикальной — величины параметров  $q_i$ . Координаты точек диагональной прямой соответствуют равным значениям пары ( $P_i$ ,  $q_i$ ). Кривая Лоренца неравномерности распределения дебиторской задолженности на ОАО «Оценка» за 2014 г. приведена на рисунке 3.



**Рис. 3.** Кривая Лоренса неравномерности распределения дебиторской задолженности

Статистические показатели оценки распределения дебиторов ОАО «Оценка» по величине их задолженности могут быть использованы для оценки эффективности управления оборотными активами, и прежде всего, их наиболее весомой частью — дебиторской задолженности. Таким образом, сведем полученные на основе предыдущих расчетов статистические показатели в таблице 2.

**Основные статистические показатели оценки эффективности управления дебиторской задолженностью на ОАО «Оценка»**

Статистический показатель	Обозначение	Итоговое значение
Средняя взвешенная, млн руб.	$\bar{x}$	262,9
Мода, млн руб.	$M_o$	292,0
Медиана, млн руб.	$M_e$	276,2
Дисперсия	$D$	25563,6
Среднеквадратичное отклонение, млн руб.	$\sigma$	159,9
Коэффициент вариации, %	$v$	61
Коэффициент Джини, %	$D_k$	34
Коэффициент Херфиндаля, %	$H$	37

Источник: собственная разработка на основе [1].

Средняя взвешенная дебиторская задолженность на ОАО «Оценка» составила 262,9 млн руб. Для списка дебиторов в составе 115 предприятий данное значение средней взвешенной дебиторской задолженности достаточно велико, что является следствием большой концентрации задолженности до 524 млн руб. при этом следует заметить, что значение моды как наиболее часто встречающейся величины дебиторской задолженности в данном вариационном ряду составило 262,9 млн руб. – что также является не маленьким значением. Медиана вариационного ряда распределения дебиторской задолженности по основным дебиторам составила 276 млн руб.

Высокое значение среднеквадратического отклонения (159,9 млн руб.) указывает на наличие крупных дебиторов на ОАО «Оценка» в составе дебиторской задолженности.

Достаточно высокое значение коэффициента вариации в 61 % характеризует неоднородность совокупности дебиторов и невысокую степень их управляемости. Коэффициент Джини показывает, что распределение дебиторской задолженности является более менее равномерным (0,34) и ее часть сконцентрирована у доминирующей группы, составившей 37 % (значение коэффициента Херфиндаля).

Результаты анализа, проведенного с помощью статистических методов, в значительной мере свидетельствуют о рискованности и низкой эффективности управления дебиторской задолженностью на ОАО «Оценка». Следует заметить, что именно статистический анализ является необходимым дополнением экономического анализа, так как использование математического аппарата в статистическом анализе позволяет более точно определить качественный состав дебиторов.

Таким образом, подтверждается необходимость использования при формировании эффективной системы управления дебиторской задолженностью статистических методов анализа как базовой системы математических приемов в оценке дебиторской задолженности.

#### Список использованных источников

1. Безверхова, Ю. В. Управление дебиторской задолженностью и кредитной политикой предприятий химической промышленности : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.10 / Ю. В. Безверхова; Государственный университет управления. – М., 2012. – 42 с.
2. Бланк, И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 672 с.
3. Бригхэм, Ю. Финансовый менеджмент / Ю. Бригхэм, Л. Гапенски. – СПб. : Экономическая школа, 2006. – 669 с.
4. Вахрушина, Н. С. Создание системы управления дебиторской задолженностью [Электронный ресурс] / Н. С. Вахрушина // Технологии корпоративного управления. – Режим доступа: [http://www.iteam.ru/publications/finances/section\\_30/](http://www.iteam.ru/publications/finances/section_30/) – Дата доступа: 09.01.2015.
5. О состоянии расчетов организаций на 1 декабря 2014 года / Официальный сайт Национального статистического комитета республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/finansy/operativnaya-informatsiya\\_14/o-sostoyanii-raschetov/o-sostoyanii-raschetov-organizatsii-na-1-dekabrya-2014-goda/](http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/finansy/operativnaya-informatsiya_14/o-sostoyanii-raschetov/o-sostoyanii-raschetov-organizatsii-na-1-dekabrya-2014-goda/) – Дата доступа: 12.01.2015.

## СТРАТЕГИЯ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ – ИМПЕРАТИВ РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

М.С. Мотышина,

доктор экон. наук, профессор,

*Негосударственное образовательное учреждение*

*«Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»,*

*г. Санкт-Петербург*

Сложная геополитическая и социально-экономическая ситуация, в которой оказалась Россия, на первый план выдвигает проблему расстановки приоритетов, на которых нужно сосредоточить основное внимание и народнохозяйственные ресурсы. Не случайно в последнее время появилось много научных работ, отражающих разнообразие во взглядах на основные направления развития экономики страны, а также ее структуры. В научной среде идет серьезная полемика по этим вопросам [1, 2].

Все больше ученых и представителей бизнеса склоняется к необходимости диверсификации экономики, отхода от сложившейся структуры, в которой доминирующую роль играют сырьевые отрасли. Сырьевая ориентация привела экономику к структурному дисбалансу и неустойчивости. Так, по мнению ряда экономистов, Россия до сих пор не преодолела последствий спада 2008–2009 года. Не восстановлены докризисные инвестиции и масштабы строительства, не достигнут существовавший к 2008 году уровень производства в машиностроении, в легкой и текстильной, в целлюлозно-бумажной промышленности, в целом ряде других отраслей. При этом проблема заключается не в гипертрофированных масштабах сырьевого сектора, а в недоразвитости перерабатывающих отраслей. За годы перестройки произошло существенное замедление развития производства и явно обозначился процесс *деиндустриализации*, при котором происходит не просто сокращение производства, а снижается его технологический уровень, сокращаются фонды, наблюдается декавалификация занятых в производстве людей, разрушается производственная инфраструктура и происходят другие негативные явления. Особенно остро вопрос о промышленной политике встает в связи с принятым курсом на импортозамещение. Экономика страны в настоящее время катастрофически зависит от внешних источников: доля импорта станков составляет 89 %, одежды – 75 %, фармацевтической продукции – 69 %, офисного оборудования и вычислительной техники – 83 % [3].

Феномен деиндустриализации можно наблюдать не только в России. Это явление сопровождает развитие европейской экономики в последние три десятилетия. Так, если в 1970 году реальный сектор занимал в ВВП Евросоюза около 27 %, то в 2000 он составлял 18,5 %, а к 2013 упал до 15,8 % [4]. Подобные явления были обусловлены тенденциями стремительного развития сферы услуг и изменением их качественных характеристик. В ВВП развитых стран доля сферы услуг стала занимать 60 – 80 %. В настоящее время в структуре ВВП США промышленность составила 19,2 %, в то время как сфера услуг как – 79,7 %. Эти процессы дали основание сформировать идею о том, что в постиндустриальном обществе основу составляет сервисный сектор. При этом недооценивалось то обстоятельство, что во многих случаях услуги зависят от производственного сектора и являются его продолжением. На практике в некоторых странах это привело к пренебрежительному отношению к промышленности. Например, в Великобритании промышленность сократилась на две трети. В большинстве западноевропейских стран тенденция та же, за исключением Германии, которая сохранила свое промышленное ядро на прежнем уровне – 22,4 % ВВП. В структуре ВВП России промышленность составляет 37,5 % (главным образом, добывающая промышленность), сфера услуг – 58,4 % [5]. Эксперты консалтинговой компании KPMG отмечают, что европейские страны не в состоянии компенсировать ослабление реального сектора адекватным усилением сферы высокотехнологичных услуг, поскольку развитие высокотехнологичных сегментов в промышленности и в сфере услуг они идут «рука об руку». Они тесно взаимосвязаны, дополняют друг друга, и инновационные прорывы в одной области дают импульсы для развития другой.

В этой связи, руководство ЕС и правительства многих стран стали пересматривать свое отношение к экономическим приоритетам. В конце 2010 года Европейской комиссией была принята новая активная промышленная политика, уделяющая большее внимание обрабатывающей промышленности и меньшее – финансовому сектору и «экономике знаний». В документе подчеркивалось, что современные вызовы настоятельно требуют усилий в различных отраслях экономики. В январе 2014 года Еврокомиссия опубликовала специальное коммюнике «К европейскому промышленному ренессансу», где отмечалось, что экономическое значение промышленности значительно больше, чем свидетельствует ее доля в ВВП. На отрасли промышленности приходится 80 % европейского экспорта и более 80 % частных инвестиций в НИОКР. Мощная индустриальная база стала рассматриваться как ключевой фактор европейской конкурентоспособности и экономического возрождения [7].



Подобный подход в последнее время характерен не только для Европы. Так, Япония недавно разработала план новой промышленной политики, направленный на отход от «монопольной» структуры экономики, базирующейся на автомобильной промышленности и электронике, к структуре на основе пяти стратегических отраслей: экспорте инфраструктурных услуг; отраслей, решающих проблемы сохранения окружающей среды; сферы культуры, включая моду, питание и туризм; здравоохранение, а также передовых традиционных для Японии отраслей (робототехника, космические исследования, аэрокосмическая промышленность) [8]. Аналогичные процессы происходят в США, Китае, Южной Корее, Бразилии, Индии и многих других странах.

Учитывая международный опыт, современные глобальные вызовы, а также текущее состояние основной задачей экономики России должна стать *диверсификация*. На необходимость диверсификации указывают и внешние эксперты, например, Всемирный банк. В докладе ВБ об экономике России рассматриваются пути диверсификации экономического развития за счет перераспределения портфеля национальных активов: природных ресурсов, капитала (в том числе, человеческого) и экономических институтов [9].

Основой современной промышленной политики России должна стать *реиндустриализация (новая индустриализация)*. Ее суть заключается в проектировании и развертывании внутренних индустриально-технологических цепей, выпускающих готовые изделия как сугубо промышленного, так и потребительского назначения на новой технологической основе [1]. Новая индустриализация связана с внедрением инновационных продуктов на основе NBIC- технологий (нано-, био-, информационных и когнитивных наук и технологий) – основой нового формирующегося шестого технологического уклада. Вслед за США по пути новой индустриализации идут экономики Германии, Японии, Южной Кореи и Китая. Новая индустриализация представляет собой одновременно и мировой тренд и императив, например, российской экономики [10].

Однако принятый Правительством России антикризисный план развития экономики идет вразрез с необходимостью изменения стратегических приоритетов развития страны. Из 2 трлн 332 млрд рублей – 1 трлн 665 млрд руб. направляется на поддержку банков; в то время как на поддержку АПК – 50 млрд, а всей промышленности – всего 20 млрд рублей [11]. Тем самым, антикризисный план Правительства не предусматривает смену экономической модели, не решает проблему сырьевой зависимости, не предусматривает процесса реиндустриализации и, тем самым, не стимулирует роста экономики.

#### Список использованных источников

1. Бодрунов, С. Д., Гринберг Р.С., Сорокин Д.Е. Реиндустриализация российской экономики: императивы, потенциал, риски. – Научный доклад. – Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://imir.ru/wp-content/uploads/2014/02/08\\_Реиндустриализация-российской-экономики-императивы-потенциал-риски.pdf](http://imir.ru/wp-content/uploads/2014/02/08_Реиндустриализация-российской-экономики-императивы-потенциал-риски.pdf). – Дата доступа: 12.01.2015.
2. Бузгалин, А. Российская экономическая система: некоторые итоги реформ / А. Бузгалин, А/ Колганов // Проблемы теории и практики управления. – 2014. -№ 8. – С. 8–19.
3. Импорт под запретом // Ведомости. – 2014. – 16 июля.
4. Зарицкий, Б. Е. Европа: реиндустриализация vs. деиндустриализация / Б. Е. Зарицкий // Экономические науки. – 2014. – №8/ – С. 170.
5. The World Factbook [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pk.html>. – Date of access: 25.09.2014.
6. KPMG. The 2014 Global Manufacturing Outlook: Performanse at the crosshairs. URL: [http://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/PDF/Market %20Sector/global-manufacturing-outlook-performanse-crosshairs.pdf](http://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/PDF/Market%20Sector/global-manufacturing-outlook-performanse-crosshairs.pdf).
7. For a European Industrial Renaissance. EC. Brussel. – 22/01/2014. URL: [https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http %3A %2F %2Fec.europa.eu %2Fdocsroom %2Fdocuments %](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fdocsroom%2Fdocuments%2F).
8. Кондратьев, В. Еще раз о промышленной политике / В. Кондратьев // Проблемы теории и практики управления. – 2014.- № 12. – С. 23.
9. Доклад Всемирного банка об экономике России, сентябрь 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/russia/ter32-rus.pdf>. – Дата доступа: 12.01.2015.
10. Юдина, Т. Н. Деиндустриализация и новая индустриализация (реиндустриализация) : Россия и Китай / Т. Н. Юдина // Теоретическая экономика. – 2015. – № 1.
11. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году: Распоряжение от 27 января 2015 года №98-р Правительства РФ.

## РАЗВИТИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ПРОМЫСЛОВ В РЕГИОНАХ КАК ФАКТОР ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ МОДЕЛИ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

**К.В. Павлов,**

доктор экон. наук, профессор

*НОУ ВПО «Камский институт гуманитарных и инженерных технологий»,  
г. Ижевск, Россия*

Модернизация, техническое перевооружение и прогрессивная структурная перестройка российской экономики на основе использования новейших инновационных технологий (в т.ч. нанотехнологий, биотехнологий и т.п.) являются важнейшими условиями эффективного инновационного развития страны и роста конкурентоспособности отечественной продукции. Все это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов и действительно осуществить структурную перестройку отечественной экономики, о необходимости которой говорится уже очень давно. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока еще нередко отождествляют с сырьевым придатком развитого мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствуют ускоренному развитию народно-хозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни населения.

Учитывая, что США, Канада, Япония, страны ЕС в связи с событиями на Украине применяют против России так называемые экономические санкции, что негативно сказывается на темпах роста отечественной экономики, по мнению автора, не любая модель модернизации эффективна в этих условиях хозяйствования. Очевидно, что особенно эффективным вариантом будет являться импортозамещающая модель модернизации, о чем в последнее время неоднократно говорил в своих выступлениях Президент России В.В. Путин. Поскольку процесс модернизации включает множество факторов и направлений, импортозамещение следует рассматривать не только в общем, но и в различных аспектах и отношениях, в том числе и с позиции эффективного развития отдельных отраслей и регионов.

Таким образом, при осуществлении модернизации большое значение имеет также учет региональных и отраслевых особенностей. Так, например, в республиках, которых в РФ насчитывается 22 (т.е. практически четвертая часть всех субъектов РФ), одной из важнейших форм модернизации будет являться возрождение народных промыслов, некогда развиваемых титульными нациями этих республик, что также будет способствовать процессу импортозамещения. В Удмуртской Республике к таким промыслам относится льноводство, которое здесь интенсивно развивалось и в царский период развития страны (конец XIX – начало XX веков), и на первых этапах (20-е – 30-е годы XX века) существования советской власти. В эти периоды времени Удмуртия входила в тройку регионов, являющихся крупнейшими в стране производителями льна и изделий из него.

Лен в условиях Удмуртии является традиционной технической культурой и возделывание его на территории республики началось еще в глубокой древности [2]. В Удмуртии еще в первой половине 19 века широкое развитие имела домашняя промышленность. Женщины пряли, ткали шерстяные ткани и холсты, шили одежду, вязали, вышивали. Крестьянские ткани вывозились за пределы края. В 1837 г. вятский губернатор отмечал, что из льна в уездах выделялось 2,5 млн аршин холста, который отправлялся в Архангельск, где его охотно покупали иностранные торговцы. В середине 19 века из губернии уже вывозилось около 15 млн аршин, в том числе в Казань для мешков – около 800 тыс. аршин холста. В это же время предпринимались меры по усовершенствованию крестьянского ткачества, в связи с чем палата государственных имуществ выписала самопрялки и усиленно внедряла их среди крестьянок.

После социалистической революции выращивание льна – долгунца в республике продолжилось. В отдельные годы площади под посевами льна достигали 60 тыс. га. В послевоенный период посевные площади под лен в Удмуртии резко сократились. В настоящее время руководством республики ставится задача возрождения льноводства и постепенное доведение его объемов производства до прежних параметров. Для этих целей выделяются определенные финансовые ресурсы, в связи с чем достаточно быстрыми темпами идет возрождение этой отрасли производства.

В настоящее время лен выращивается в 15 районах Удмуртии, в основном в северной ее части и площади, занятые посевом льна, в последнее время составляют около 15 тыс. га. По этому показателю республика находится на втором месте в России после Тверской области, а по сбору льна – на третьем месте. Удельный вес, который занимает Удмуртская Республика, в общей площади посевов льна по России, со-

ставляет 12 %, а удельный вес валового сбора льноволокна – около 10 %. В целом льняной комплекс Удмуртии включает около 45 коллективных и фермерских хозяйств, 2 льносеменоводческие станции и 15 льноперерабатывающих заводов. Общее представление о развитии льняного комплекса региона в последнее время дает представление таблица 1 [4].

Таблица 1

**Развитие льняного комплекса в Удмуртской Республике**

Показатель	1990г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Посевные площади, всего, тыс. га,	18,2	12,5	11,4	9,1	10,3	12,6	14,8
Производство льноволокна, всего, т.	5648	5549	5897	5692	5832	5974	6126
Урожайность льноволокна, ц/га	4,1	5,1	6,1	6,7	6,9	7,1	7,4

Из табл.1 видно, что во второй половине двухтысячных годов показатели, характеризующие общую площадь посевов льна в регионе, существенно снизились. Это объясняется рядом причин, в т.ч. мировым финансово-экономическим кризисом 2008-2010 г.г., а также тем обстоятельством, что льнокомбинаты России резко снизили закупочные цены в это время, делая ставку на более дешевое привозное волокно, в основном из Китая. По этой причине у льнозаводов страны в тот период накопились значительные долги перед фермерско-крестьянскими хозяйствами, занимающимися выращиванием льна. Еще одной причиной сложного положения в отрасли явилось неполное финансирование целевой программы из бюджета Удмуртской Республики (около 60 % от запланированного). Из местных муниципальных бюджетов вообще было выделено всего лишь около 3-х % от планируемой суммы. Лишь из федерального бюджета деньги были выделены практически в полном объеме.

Для преодоления сложившейся ситуации в регионе в последнее время стали осваивать новые инновационные технологии производства продукции глубокой переработки льна, т.е. конечного продукта, позволяющего перерабатывать волокно, производимое льнозаводами Удмуртии и выпускать востребованную конкурентоспособную на российском и мировом рынках продукцию. С 2007 г. реализуется республиканская программа «Развитие льняного комплекса Удмуртской Республики», мероприятия которой направлены на увеличение производства льняной продукции и повышение эффективности производства на предприятиях льняного комплекса республики [7]. Значительную роль здесь могут сыграть районные общества потребительской кооперации, которые в свое время оказали существенное влияние в процессе культивирования льна.

В результате принятых мер ситуация в льняном комплексе региона стала существенно улучшаться и, начиная с 2010 г., общие площади посевов льна-долгунца в республике стали существенно увеличиваться (см. табл.1). Особенно в Удмуртии есть опыт более глубокой переработки короткого волокна, доля которого составляет здесь около 80 % (предприятия первичной переработки льна производят и короткое, и длинное волокно). Так, например, в ОАО «Можгинский льнозавод» выпускается нетканое иглопробивное полотно (ватин), в ООО «Шарканский льнозавод» и в ООО «Мичуринский льнозавод» Кизнерского района Удмуртии выпускается нетканое иглопробивное полотно. В ООО «Лен-Сервис» налажено производство крученых изделий: каната, веревки, шпагата.

Возрождение льняной отрасли региона требует комплексного подхода [10]. В связи с диспаритетом цен на промышленные средства производства и сельскохозяйственную продукцию, а также в связи с необходимостью государственной поддержки льняного производства, предполагающего возмещение затрат на приобретение минеральных удобрений и топливно-смазочных материалов, в рамках республиканской комплексно-целевой программы «Развитие льняного комплекса Удмуртской Республики» предоставляется субсидия на производство льна в размере 1200 руб. на тонну льноволокна, а из федерального бюджета дополнительно выделяется еще 3000 руб. субсидии на каждую тонну льноволокна.

Целенаправленное и комплексное решение проблемы программным методом должно привести к выполнению задач о системном развитии льняного комплекса региона, что будет способствовать:

- повышению производственного потенциала, в т.ч. технической и технологической оснащенности предприятий в области льноводства;
- внедрению новых интенсивных технологий возделывания льна с целью дальнейшего увеличения его производства;
- внедрению льноперерабатывающими предприятиями высокопроизводительного, ресурсосберегающего оборудования с целью увеличения выработки и повышения качества льноволокна;
- обеспечению занятости на селе и развитию кадрового потенциала на предприятиях льняного комплекса региона.

Общества потребкооперации могли бы увеличить объемы производства также и таких традиционных для удмуртов народных промыслов, как пчеловодство, лесные промыслы, отхожие промыслы (выделка рогов, циновок, кулей, крашение шерстяных, бумажных, холщевых тканей и пряжи). В других республиках России похожая ситуация – в них можно развивать другие виды полузабытых народных промыслов, неред-

ко называемых этноэкономикой. У башкир, например, традиционными народными промыслами были коневодство и кумысоделие, которые в последнее время также интенсивно возрождаются. В Республике Башкортостан общества потребкооперации также могли бы существенно разнообразить свою деятельность, участвуя в развитии этих традиционных промыслов [6]. Таким образом, процесс модернизации экономики кроме технологического аспекта включает также этнический, социальный, экологический, этический, эстетический и иные аспекты, а развитие народных промыслов у титульных наций республик в составе России будет способствовать реализации экономической политики импортозамещения в целом по стране и ее отдельным регионам, а также развитию импортозамещающей модели модернизации экономики страны.

Однако, несмотря на то, что о необходимости модернизации как основы роста конкурентоспособности российской экономики говорится давно, реальные результаты этого процесса еще очень далеки от требуемых стандартов. Недостаточно высокие темпы этого процесса связаны с рядом факторов, в том числе с ограниченными ресурсами и резервами модернизации [8]. Как известно, для осуществления структурной перестройки и технического перевооружения экономики требуются значительные ресурсы: финансовые, материальные, инновационные, трудовые. Откуда их взять?

Опыт государств, эффективно модернизировавших свою экономику, свидетельствует о том, что нередко важнейшим условием успешной модернизации являются иностранные инвестиции. Так, например, в коммунистический Китай уже не одно десятилетие вкладываются значительные средства из-за рубежа (только из США в общей сложности туда в последнее время поступили десятки млрд долларов). В Чили, реформирующую свою экономику на основе монетарных принципов еще со времен правления генерала Пиночета, также поступили значительные объемы иностранных инвестиций.

В этой связи можно вспомнить о достаточно быстром послевоенном восстановлении разрушенной войной экономики ряда европейских стран вследствие финансовой помощи на основе реализации плана Маршалла. Однако в России, несмотря на предпринимаемые усилия, к сожалению, иностранные инвестиции не сыграли той роли, которую от них ожидали. В условиях мирового финансово-экономического кризиса возможности использования зарубежных инвестиций как одного из важнейших источников осуществления модернизации и структурной перестройки российской экономики еще более сократились, так как значительно уменьшились объемы имеющихся на международном финансовом рынке свободных денежных средств. Кроме того, следует иметь в виду, что использование зарубежных источников как основы модернизации народно-хозяйственного комплекса наряду с очевидными позитивными последствиями имеют и негативные.

Так, например, новые индустриальные страны – Аргентина, Бразилия и Мексика для осуществления индустриализации и технического перевооружения своих экономик преимущественно в 70-е годы XX века осуществили займы огромных финансово-кредитных средств – в итоге каждая страна в общей сложности оказалась должна более 100 млрд долларов, а вместе эти три государства оказались должны развитым странам более 330 млрд долларов. Вследствие этого данные страны на протяжении последних десятилетий являлись крупнейшими в мире должниками (а в недалеком прошлом подобная ситуация имела место и в Южной Корее), из-за чего в них нередко наблюдалась высокая инфляция, значительная девальвация национальной валюты, социально-экономическая и политическая нестабильность.

Для повышения уровня конкурентоспособности продукции и экономической эффективности российской экономики большое значение имеет также разработка теоретических проблем изучения влияния структурной перестройки и технического перевооружения производства на рост его эффективности при рыночных отношениях. В этой связи заметим, что проблемами экономического роста, выявления различных стадий, этапов экономического развития занимались многие крупные отечественные и зарубежные ученые. Наряду с широко известными у нас в стране формационным и цивилизационным подходами за рубежом много внимания уделяется и другим научным концепциям, например процессу движения экономики от аграрной к индустриальной и постиндустриальной стадиям. Одной из самых новых и известных теорий экономического развития, развиваемой, в частности, крупнейшим в мире специалистом в области анализа явления конкурентоспособности продукции Майклом Портером, является следующая.

Экономический рост представляет собой движение в сторону усложнения источников конкурентных преимуществ и укрепления позиций в высокоэффективных отраслях и сегментах народнохозяйственного комплекса. Данный процесс сопровождается быстрым ростом эффективности всей экономики. Уровни экономического развития различных стран можно представить в виде некоторого ряда стадий развития конкуренции. Эти стадии различаются по специфическим источникам достижения конкурентоспособности на мировом рынке, а также по видам и степени развития успешно функционирующих отраслей. Учитывая, что вопросам повышения уровня конкурентоспособности российских предприятий как основе решения экономических, социальных и демографических проблем страны уделяется в настоящее время первостепенное значение, имеет смысл стадии конкурентоспособности рассмотреть подробнее.

Выделяют четыре особые стадии конкурентоспособности национальной экономики, соответствующие четырем основным движущим силам, или стимулам, определяющим ее развитие в отдельные периоды времени:

- 1) факторы производства;
- 2) инвестиции;
- 3) нововведения;
- 4) богатство.

На трех первых стадиях происходит рост конкурентоспособности национальной экономики, что, как правило, сочетается с ростом благосостояния. Четвертая стадия означает постепенное замедление роста и, в конечном счете, спад. В соответствии с данным подходом осуществляют классификацию отдельных стран по уровню конкурентоспособности их индустрии в мировом хозяйстве.

Ни одна страна, по существу, не миновала первую из перечисленных четырех стадий развития экономики, т.е. стадии развития конкурентоспособности на основе факторов производства. В настоящее время на этой стадии находятся почти все развивающиеся страны, а также постсоциалистические страны (в том числе и Россия) [5]. То же самое можно сказать о некоторых странах (Канада, Австралия) с высоким уровнем благосостояния, обладающих значительными природными богатствами.

Поскольку Россия находится в настоящее время на первой стадии, охарактеризуем ее подробнее. На данной стадии практически все национальные отрасли, успешно действующие на мировом рынке, достигают своих преимуществ в конкурентной борьбе почти исключительно благодаря основным факторам производства: природным ресурсам или избыточной и дешевой рабочей силе. Экономика на этой стадии весьма чувствительна к мировым экономическим кризисам и изменению валютных курсов, которые приводят к колебаниям спроса и относительных цен. Она также оказывается чрезвычайно уязвимой в случае потери имеющихся факторов и быстро меняющегося лидерства отраслей (достаточно вспомнить августовский кризис 1998 г.). Как свидетельствует мировой опыт, обладание большими запасами природных ресурсов хотя и может обеспечить высокий доход на душу населения в течение довольно продолжительного периода, однако оно не является достаточным основанием для устойчивого роста эффективности экономики, о необходимости которого в своих выступлениях постоянно упоминает Президент России В.В. Путин. Поэтому лишь немногие страны сумели преодолеть эту первую стадию факторов производства.

На второй стадии конкурентное преимущество экономики базируется на готовности и способности национальных фирм к агрессивному инвестированию. Фирмы вкладывают средства в современное, эффективное оборудование и технологию, которое можно приобрести на мировом рынке. Инвестиции также направляются на покупку лицензий и создание совместных предприятий. Причем, нередко приобретаемые техника и технология на поколения отстают от лучших мировых образцов, так как лидеры международной конкуренции стараются не продавать технику последнего поколения. В послевоенный период на вторую стадию удалось перейти Японии и позже – Южной Корее. В экономике Тайваня, Сингапура, Испании и в меньшей степени Бразилии присутствуют лишь некоторые признаки достижения стадии инвестиций, причем не все страны, развивающиеся в этом направлении, преуспевают [14].

Россия тоже пошла по этому пути, однако пока больших успехов добиться ей не удалось. Приведем некоторые факты. Хотя еще во времена горбачевской перестройки впервые стали создаваться совместные предприятия (СП) на территории нашей страны, в настоящее время в России в сравнительном аспекте создано относительно немного совместных предприятий. Нет и того притока иностранных инвестиций, на который первое время рассчитывали российские теоретики (Егор Гайдар, Евгений Ясин и пр.) в начале затеваемой ими монетарной реформы (в начале 90-х годов прошлого, XX века). И дело не только в сравнительно небольших объемах иностранных инвестиций. Поступающие из-за рубежа инвестиции в основном вкладываются не в ключевые отрасли экономики (машиностроение, сельское хозяйство, отрасли производственной инфраструктуры) и даже не в отрасли, являющиеся "полюсами" роста, а преимущественно в сырьевые отрасли и пищевые. Важно и то, что процесс привлечения иностранных инвестиций в регионы России осуществляется неравномерно. Зарубежный капитал преимущественно концентрируется в Центральном районе, и, прежде всего в Москве и Московской области, в Западной Сибири и на Дальнем Востоке [13]. В этой связи возникает вопрос, а так ли уж нам надо было выбирать этот вариант развития, тем более что наряду с определенными плюсами ему присущи и существенные недостатки. Прежде всего, это возможная высокая внешняя государственная задолженность России вследствие этого. Особенно очевидны недостатки этого варианта развития в условиях экономических санкций, которые применяют развитые страны Запада в отношении России в настоящее время и действие которых по существу нацелено на ослабление российской экономики в обозримом будущем.

По мнению автора, гораздо эффективнее для России выбрать иной путь – перейти с первой сразу на третью стадию, тем более что такой опыт в мировой практике уже имеется. Хороший пример тому – Италия, где потерпели неудачу все попытки следовать инвестиционной модели развития. В 60-е годы XX века Италия совершила скачок от первой стадии факторов сразу к третьей стадии нововведений. По темпам роста экономики она уступала только Японии [1]. Способность экономики избежать второй стадии инвестирования и, тем не менее, успешно развиваться требует наличия в историческом прошлом страны длитель-

ных периодов индустриальной активности, оставивших след в национальной системе образования, производственных навыках и т.п.

Но все это имело место в истории не только Италии, но и России. Достаточно сказать, что только в регионах Урала еще совсем недавно успешно развивались инновационные отрасли. Таким образом, российская экономика, опираясь на основные факторы, через определенный период может непосредственно перейти к третьей стадии нововведений, минуя вторую стадию инвестирования. У нас для этого есть все основания. Действительно, одной из особенностей третьей стадии нововведений является то, что национальные фирмы не только применяют и улучшают иностранную технику и технологию, но и создают новые. Напомним в этой связи, что в России еще в социалистический период было немало отраслей и видов производств, занимающих ведущие позиции в мире по уровню технической оснащенности. Таким образом, Россия по некоторым параметрам уже находится на третьей стадии (здесь нелишне добавить, что рассматриваемая здесь теория о стадиях экономического развития, как и любая другая теория, отражает действительность лишь с некоторой степенью условности – в реальности обычно в экономике любой достаточно развитой страны одновременно можно найти элементы, характерные для различных стадий, поэтому рассматриваемая нами теория применима лишь в целом, при выявлении сущности процесса).

Завершая рассмотрение проблемы о выборе возможных путей дальнейшего развития России, необходимо еще раз констатировать, что естественный, обычный для многих стран вариант перехода от первой стадии факторов ко второй стадии инвестирования у нас, как уже было показано, по большому счету не осуществляется. Главной причиной этого является, скорее всего, боязнь западных бизнесменов вкладывать крупные капиталы в нестабильную российскую экономику. К тому же не следует забывать, что вливания в больших масштабах инвестиций из-за рубежа обычно наряду с позитивными приводят и к негативным последствиям, прежде всего к росту внешней задолженности, бремя которой, как правило, ложится на население. В этой связи более предпочтительным является путь перехода от первой стадии факторов сразу к третьей стадии нововведений, минуя вторую стадию инвестирования (точнее, используя лишь некоторые элементы, присущие этой стадии, т.к. полностью ее «перепрыгнуть» не удастся), тем более что уже похожий скачок России приходилось преодолевать – процесс индустриализации в послереволюционный период, а в настоящее время в России к тому же имеется немало новейших наукоемких производств. От предложенного варианта развития особенно выиграют регионы с традиционно высоким наукоемким потенциалом. Особенно это актуально, как уже отмечалось нами, в настоящее время в связи с действием экономических санкций против России.

Как бы то ни было, в Россию вряд ли в обозримом будущем из-за рубежа потекут значительные инвестиции. Еще меньше надежды на то, что в страну придут качественные инвестиции в виде новых технологий и инноваций – известно, что многие ведущие страны и, прежде всего, США, опасаясь усиления России, препятствуют проникновению в нее инвестиций инновационного характера. Сказанное, однако, вовсе не означает, что вообще следует отказаться от зарубежных инвестиций – разумеется, нет, но, во-первых, всегда следует учитывать их эффективность и инновационную новизну и, во-вторых, основную ставку в любом случае придется делать на внутренние резервы и источники. Следует добавить, что в отечественной истории известны случаи осуществления технического перевооружения экономики на основе преимущественно собственных источников – это всесоюзные сталинские лотереи и выпуски облигационных займов, а также индустриализация советской экономики 30-х годов XX века, осуществленная в значительной мере за счет перекачки финансовых ресурсов из сельского хозяйства в промышленность [3].

В настоящее время внутренние ресурсы для осуществления модернизации российской экономики следует искать, по мнению автора, в большем использовании получаемых доходов в сырьевых секторах на общеэкономические цели за счет увеличения рентных платежей, во введении прогрессивной шкалы налогообложения на доходы, во всемерной экономии государственных средств, а также в более активном привлечении в реальный сектор экономики финансовых ресурсов, имеющихся у населения. Все это потребует радикального изменения системы хозяйственного права, налогообложения, а также введения усиленного государственного регулирования общественного развития. Очень важно также увеличить государственное финансирование фундаментальных и прикладных научных исследований, а также опытно-конструкторских разработок (следует учитывать, что наукоемкие технологии и производства, также как и вся сфера НТП, постоянно дорожают, что является объективной мировой тенденцией).

В этой связи нелишним будет напомнить и о том, что ведущие в технологическом плане современные государства, такие как Япония и Южная Корея, еще в середине XX века были весьма отсталыми (южнокорейская экономика вообще была разрушена после окончания корейской войны и раздела единой Кореи на два государства – Северной и Южной Кореи, а ВВП Японии 1950 году было меньше ВВП США более чем в 30 раз, тогда как уже в середине 80-х годов отставание было всего в 2 раза). Успехи и Японии, и Южной Кореи (начиная с 80-х годов XX века эта страна демонстрировала самые высокие темпы роста ВВП в мире) в значительной мере связаны с высокой нормой накопления капитала, особенно начиная с 60-х годов (эта норма достигала 25 % от объема национального дохода, что очень много).

Такая высокая норма накопления капитала в значительной мере была обусловлена политикой всемерной экономии, которая проводилась правительствами этих стран в тот период времени. Подобный вариант хозяйственной политики следует проводить и в России в настоящее время (к сожалению это не вяжется с той гламурной роскошью, которую демонстрируют наши бизнесмены, особенно олигархи – напомним, что, несмотря на финансово-экономические проблемы, число долларовых миллиардеров в России увеличилось почти вдвое).

Рост нормы накопления капитала, необходимой для осуществления модернизации и технического перевооружения российской экономики, можно достигнуть также и путем создания разветвленной системы государственного стимулирования системы НИОКР, в том числе на основе введения на предприятиях обязательных нормативов внедрения новых и новейших технологий (напомним, что в последнее время коэффициенты выбытия и обновления основных фондов существенно снизились по сравнению с социалистическим периодом) [9].

При определении факторов и условий осуществления модернизации следует учесть ее многовариантный характер. Так, варианты технического перевооружения экономики прежде всего могут отличаться сроком, временем реализации. В этой связи можно вспомнить разные варианты технического перевооружения, связанные с процессом индустриализации. Как известно, выделяют три варианта индустриализации: 1) когда ставка делается на развитие легкой и пищевой промышленности (так называемый капиталистический вариант индустриализации); 2) ставка делается на развитие тяжелой промышленности (социалистический вариант индустриализации); 3) вариант индустриализации, когда нет четкой направленности на развитие какой-то одной группы отраслей промышленности. Как правило, ставка на капиталистический вариант индустриализации приводит к более длинному сроку технического перевооружения экономики по сравнению с социалистическим вариантом индустриализации. Кроме выделения разновидностей индустриализации, связанных с внутренними факторами, выделяют два типа – экспортоориентированный и импортозамещающий варианты индустриализации, связанные с внешними факторами. Импортозамещающая модель модернизации, которую нередко называют также неоиндустриализацией, особенно актуальна в России в настоящее время в связи с введенными экономическими санкциями со стороны западных развитых государств [12].

В России также можно предложить рассмотреть разные варианты модернизации экономики. В виде двух крайних вариантов предлагаются следующие: от ставки на высокие технологии и преимущественное инвестирование в наукоемкие производства, прежде всего на основе ВПК, до другого сценария, где акцент делается на первоочередное развитие гражданских отраслей, потребительского сектора, ресурсосберегающих технологий преимущественно традиционного типа. В последнем случае развитие потребительского сектора становится мощным стимулятором для развития инвестиционного сектора, однако этот путь более длительный с точки зрения вхождения в постиндустриальную эпоху. На наш взгляд, в России должен быть реализован некий средний вариант в виде своеобразной смеси элементов этих двух крайних вариантов модернизации, то есть в виде рационального сочетания элементов разных технологических укладов.

Выбор того или иного варианта модернизации экономики зависит от многих факторов: потенциала страны, степени его технологического развития, внешнеэкономической ситуации, в том числе действия экономических санкций против России в настоящее время и многих других. Так, вспомним, что в связи со сложной внешнеполитической ситуацией, сложившейся в 30-е годы XX века, в СССР как необходимый и единственно возможный в то тяжелое время был выбран ускоренный вариант индустриализации, когда ставка была сделана на преимущественное развитие тяжелой промышленности и ВПК.

Учитывая, что в настоящее время Россия относится к группе так называемых «догоняющих» стран отечественным предприятиям, по мнению автора, также целесообразно выбрать модель модернизации со сравнительно небольшим сроком ее осуществления, так как в противном случае развитые страны в своем технико-экономическом развитии снова уйдут далеко вперед, а Россия вновь окажется на периферии развитого мира. Причем поскольку особых инвестиций из-за рубежа в ближайшее время ждать не приходится, ставку придется сделать преимущественно на внутренние резервы и факторы. В этих условиях сырьевой сектор должен сыграть роль точек роста, ядра [11], локомотива развития всей российской экономики (в противном случае мы рискуем получить очередное – после Венесуэлы и Нигерии теперь уже российское «нефтяное проклятие», когда полученные от нефтяного бизнеса доходы просто проедаются, причем преимущественно классом имущих).

Для этого периода характерно действие так называемого структурного парадокса, так как улучшение отраслевой структуры экономики в будущем можно будет достигнуть лишь при временном ухудшении ее в настоящее время в связи с неизбежным увеличением доли ВВП, приходящейся на добывающие отрасли и производства. При этом ставка должна быть сделана на жесткие меры государственного регулирования экономики, ибо классические либеральные методы монетарного типа в условиях «догоняющей» экономики еще более отдаляют в целом уровень развития российского НТП от мирового уровня.

Выбору оптимальной модели модернизации российской экономики может также помочь разработка общей теории модернизации экономики, в которой на основе изучения международного и отечественного

опыта осуществления технического перевооружения и структурной перестройки экономики будут выявлены типы и модели модернизации, предложены подходы к классификации различных инноваций (в частности, помимо всего прочего, на наш взгляд целесообразно выделять также инновации экстенсивного и интенсивного типа [6]), а также определены условия, особенности и факторы выбора оптимальной модели модернизации в разных странах. В частности, ретроспективный анализ развития российской экономики свидетельствует о том, что крупные реформы, проводимые в стране (реформы Петра I, реформы Александра I и Александра II, Столыпинская реформа, периоды социалистической индустриализации и коллективизации страны), завершались позитивным образом лишь при условии их поддержки не только «снизу», но и «сверху». В настоящее время руководство страны прекрасно понимает, что без реализации серьезных экономических реформ, целью которых является модернизация экономики (особенно ее импортозамещающая модель) просто не обойтись. По существу с этим связана проблема выживания России как великого государства. Все это также следует учесть при разработке общей теории модернизации экономики. Скорейшее развитие основных положений и закономерностей общей теории модернизации позволит создать методологическую основу для разработки эффективного варианта технического перевооружения и структурной перестройки отечественной экономики.

### **Список использованных источников**

1. Государственное финансирование научно-технического прогресса в развитых капиталистических странах : монография / А. В. Жемчужникова [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 239 с.
2. Гришкина, М. В. История Удмуртии. Первая половина XIX века: учебник / М. В. Гришкина. – Ижевск : Удмуртия, 2010. – 80 с.
3. Засухин, А. Т. Интенсификация производства: монография. – М. : Экономика, 1975. 183 с.
4. Капитонова, О. А. Экология Удмуртской республики: учеб. пособие / О. А. Капитонова. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет, 2013. – 381 с.
5. Павлов, К. В. Интенсификация экономики в условиях неопределенности рыночной среды : монография / К.В. Павлов. – М. : Магистр, 2007. – 271 с.
6. Павлов, К. В. Модернизация и инновационное развитие экономики на разных уровнях управленческой иерархии : монография / К.В. Павлов. – Ижевск : Институт компьютерных исследований, 2014. 344 с.
7. Павлов, К. В. Особенности модернизации старопромышленных регионов / К.В. Павлов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 28. – С. 11–24.
8. Павлов, К. В. Патоинституты, патоинституционализм и модернизация российской экономики / К.В. Павлов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – №7. – С. 126–134.
9. Павлов, К. В. Патологические процессы в экономике : монография / К.В. Павлов. – М.: Магистр, 2009. – 461 с.
10. Павлов, К. В. Старопромышленные регионы: социально-экономические и экологические особенности функционирования и развития : монография / К.В. Павлов. – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2014. – 344 с.
11. Павлов, К. В. Ядро экономических систем и эффективная хозяйственная политика : монография / К.В. Павлов. – М. : Магистр, 2009. – 191 с.
12. Прокофьев, К. Ю. Инновационный потенциал региона: сущность, структура / К. Ю. Прокофьев // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 30. – С. 12–19.
13. Строева, О. А. Развитие инновационной деятельности в регионе: теория, методология и практика : монография / О. А. Строева. – Тамбов : ТГУ, 2013. – 142 с.
14. Халевинская, Е. Д. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник / Е. Д. Халевинская. – М.: Экономистъ, 2004. – 303 с.



# ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

**К.В. Павлов,**

доктор экон. наук, профессор

*НОУ ВПО «Камский институт гуманитарных и инженерных технологий»,*

*г. Ижевск, Россия*

Модернизация, техническое перевооружение и прогрессивная структурная перестройка российской экономики на основе использования новейших инновационных технологий (в т.ч. нанотехнологий, биотехнологий и т.п.) являются важнейшими условиями эффективного инновационного развития страны и роста конкурентоспособности отечественной продукции. Все это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов и действительно осуществить структурную перестройку отечественной экономики, о необходимости которой говорится уже очень давно. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока еще нередко отождествляют с сырьевым придатком развитого мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствуют ускоренному развитию народно-хозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни населения.

Однако, несмотря на то, что о необходимости модернизации как основы роста конкурентоспособности российской экономики говорится давно, реальные результаты этого процесса еще очень далеки от требуемых стандартов. Недостаточно высокие темпы этого процесса связаны с рядом факторов, в том числе с ограниченными ресурсами и резервами модернизации. Как известно, для осуществления структурной перестройки и технического перевооружения экономики требуются значительные ресурсы: финансовые, материальные, инновационные, трудовые. Откуда их взять?

Опыт государств, эффективно модернизировавших свою экономику, свидетельствует о том, что нередко важнейшим условием успешной модернизации являются иностранные инвестиции [1]. Так, например, в коммунистический Китай уже не одно десятилетие вкладываются значительные средства из-за рубежа (только из США в общей сложности туда в последнее время поступили десятки млрд долларов). В Чили, реформирующую свою экономику на основе монетарных принципов еще со времен правления генерала Пиночета, также поступили значительные объемы иностранных инвестиций.

В этой связи можно вспомнить о достаточно быстром послевоенном восстановлении разрушенной войной экономики ряда европейских стран вследствие финансовой помощи на основе реализации плана Маршалла. Однако в России, несмотря на предпринимаемые усилия, к сожалению, иностранные инвестиции не сыграли той роли, которую от них ожидали. В условиях мирового финансово-экономического кризиса возможности использования зарубежных инвестиций как одного из важнейших источников осуществления модернизации и структурной перестройки российской экономики еще более сократились, так как значительно уменьшились объемы имеющихся на международном финансовом рынке свободных денежных средств. Кроме того, следует иметь в виду, что использование зарубежных источников как основы модернизации народно-хозяйственного комплекса наряду с очевидными позитивными последствиями имеют и негативные [2].

Так, например, новые индустриальные страны – Аргентина, Бразилия и Мексика для осуществления индустриализации и технического перевооружения своих экономик преимущественно в 70-е годы XX века осуществили займы огромных финансово-кредитных средств – в итоге каждая страна в общей сложности оказалась должна более 100 млрд долларов, а вместе эти три государства оказались должны развитым странам более 330 млрд долларов. Вследствие этого данные страны на протяжении последних десятилетий являлись крупнейшими в мире должниками (а в недалеком прошлом подобная ситуация имела место и в Южной Корее), из-за чего в них нередко наблюдалась высокая инфляция, значительная девальвация национальной валюты, социально-экономическая и политическая нестабильность.

## Список использованных источников

1. Государственное финансирование научно-технического прогресса в развитых капиталистических странах: монография / А. В. Жемчужникова [и др.]. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 239 с.
2. Павлов, К. В. Патологические процессы в экономике: монография / К. В. Павлов. – М.: Магистр, 2009. – 461 с.

## РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АЗИАТСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ

**И.В. Попова,**

канд. экон. наук, доцент, докторант кафедры банковского дела  
*Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского*

Развитие финансового инжиниринга базируется на достижениях в области теории финансов, микро и макроэкономики, инвестиций, инноваций, финансового анализа, менеджмента, статистики и математического моделирования, программирования, таких известных мировых ученых как Шарп У, Александер Г, Бэли Дж [1], внесшие весомый вклад в исследование инвестиций, Дж. Финнерти [2], разработавший факторы, стимулирующие появление инноваций. Мишкин Ф. [3] выдвинул экономическую теорию денег, банковского и финансовых рынков. М. Хаммер, Дж. Чампли [4,5]- сформулировали концепцию реорганизации компаний, изложили комплементарность систем инжиниринг и реинжиниринг

Почти 95 % экспорта инжиниринговых услуг приходится на фирмы высокоразвитых стран. Основными импортерами инжиниринговых услуг выступают развивающиеся (80 % мирового импорта). Крупнейшими рынками инжиниринговых услуг в развитых странах является Азиатско-Тихоокеанский (53 % экспорта инжиниринговых услуг) и Европейский (38,2 %). Крупнейшими рынками инжиниринговых услуг в развивающихся странах, является рынок нефтедобывающих стран Азии и Северо-Африканских стран.

В развитых странах насчитывается много тысяч фирм и организаций, выполняющих работы типа инжиниринг. Ведущими экспортерами инжиниринговых услуг являются компании США, Великобритании, Германии, Франции, Японии, Канады, Швейцарии, Италии. Растет активность на внешнем рынке инжиниринговых услуг стран Скандинавии, Мексики, Бразилии, Республики Корея, Индии [6, с. 290].

Зарубежные научные школы по изучению финансового инжиниринга мы условно разделили на четыре: европейские, американские, азиатские и исламские. Каждой из вышеназванных школ присущи свои особенности в изучении финансового инжиниринга и формировании его методологии.

В данной статье мы рассмотрим достижения азиатской научной школы, уделяя особое внимание исследованиям китайских ученых, которые представляют страну, которая развивается динамичными темпами и демонстрирует высокие показатели в развитии инноваций, инжиниринга.

Вопросам развития и внедрения финансового инжиниринга активно озабочены высокоразвитые страны, такие как Китай. Однако среди зарубежных исследователей наибольшее применение финансового инжиниринга находят ограниченный спектр видов деятельности. В частности предпочтение отдается видам деятельности, где механизм финансового инжиниринга задействован в той или иной степени. Это фондовый рынок, в части снижения рисков, спекуляции, введения новых финансовых инструментов, участники фондового рынка, такие как инвестиционные фонды, банковские учреждения.

Также в научных школах Китая, финансовый инжиниринг рассматривается не с позиции этимологии возникновения понятия, его объектного и субъектного состава, а наоборот – с позиции сферы применения и возможных результатов от его использования.

Так, Гуоджин Чен Ченг Ян [7] рассматривает использование методов финансового инжиниринга применительно к возможности идентификации спекулятивных пузырей на фондовом рынке. Делонг Ли и Пуа Ченгчан [8] предлагают использовать методы финансового инжиниринга при исследовании аномальных изменениях доходности акций в различных условиях с помощью моделирования длинного-короткого хеджа. Также сосредотачивая свое внимание на таких понятиях как «шок» и «шоковые поставки». Наиболее важными факторами, влияющими на стоимость и возможности продажи акций они называют: затраты, потенциал развития компании, потребности в наличных деньгах, затраты шока. Таким образом, в сферу применения и целевого назначения финансового инжиниринга, авторы относят определение проблем на фондовом рынке и прогнозирование доходности ценных бумаг. С этой точкой зрения можно согласиться частично, так как возможности применения методологии финансового инжиниринга выходят далеко за рамки фондового рынка

К этой же научной школе можно отнести работы Chun-fu Jiang, Yu-kuan Yang [9] исследуют классическую проблему финансового инжиниринга – формирование оптимального портфеля с предположением о многомерном распределении. В своих исследованиях они предлагают модель выбора портфеля, рассматривая условное математическое ожидание и условное различие дисперсии VaR одновременно. Видя в этом аналитическое закрытое решение связанной модели оптимального портфеля при многомерном student-t распределении доходов. Опять-таки, подчеркивая смысл финансового инжиниринга для формирования оптимального портфеля ценных бумаг компании, авторы не учитывают такой его аспект, как наличие набора факторов в разных условиях проявления оптимизации.

Также большинство азиатских ученых, представляющих китайскую научную школу, как и европейские исследования, акцентируют внимание на практическом применении финансового инжиниринга. Подбор стратегий, просчет вариантов решений, имитация моделей с несколькими поведенческими аргументами – составляют наиболее распространенные направления исследования финансового инжиниринга. Чжен Яо, Хэйян Ву [10] используют возможности финансового инжиниринга для оценки минимального коэффициента хеджирования рисков. Просчитав минимальные коэффициенты хеджирования с использованием нескольких моделей они выявили менее затратную стратегию хеджирования.

Шуай Уонг, Линь Квай [11] изучают цены европейских валютных опционов, основываясь на архитектуре финансового инжиниринга. Используя обобщенную теорию Маркова [12] были построены конкретные модели поведенческих цен с различными параметрами.

Jian Guoa, Chaoqun Maa, Zhongbao Zhoua [13] проводят оценку эффективности инвестиционных фондов с позиции перспектив применения финансового инжиниринга при анализе и моделировании предпочтений инвесторов. Построенная ими модель оценки может привлечь во внимание не только инвестиционную стоимость, но также и более высокие моменты (перекося, эксцесс), который более совместим с распределением доходов и сервисным предпочтением инвесторов.

Жао Чжен [14] в своем исследовании учитывает такой важный фактор как возникновение конфликтов при распределении риска. Основные тезисы исследования выражают комплексный подход к построению структурированных продуктов, используя теорию дизайна договора и творческие способности финансовых инженеров по созданию синтетических финансовых продуктов.

Луи Янг, Ху Жикиэнгб [15] расширяют сферу использования финансового инжиниринга путем исследования соотношения обменного курса китайского юаня и цен на недвижимость на основе финансового инжиниринга, используя метод корреляции между двумя переменными.

Mei Zhenga, Jia Miao [16] сравнивают прогностические альтернативные количественные модели с помощью подходов финансового инжиниринга и строят модель составного индекса для фондовой биржи. Наиболее приемлемым способом оценить альтернативную финансовую модель авторы предлагают оценить с позиции торгового результата посредством торгового моделирования.

Необходимость исследования банковского сектора как прогрессивной и перспективной среды использования финансового инжиниринга также подтверждают некоторые китайские ученые.

Так, Yonghong Zhana, Xian Zeng [17] при исследовании надежности стратегии долгового финансирования разработали рекомендации для фирм, чтобы максимизировать их стоимость и предотвратить финансовые риски. При этом авторами особое внимание уделяется учреждениям, предоставляющим банковские услуги, при оценке некоторых финансовых индикаторов перед выдачей займов, кредитов. Предложена стоимости бизнеса при ограничениях определенных финансовых состояний, которые называют как модель надежности долгового финансирования.

Не менее интересны исследования Zhao Xin, Wang Ting, ZhengYuan [18], которые рассматривают такую дефиницию как экономически добавленная стоимость (индекс EVA) в деятельности банков. Используя метод финансового инжиниринга, чтобы построить систему оценки результатов деятельности, сосредотачиваются на создании ценностной способности банков. Причем создание ценности, по мнению авторов – это альтернативные издержки прироста капитала для акционеров, предприятий, которые больше чем их капитальные затраты. При этом использование индекса EVA считают новым методом оценки результатов деятельности банка, который соответствует управленческой идее финансового инжиниринга.

Takeaki Kariya утверждает, что финансовая технология вместе с информационными технологиями ускоряет тенденцию функциональная рынков капитала и финансов, уменьшает торговые затраты, уменьшает информационную асимметрию в финансовом бизнесе. Все это будет способствовать формированию полной системы оптимизации рисков. Также в своем исследовании он анализирует кредитный риск в финансовой инженерии как связующее звено между финансовой отраслью и страхованием.

По его мнению, финансовый инжиниринг это – наука создания мысли и знания об эффективности финансирования с учетом капитала. Это дает нам возможность сделать наиболее эффективное использование капитала и, следовательно, способствует эффективности распределение капитала и движения в мире с помощью риска, доходности и стоимости. При этом автор является сторонником того, финансовый инжиниринг отражает функциональный подход и обеспечивает как средство не только отдельные технологии, такие как методы ценообразования, риски или рискованные активы, включая производные, но и является элементом концептуальной основы функциональная финансов [19, с.79].

Masanobu Taniguchi, Junichi Hirukawa, and Kenichiro Tamaki [20] обосновывают оптимальные статистические методы в финансовом инжиниринге. Принимая финансовые активы, как случайные процессы, они применяют спектральную теорию для стационарных процессов и центральные предельные теоремы для случайных процессов. Данные расчеты они интерпретируют для решения проблемы теории ценообразования опционов, статистической оценки коэффициентов портфельных инвестиций, проблемы кредитного рейтинга и моделирования процентных и дисконтных ставок для облигаций. Сам же финансовый инжини-

ринг они определяют как строительство различных финансовых позиций для управления финансовыми рисками в связи с изменением цен на активы, такие как акции, облигации и т.д.

Itami Hiroyuki [21] при рассмотрении мобилизации невидимых активов пытается систематизировать так называемую стратегическую логику и корпоративное экономическое поведение. Он представляет целостный подход, который включает аналитический экономический аспект и поведенческую психологическую составляющую при разработке стратегии. С его точкой зрения можно согласиться, так как другие авторы практически не рассматривают такую важную составляющую как поведенческая логика в процессе финансового инжиниринга.

Таким образом, проведя критический анализ исследования, мы можем оценить многоплановость и многонаправленность исследования, которое иногда попадает в институциональные ловушки, которые не способствуют повышению результативности и продвижению исследований в вышеизложенном направлении. По нашему мнению, столь широкое поле исследования объясняется тем, что исследования в области финансового инжиниринга находятся на стадии стремительного развития. Необходимо в данном направлении активизировать исследования по формированию методологии финансового инжиниринга, уделив отдельное внимание вопросам стандартизации процесса и системы финансового инжиниринга, отражения в современном законодательстве, дабы сделать комплексными исследования в данной области.

Более того, зарубежные исследователи, в большинстве своем, используют технические параметры инжиниринга. При этом, необходимо отметить, высокий уровень практического применения возможностей финансового инжиниринга представителями азиатской школы, что оказывает существенное влияние на уровень развития инноваций и финансово-экономической системы в целом. Однако, следует отметить, на наш взгляд, что не учитывается глубина эмерджентных связей между финансовыми категориями, такими как инновации, инжиниринг и прочее. Так как возможности и потенциал инжиниринга как системной категории проявляются в большинстве своем во взаимосвязи с инновациями, которые выступают основным экзистенциальным фактором их проявления.

Безусловно, исследования, критика, дополнения могут дополнять друг друга, раскрывая новые возможности для применения финансового инжиниринга, однако, чтобы данная область исследования не была перенасыщена фантазийными суждениями, необходимо четкое обоснование вектора потребностей и способностей тех или иных субъектов к инновациям, а также установление имманентных связей субъектов экономических взаимоотношений.

#### Список использованных источников

1. Шарп, У., Александер Г., Бейли Дж. Инвестиции: Пер. с англ. – М. ИНФРА-М, 2001. – XII, 1028с.
2. Finnerty, J.D. Financial Engineering in Corporate Finance: An Overview / Finnerty, J.D. // Financial Management, Winter 1988, pp. 14-33.
3. Мишкин, Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков: учебное пособие для вузов / Пер. с англ. Д.В. Виноградова под ред. М.Е. Дорошенко. – М.: Аспект Пресс. 1999.- 820стр. ISBN 5-7567-0235-03.
4. Hammer, M. and Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. London: Nicholas Brealey Publishing, 1993.
5. Хаммер, М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. — СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. – 332 с.
6. Апопій, В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В.В.Апопія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
7. Guojin, Chen, Cheng Yan. A Financial Engineering Approach to Identify Stock Market Bubble. – Systems Engineering Procedia 2. – 2011. – 153 – 162.
8. Delong, Lee, Chengchuan Pua. Methods of Financial Engineering: Strategy on Locking Periods. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 3. – 2012. – 119 – 124.
9. Chun-fu Jiang, Yu-kuan Yang. Tail Conditional Variance of Portfolio and Applications in Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 2. – 2011. – 213–221.
10. Zheng Yao, Haiyan Wu. Financial Engineering Estimation of Minimum Risk Hedge Ratio. – Systems Engineering Procedia 3. – 2012. – 187 – 193.
11. Shuai Wang, Linyi Qian. Valuation of European Currency Options in Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 2 (2011) 222 – 230.
12. Марков, А. А., Распространение закона больших чисел на величины, зависящие друг от друга. – Известия физико-математического общества при Казанском университете. – 2-я серия. – Том 15. (1906) – С. 135-156.
13. Jian Guo, Chaoqun Ma, Zhongbao Zhou. Performance Evaluation of Investment Funds with DEA and Higher Moments Characteristics: Financial Engineering Perspective. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 209 – 216.
14. Zhao Zheng. Inherent Conflicts in Risk Allocation, Complexity of Financial Engineering, and Fragility of CRT Markets. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 100 – 109.
15. LIU Yang, HU Zhiqiang. On Correlation between RMB Exchange Rate and Real Estate Price based on Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 146 – 152.

16. Mei Zheng, Jia Miao. Comparing the forecastability of alternative quantitative models: a trading simulation approach in financial engineering. – The 2nd International Conference on Complexity Science & Information Engineering. – Systems Engineering Procedia 4 (2012) 35 – 39.
17. Yonghong Zhan, Xian Zeng. Research on the Robustness of Debt Financing Strategy: a Financial System Engineering Perspective. – Systems Engineering Procedia 3 (2012) 172 – 178.
18. Zhao Xine, Wang Ting, Zheng Yuan. Economic Value Added for Performance Evaluation: a Financial Engineering. – Systems Engineering Procedia 5 (2012) 379 – 387.
19. Financial Engineering and the Japanese Financial Industry. Toward Financial Insurance. Takeaki Kariya IBJ-DL Financial Technology Co., Ltd. Otemachi First Square (West 7F) 1-5-1 Otemachi, Chiyodaku, Tokyo, 100-0004, Japan p.95.
20. Taniguchi, Masanobu. Optimal statistical inference in financial engineering / Masanobu Taniguchi, Junichi Hirukawa, and Kenichiro Tamaki. 2008. – P. 351.
21. Itami Hiroyuki, with Thomas W. Roe W / Mobilizing invisible assets. ISBN 0-674-57771-X (paper) First Harvard University Press paperback edition, 1991 – 201 p.

## **ЭННЕАГРАММА В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ**

**Е.Р. Регуш,**

студентка 1 курса факультета МЭО и М

Научный руководитель **Г.П. Личко**, доцент, канд. техн. наук

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Одной из трудностей использования идей инновационного менеджмента в производственной сфере является наличие определенной части персонала предприятий, воспринимающей негативно вводимые нововведения. Это сопротивление может быть вызвано, как нежеланием этой части коллектива осваивать нововведение, боязнью неопределенностей, отсутствием мотивации, страхом перед возможным сокращением или изменением структуры кадров, изменениями как в сторону улучшения, так и в сторону ухудшения, условий работы и изменения применяемых норм и приемов работы. К тому же, негласное сопротивление изменениям может быть спровоцировано неправильным поведением ведущих менеджеров, курирующих данные нововведения. В настоящее время для преодоления указанных трудностей широко используется метод, основанный на комбинировании мотивации и наказаний, образно называемый методом кнута и пряника. В менеджменте известно много теорий мотивации и способов их применения. Тем не менее, их применение в условиях Республики Беларусь ограничивается вследствие неопределенности направленности всей экономической модели, обусловленной как внешним окружением государства, так и изменениями внутренней политики. Так как определенной части трудового коллектива и общества присуща некоторая инертность, появляется неполное соответствие условий применения теорий мотивации в условиях Республики Беларусь. Использование теории менеджмента направлено на согласование усилий определенной части коллектива на достижение принятых целей. При этом верным считается подход, обеспечивающий действенное и эффективное использование имеющихся ресурсов. Согласно научному менеджменту, главным ресурсом считается человек и, следовательно, для достижения оптимального результата необходимо успешно использовать как способности данного человека, так и подчеркивание сильных сторон данной личности с погашением или уменьшением слабых сторон.

Одним из возможных направлений решения данной задачи является использование эннеграммы. Первоначальные разработки эннеграммы принадлежат Г. Гурджиеву, который в 1920 году основал во Франции школу духовного развития, названную институтом гармоничного развития человека. В своей школе он учил само-осознанности повседневной жизни и осознанию места человека во вселенной.

В 1960е годы в Латинской Америке философ Оскар Чазо совместно с психиатром и психотерапевтом Клаудио Наранхо, заинтересовавшись идеями Гурджиева, дали эннеграмме 2-ое рождение. Совместно с рядом последователей, они развили на основе эннеграммы универсальную психологическую концепцию. В нынешнем своём виде, она включает в себя разработки многих психологических школ и подходов, соотносится с классической психоаналитической диагностикой.

Эннеграмма – это модель, которая описывает 9 фундаментальных личностных типов и взаимосвязей между ними. Слово эннеграмма происходит от греческого «эннеа» (девять) и «грамма» (фигура). Она применяется во многих сферах и областях. Наиболее активно эннеграмма применяется:

- в работе коучей и рекрутинговых агентств,
- для управления людьми,
- для улучшения взаимоотношений,
- для повышения уровня продаж,
- для воспитания детей.

Одной из распространенных русскоязычных работ является работа [1] в которой подробно исследуются человеческие типы. Согласно этой работы люди делятся на 9 групп.

1) Люди первого типа ответственные и честные. По жизни они руководствуются стремлением к совершенству. Они постоянно работают по совершенствованию себя и окружающего мира. Им важно быть порядочными, они стремятся жить и поступать правильно – в соответствии со своими принципами и идеалами.

2) Человек 2-ого типа – идеальный друг. Он всё время старается дать вам понять, насколько вы ему дороги и важны. В первую очередь он помогает другому, лишь потом позаботиться о себе, искренне желая, чтобы окружающие люди ни в чём не нуждались.

3) У людей 3-его типа каждое движение или жест, каждая деталь их одежды или ненароком брошенная фраза демонстрирует окружающим, насколько этот человек успешен. Они потрясающе энергичны, способны выполнять несколько дел одновременно, постоянно движутся к своим целям.

4) Четверки – самый чувственный тип энеаграммы. Каждая деталь их образа – от оригинальной одежды и аксессуаров до таинственной улыбки и позы – подчёркивает их индивидуальность и независимость. Их внутренний мир переполнен переживаниями, которые требуют выражения.

5) О некоторых людях в общении складывается впечатление, что они знают абсолютно всё. И действительно, обширность, энциклопедичность их знаний просто поражают воображение. Они обладают выдающимися способностями к сбору и анализу информации и построению теорий. Эти люди принадлежат к 5ому типу – самому компетентному и эрудированному типу энеаграммы.

6) Шестерки – это те люди, которые имеют друзей ещё с детского сада. Однако прежде, чем установить глубокие дружеские отношения, они подвергают своего будущего друга множественным испытаниям, либо выдают ему «кредит доверия», который он ещё должен оправдать. Если все испытания пройдены, но 6-ка остаётся преданной всю жизнь.

7) Человек 7-ого типа полон энергии, энтузиазма и способен вдохновлять окружающих. Этих людей можно встретить на вечеринках и социальных мероприятиях, они всегда знают, как можно интересно провести время. Ради развлечения, они могут легко сорваться в незапланированную поездку, обожают сюрпризы и новые знакомства. Для 7-ок не существует проблем, проблема – это источник вдохновения.

8) Эти люди всегда впереди. Среди них наибольшее количество лидеров во всех областях жизни. Они чётко знают то, что хотят от жизни, и без колебаний это берут. Люди 8-ого типа готовы взять на себя всю ответственность, т.к. точно знают, что верно, а что ложно. Они прямолинейны и говорят в лицо то, что думают, без обиняков и дипломатии.

9) Эти люди, как никто другой, способны создать и поддерживать вокруг себя атмосферу гармонии и комфорта. Их присутствие рядом каким-то волшебным образом растворяет существующие конфликты и делает невозможным возникновение новых. Они хорошо понимают позицию каждой стороны, и легко могут войти в положение любого из участников спора. Любовь и гармония – главная характеристика людей 9-ого типа.

Имеется целый набор графических изображений энеаграммы. В качестве примера, приведем графическое изображение, представленное в работе [2].



Суть энеаграммы состоит в том, что, правильно используя полученные знания, можно эффективно и без каких либо усилий понять, что человеку удастся сделать проще, какой у него характер, узнать его силь-

ные и слабые стороны. Помимо этого энеаграмма помогает менеджерам управлять каждым как человеком в частности, так и группой людей и мотивировать делать то, что требуется, оставаясь в хороших отношениях.

В первую очередь знание энеаграммы может помочь людям, которые работают с людьми: менеджер по подбору персонала, менеджер по работе с персоналом, менеджер по работе с клиентами. Существует не один метод для определения энеатипов: начиная от простого сопоставления личностных характеристик человека с 9-ю типами, до различных тестов. Человек, который уже прошёл курс подготовки по энеаграмме, задав пару наводящих вопросов (например во время собеседования либо в виде теста), достаточно легко может определить энеатип будущего сотрудника либо любого другого человека и сделать соответствующие выводы, в зависимости от того, какие цели он преследует. Ведь каждый тип энеаграммы подходит для разной работы и именно это и должен оценивать профессионал своего дела: правильно распределив работу между разными типами в фирме, она достигнет больших результатов и будет развиваться максимально быстро и ровно.

Построение энеаграммы в большей степени относится к психологическим наукам. При внедрении инновационных разработок большое внимание уделяется использованию традиционному подходу, связанным с комбинированием системы поощрений –наказаний. Однако, применение такой системы при возрастающем интеллектуальном потенциале персонала и изменения человеческих ценностей в сторону уважения и поощрения личностных качеств затрудняется. Это торможение усиливается и творческим характерам вводимых нововведений. Поэтому, на наш взгляд, возможны подходы, основанные на понимании психологии личности, в частности, на использовании энеаграммы. Для ускорения применения энеаграммы в производстве предлагается введение факультативных занятий в ВУЗах для студентов экономических специальностей. Это поможет усилению психологической подготовки будущих руководителей, выпуску более квалифицированных кадров и обеспечит наиболее благоприятную среду для инновационного развития экономики в русле современных тенденций работы с людьми и повышения их творческого потенциала.

#### **Список использованных источников**

1. Занос, С. Человеческие типы. Сущность и энеаграмма Жанр: Психология личности / С. Занос. – Издательство: ИГ Весь. – 352 с.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://becmology.ru/blog/general/coaching03.htm>. – Дата доступа: 17.03.2015

## **ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ**

**Е.А. Репина,**

канд. экон. наук, доцент

**А.А. Моисеенко,**

преподаватель

*Южный федеральный университет,*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

Для привлечения инвестиций в экономику необходимо создание благоприятного инвестиционного климата, который предполагает с одной стороны нормальные условия для деятельности инвестора, с другой развитие инвестиционного потенциала. Одним из элементов инвестиционного потенциала, несомненно, является развитая инновационная инфраструктура, необходимая для реализации инновационного пути развития.

Субъекты инновационной деятельности нуждаются в инфраструктурных объектах, способствующих активизации инновационного процесса. Инновационная инфраструктура представляет собой совокупность объектов инновационной деятельности и взаимосвязей между ними, способствующих преобразованию новых знаний и новшеств в новые продукты и услуги, их распространению и потреблению в условиях рынка [1].

В соответствии с законодательством РФ инновационная инфраструктура представляет собой совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг [2].

Можно говорить о существенной роли инновационной инфраструктуры в формировании благоприятной инвестиционной среды функционирования организаций городской агломерации. Эффективно функциони-

онирующая инновационная инфраструктура обеспечивает устойчивый экономический рост за счет выпуска наукоемкой продукции, конкурентоспособной как на российском, так и на международном рынке.

Ростовская агломерация является центром Ростовской области. **В состав Ростовской агломерации входят пять городов:** Ростов, Батайск, Азов, Таганрог, Новочеркасск **и семь муниципальных районов:** Неклиновский, Родионово-Несветаевский, Мясниковский, Азовский, Кагальницкий, Аксайский и Октябрьский. **На их территориях расположены 43 сельских поселения, 540 сельских населенных пунктов и одно городское (Аксай). На территории Ростовской агломерации сконцентрировано около 70 % промышленных мощностей региона, производится около 66 % всей продукции региона, осваивается 70 % привлекаемых инвестиций, зарабатывается более 65 % прибыли [3].**

Ростовская агломерация обладает рядом конкурентных преимуществ, которые создают предпосылки для привлечения инвестиций. Среди них, можно выделить такие как: географическое положение; высокий природно-ресурсный потенциал; высокоразвитая промышленность; богатая сырьевая база; развитые рыночная, транспортная инфраструктуры; наличие нормативно-правовой базы, обеспечивающей инвестиционную привлекательность области; наличие высококвалифицированной рабочей силы; наличие нормативно-правовой базы, обеспечивающей инвестиционную привлекательность области.

Существует ряд государственных преференций для инвесторов в экономику Ростовской агломерации: льготы по налогу на имущество и прибыль организаций; государственные гарантии и субсидии в целях возмещения затрат по оплате процентов коммерческих банков; государственно-частное партнерство.

Развитая инновационная инфраструктура способствует привлечению инвесторов, ведет к инновационному развитию экономики; росту производства, за счет новых наукоемких производств; увеличению налоговых отчислений; увеличению занятости и т.п.

В инновационной инфраструктуре, способствующей инвестиционной привлекательности, выделяют следующие функциональные области: информационную и телекоммуникационную; производственно-технологическую; кредитно-финансовую; консалтинговую; транспорт и связь; институт посредников; сбытовую инфраструктуру; кадровую инфраструктуру; инфраструктуру стандартизации и сертификации; организации, оказывающие услуги специализированного характера.

Инновационная инфраструктура способствует улучшению социально-экономического положения населения; улучшению качества жизни, в том числе за счет улучшения экологической обстановки; улучшению качества потребляемых товаров и услуг; получению новых рабочих мест. Организации, функционирующие на территории городской агломерации, получают технологии повышающие качество факторов производства; возможность использования результатов научной деятельности в производстве; консультационные, образовательные, технические услуги; стимулирование инновационного бизнеса.

К объектам инновационной инфраструктуры можно отнести: партнерства, ассоциации, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий. На этапе оценки инновационного потенциала территории существенную роль играют партнерства, ассоциации, которые участвуют в создании информационных банков, аналитических, статистических исследованиях; осуществляют экспертизу программ, проектов, документации.

В выборе направлений и технологии инновационной деятельности субъектами инновационных отношений участвуют бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, партнерства, ассоциации, которые: информационно-консалтинговые услуги, бизнес-планирование, маркетинговые, юридические услуги, организацию стажировок и обучения.

При реализации инновационной технологии в направлении инновационной деятельности существенную роль играют бизнес-инкубаторы, технопарки и техноцентры, партнерства и ассоциации. На этом этапе решаются следующие задачи: ведение бухгалтерской отчетности и документооборота; поиск инвесторов; предоставление помещений; проведение научно-исследовательских работ; опытно-конструкторских разработок; создание инновационной продукции; обеспечение интеграции науки, бизнеса и органов государственной власти.

В оценке результатов инновационной деятельности принимают участие партнерства и ассоциации, которые: осуществляют аудиторские услуги, создают информационные банки; осуществляют аналитические и статистические исследования; проводят экспертизу программ, проектов и документации.

Распространение результатов инновационной деятельности осуществляется бизнес-инкубаторами, центрами трансфера технологий, партнерствами и ассоциациями посредством: продвижения продукции через участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях; рекламно-издательские услуги; патентные услуги.

Инновационный потенциал городской агломерации – характеристика способности городской агломерации к переходу в новое качественное состояние с целью удовлетворения существующих, либо вновь возникающих потребностей. В структуру инновационного потенциала городской агломерации входит три составляющие: ресурсная; внутренняя; результативная.

К ресурсной составляющей инновационного потенциала городской агломерации относятся материально-технические, информационные, человеческие, технические ресурсы. Результативная составляющая – целевая характеристика инновационного потенциала, достигнутый результат. Внутренняя составляющая



характеризуется через процесс создания и внедрения новых продуктов, услуг, обеспечение взаимосвязи науки и рынка, методы и способы управления инновационным процессом. Взаимодействие указанных составляющих инновационного потенциала городской агломерации должны способствовать диффузии инноваций. Диффузия инноваций – это процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам и распределяется внутри городской агломерации во времени, конечная цель – прикладное использование инноваций. При этом процесс инновационного развития должен быть непрерывен, внедрение новых инноваций (результативная составляющая) способствует появлению новых ресурсов (ресурсная) и выработке новых решений (внутренняя), в конечном итоге повышению качества жизни населения, социально-экономическому росту и улучшению экологической обстановки.

Совершенствованием инновационной инфраструктуры и инновационного потенциала Ростовской агломерации в целях улучшения инвестиционного потенциала невозможно без реализации следующих мероприятий: поддержки инновационных проектов; развития кадрового потенциала; предоставления субсидий бизнесу инновационной сферы; создания организаций поддерживающих инновационные предприятия; стимулирования рынка инновационной продукции; совершенствования законодательства, регулирующего инновационную деятельность; оказания информационно-консультативной поддержки субъектам инновационной деятельности; пополнения банков инновационных проектов, технологических запросов Ростовской агломерации; участия Ростовской агломерации в выставках, презентациях инновационной деятельности; осуществления мониторинга развития инновационной деятельности.

На сегодняшний день социально-экономическое развитие Ростовской агломерации ориентируется на инновационный путь развития, для динамичного, прозрачного процесса диффузии инноваций необходимо формирование инновационной инфраструктуры, привлекательной для инвестиционной деятельности. Высокоразвитая инновационная инфраструктура залог социально-экономического роста, экологического благополучия Ростовской агломерации, и достижения главной ценности – повышения качества жизни населения агломерации и прилегающих территорий.

#### **Список использованных источников**

1. Винокуров, В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций / В. И. Винокуров // Инновации. – 2005. – № 4. – С. 6–22.
2. О науке и государственной научно-технической политике [Электронный ресурс] : Федер. закон от 23.08.1996 г., № 127-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.
3. Агломерация Ростовская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rostov-dom.info/2009/10/aglomeraciya-rostovskaya/>

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РИСК – МЕНЕДЖМЕНТУ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**В.В. Рымкевич,**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образование «БГУ», г. Минск*

Мировое (глобальное) экономическое пространство складывается под влиянием причин общеэкономического характера (экономическая цикличность развития ведущих стран, состояние мировой финансовой системы), стабильности международной торговли, зависящей в свою очередь от заключенных межправительственных договоров и соглашений (о создании зон свободного предпринимательства, приграничной торговли, таможенных тарифах и пошлинах), международной конкуренции (увеличении доли рынка фирм – конкурентов за счет более высоких технологий или более дешевого труда).

В условиях глобализации происходит ускоренный и масштабный рост мирохозяйственных связей, расширяется международная торговля товарами и услугами, международное движение капиталов, миграции рабочей силы. Взаимосвязь международных экономических связей воздействует на национальные экономики. Открытость рынков и национальных экономик усиливает конкуренцию, неравенство стран в получении выгод. Глобализация сопровождается развитием негативных последствий [3,5].

Следует отметить влияние информатизации и становление новой экономики. Можно констатировать общую позитивную тенденцию влияния информационных процессов на глобализацию мировой экономики, которая заключается в преодолении асимметричности информации или смягчении данного явления, увеличении объема информации, доступной широкому кругу лиц.

В эпоху глобализации мировой экономики информационные технологии начинают играть такую существенную, основополагающую роль, что появляется тенденция выделять их как пятый фактор производства наряду с известными трудом, капиталом, природными ресурсами и предпринимательством.

Объем информации возрос и информация стала доступнее для широкого круга лиц. Но этот же колоссально возросший объем информации создает и определенные трудности. Неизбежная противоречивость источников информации создает противоречивость самой информации. В такой информации нелегко становится разобраться порой даже специалистам, не говоря уже об обычных индивидах, пытающихся ее обработать. Возникает явление, получившее название информационных шумов — ситуация, когда затрудняется принятие рационального решения вследствие стремительного увеличения объема избыточной, неточной информации, что снижает потенциальный рост эффективности производства. Сложностью становится уже не факт получения информации, а возможность ее качественной обработки.

Все это сопровождается существенным усложнением экономической жизни. Это выражается в сильной зависимости финансовых систем различных стран от состояния фондового рынка, подверженного сильным колебаниям. Происходит развитие транснациональных корпораций и транснациональных банков, разрастание финансовой сферы, усложнение механизмов обмена и т. п. Самая сложная ситуация формируется в процессе взаиморасчетов международной торговле ценными бумагами. В одну сделку при этом может быть вовлечено около десятка различных адресов (не только сами стороны, но и брокеры, национальные депозитарные центры и банки), поэтому, несмотря на использование новейшей электронной аппаратуры и возможностей Сети, процедура может занимать период до трех дней и в чрезвычайных обстоятельствах из-за этого временного лага может произойти сбой во всей финансовой системе [6, 48 – 49].

Положительной стороной информатизации является то, что она расширяет связи людей разных культур. Но есть и обратная сторона процесса, когда происходит вытеснение традиционных групповых связей функциональными информационными связями, что сопряжено с развитием взаимного отчуждения между людьми.

Меняются факторы формирования человеческой личности, мотивация индивидов, их видение мира. Человек, общаясь с другими людьми посредством сетевых взаимосвязей, теряет способность к свободному личностному общению, угасают традиционные способы коммуникации, ослабевают традиционные персональные связи между индивидами, наряду с расширением кругозора приводят к социальной замкнутости индивидов, и процессы эти в плане воздействия на психологию зачастую имеют далеко не безобидные последствия.

Кроме того, происходит навязывание средствами распространения информации единой модели восприятия окружающего мира, без учета индивидуальности, в результате чего возникает проблема реализации Демократических свобод в условиях информационного общества.

В связи с глобализационными процессами возникает и проблема незащищенности информации. Всемирная коммуникационная система создает потенциальную возможность для вмешательства во внутренние дела государства, проникновения в закрытые до этого сферы и области, связанные с государственными интересами и национальной безопасностью. Источник информации достаточно часто бывает трудно определить и нейтрализовать. Возможным становится хищение информации, распространение компьютерных вирусов, тайный мониторинг сети, взлом сетей и поражение работы, например, банковских и других сетей.

Особо следует сказать о сохраняющейся асимметричности в доступе к информационным источникам различных стран и регионов. Данное явление получило название цифрового разрыва. Оно представляет собой одну из основных проблем глобального распространения информационных технологий.

Финансизация экономики также влияет на нестабильность мирового экономического пространства. Процесс финансизации экономики представляет собой увеличение удельного веса финансового сектора экономики в ВВП мира и развитых стран и рост значимости этого сектора.

Эксперты МВФ признают, что мобильный и тесно интегрированный сегмент высоколиквидных активов рынка капиталов настолько значителен по масштабам и диверсифицирован по инструментам, что способен оказывать сильное воздействие на макроэкономическую ситуацию в отдельных странах и отдельных регионах, а также на глобальном уровне. Чрезмерное разбухание высоколиквидных сегментов финансового рынка становится угрозой стабильности на системном уровне.

Либерализация и дерегулирование межстранового движения капиталов, потоки которых многократно увеличились под воздействием глобализации, породили новый феномен — негативное воздействие на национальную экономику быстрого притока иностранных инвестиций, прежде всего краткосрочных и высоколиквидных. Как показывает практика, дестабилизирующее воздействие глобализации на страны с неустоявшимися экономическими и финансовыми системами проявляется в том, что она приводит к быстрому увеличению притока не долгосрочного частного капитала, а более мобильных спекулятивных трансфертов.

Введения системы преимущественно плавающих валютных курсов существенно ускорили процессы либерализации и дерегулирования в экономике, повысилась мобильность межстрановых финансовых потоков, усилившая, по общему признанию экспертов, общую нестабильность финансовых систем как национальных, так и в целом мировой.

Все вышеназванные факторы нестабильности мировой экономики приводят к неопределенности и рискам, которым подвержены не только хозяйствующие субъекты, но и национальные экономики в целом.

Это обуславливает необходимость методологического исследования экономического пространства с точки зрения экономической теории рисков.

Основными свойствами (характеристиками) экономического пространства являются взаимосвязанность его элементов и параметров, сложность, подвижность, нестабильность и неопределенность.

Взаимосвязанность означает, что изменение одного параметра воздействует на другие параметры экономического пространства.

Под сложностью понимается число параметров на которые экономическая система (микро-, или макросистема) обязана реагировать в целях своего выживания, а также уровень вариации каждого параметра.

Подвижность (или динамичность) пространства- это скорость, с которой происходят изменения в окружении экономического субъекта.

Неопределенность экономического пространства является функцией, зависящей от количества информации, которой располагает экономический субъект по поводу конкретного параметра пространства, а также функцией уверенности в точности располагаемой информации. Чем неопределеннее экономическое пространство, тем труднее принимать эффективные решения.

Олдкорн Р., исследуя внешнюю среду, обратил внимание на четыре вида изменений экономического пространства:

- неактуальные изменения – те, которые вряд ли окажут воздействие на хозяйствующего субъекта. Например, революция в Южной Америке не оказывает никакого заметного влияния на работу пивной в Великобритании;
- изменения в результате добровольной вовлеченности в них, т.е. хозяйствующий субъект сам принимает решение участвовать в таких изменениях. Например, каждая организация выбирает для себя, будет ли она использовать новейшие технологии или нет. Или, например, революция в Южной Америке может привести к тому, что какая-нибудь фирма-экспортер решит открыть торговлю в той стране, где произошла революция;
- изменения, которые можно остановить – это изменения, влияющие на фирму только в том случае, если она не принимает мер противодействия или предупреждения. Например, это относится к случаю появления конкурирующей продукции: ведь если ничего не будет сделано для противодействия этой продукции, компания может потерять определенный сегмент рынка;
- непреодолимые изменения – те, которых фирма не может избежать. Сюда относятся изменения в законодательстве и социальной обстановке.

Кроме того, как отмечает Олдкорн Р, что очень крупные и сильные организации могут фактически сами влиять на экономическое пространство в той или иной степени и таким образом защищать себя от отрицательных последствий ее воздействия. [5,214-215].

Необходимость такого глубокого исследования пространственных отношений связана с тем, что изменение пространства и его параметров являются источниками возникновения экономического риска. В последнее время в финансовом анализе широко стал применяться термин «изменчивость» (или волатильность (volatility)) для характеристики финансовых рисков [4,145; 8,10]. Поэтому чем больше изменчивость экономических параметров пространства, тем большему риску будет подвергаться хозяйствующий субъект. Эта изменчивость может быть выражена количественно с помощью хорошо известных статистических характеристик.

Изменчивость можно классифицировать по следующим параметрам:

- изменчивость, происходящая внутри экономического субъекта (фирмы, организации и т.д.) и происходящая извне;
- изменчивость, которой можно управлять, и не поддающаяся непосредственному влиянию изменения.

И.Ансофф американский специалист в области управления определяет уровень изменчивости среды двумя факторами:

1. До какой степени будущие изменения независимы (то есть не связаны с прошлыми).
2. Предсказуемость изменений [1,278].

Экономическое пространство характеризуется нестабильностью. Методы оценки и характеристики нестабильности среды исследовал И.Ансофф. Хотя он изучал внешнюю среду фирмы, выводы к которым он пришел можно распространить и на нестабильность экономического пространства.

С ростом изменчивости пространства с помощью управления, несмотря на связанные с ним значительные издержки, можно избежать возникновения экономического риска.

В течение XX века растущая нестабильность среды требовала от фирм разработки все более сложных и детализированных систем управления. Сложилось два типа систем: связанные с определением позиций (долгосрочное и стратегическое планирование, управление посредством выбора стратегических позиций), т. е. направляющие «наступление» фирмы в ее окружении, и связанные со своевременной реакцией (управление

по сильным сигналам, по слабым сигналам, в условиях неожиданности), дающие ответ на быстрые и неожиданные изменения в окружении фирмы. Выбор сочетаний различных систем для конкретной фирмы зависит от нестабильности среды, в которой она действует или собирается действовать. Выбор необходимой системы определения позиций зависит от сложности и новизны задач, которые вытекают из окружающей обстановки. Выбор системы своевременной реакции зависит от темпа изменений и предсказуемости задач.

Можно выделить четыре этапа в развитии этих систем.

1. Управление на основе контроля за исполнением (постфактум).
2. Управление на основе экстраполяции, когда темп изменений ускоряется, но будущее еще можно предсказывать путем экстраполяции прошлого.
3. Управление на основе предвидения изменений, когда начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них.
4. Управление на основе гибких экстренных решений, которое складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть.

Системы более раннего происхождения, включая долгосрочное планирование, сейчас широко применяются в управленческой практике. Стратегическое планирование внедрялось медленно и трудно в течение 20 лет, но теперь и оно все шире входит в практику фирм. Периодически стратегическим управлением начинают интересоваться фирмы, которые сталкиваются с трудностями в осуществлении принципиально новых стратегий. Управление на основе ранжирования стратегических задач уже привлекло внимание в Японии и США. Управление по слабым сигналам еще только складывается.

Проблемы, выявляемые в ходе наблюдения за внешней обстановкой, по-разному обеспечены информацией. Одни настолько невидны и конкретны, что фирма в состоянии дать оценку их значимости и принять соответствующие меры для решения, назовем их проблемами, определяемыми по сильным сигналам.

О других проблемах известно лишь по слабым сигналам – ранним и неточным признакам наступления важных событий.

Такие слабые сигналы со временем крепнут и превращаются в сильные. Когда уровень нестабильности незначителен фирма еще может позволить себе дожидаться более сильного сигнала, так как у нее хватит времени подготовить решение к моменту, когда проблема назреет.

Но при существенных значениях нестабильности, когда ситуация меняется быстро, фирма, дожидаясь сильного сигнала, может либо опоздать с решением, либо оказаться не в состоянии принять его в тот момент, когда возникшая проблема поставит интересы фирмы под удар. Поэтому при высоких уровнях нестабильности появляется необходимость готовить решение еще тогда, когда из экономического пространства поступают слабые сигналы.

Кроме того, общефирменное управление и другие подразделения фирмы должны выработать у себя положительное отношение к переменам, быть готовыми к принятию рискованных решений и уметь подходить к решению проблем, опираясь не на прошлый, а на новый, накапливаемый опыт [1,57].

Если анализировать пространственные параметры с точки зрения теории риска, то необходимо их рассмотреть через призму вероятностных отношений. Возможность изменения параметров экономического пространства может привести к его сужению (ограничению) или расширению.

Так как развитие представляет собой скачкообразные и качественные изменения параметров национальной экономики, выводящие ее из положения равновесия. Неравновесие экономической системы, неустойчивость равновесия и циклическое развитие экономики приводит к диспропорциям обмена и дисбалансам, что является источниками неопределенности и риска.

Таким образом, можно выделить некоторые факторы, являющимися причинами риска и неопределенности в условиях глобализации – развитие информационных технологий (интернета), усиление международной конкуренции, увеличение объемов международной торговли и движения капиталов, появление новых финансовых технологий и инструментов (деривативы), ослабление государственного регулирования в основных секторах экономики и др.

Эти факторы стимулируют значительные преобразования, а также создают рискованную атмосферу бизнеса. В этих условиях ряд авторов предлагают новую модель риск – менеджмента. Для обозначения этой новой модели риск-менеджмента часто используются как равнозначные такие термины: комплексный риск-менеджмент, интегрированный риск-менеджмент, стратегический риск-менеджмент, риск-менеджмент в рамках всего предприятия, риск-менеджмент предприятия (integrated, strategic, business или enterprise-wide risk-management) [2, 15].

Но в тоже время, зарубежные аналитики рассматривают конкретные направления развития риск – менеджмента. Прежде всего следует отметить, что все зарубежные исследователи связывают существование риска с неполнотой информации о будущем — о погоде, о доходе, о налоговых платежах, об обменном курсе и т.д. Риск рассматривают с точки зрения возможности того, что события могут произойти не так, как ожидали. Усилились междисциплинарные исследования риска и кооперация ученых разных стран в разви-

тии новых методов и подходов, связанных с рассматриваемой проблемой. Особое внимание зарубежные исследователи уделяют таким факторам риска, как ускоренное развитие информационных технологий и глобализация деловой активности (бизнеса). Одним из направлений исследований являются финансы. В сфере оценки и управления финансовым риском происходят существенные изменения: современные телекоммуникационные технологии разрушают географические и политические границы, которые окружают локальные рынки. Поэтому очень важно оперировать глобальным (мировым) рынком на основе глобальной информации при выявлении рисков, их измерении, оценке и управлении. Зарубежные ученые исследуют финансовые деривативы в качестве инструментов управления финансовыми рисками. Финансовые деривативы представляют собой финансовые инструменты, в основе которых лежат другие, более простые финансовые инструменты — как правило, те, что обращаются на наличном рынке, например облигация или акция. Кроме этого, за рубежом активно развивается финансовый инжиниринг — применение финансовых деривативов для управления риском.

Вторым направлением исследований является риск-менеджмент в бизнесе. Здесь рассматриваются два главных взаимосвязанных элемента минимизации риска: анализ риска (риск-анализ и риск-менеджмент). Риск-анализ направлен на точное определение соответствующих атрибутов и принципов измерения и оценки вероятных результатов предпринимательской деятельности. Риск-менеджмент направлен на развитие стратегий и тактик устранения или избежания нежелательного риска, вытекающего из целей и задач бизнеса.

Если отдельные предприятия могут избежать риска или его уменьшить, то в агрегированной (совокупной) форме (как совокупность всех предприятий) это сделать невозможно, поскольку происходит переход риска от одного субъекта к другому.

Риск-менеджмент рассматривает экономическую неопределенность, которая может быть трансформирована в экономический риск (основанный на оценке вероятностей), а также риск, который может быть преобразован из одного типа в другой. В исследованиях акцентируется внимание на оценке неопределенности в бизнесе, а также на управлении общим предпринимательским риском, который может быть трансформирован из финансового сектора экономики в промышленный.

Третьим направлением исследований риск-менеджмента является психологический фактор. Оно опирается на психологические аспекты, лежащие в основе оценки. Исследования основаны на изучении отклонений поведения людей и их решений от нормативной модели. Это важный момент риск-менеджмента, поскольку мало кто знает, как лица, принимающие решения в бизнесе, используют профессиональные знания в естественных условиях, как овладевают быстро растущей информацией и новыми областями знаний. Кроме того, хотя экономическая модель базируется на принципе рациональности, этого недостаточно, чтобы понять и предвидеть поведение в сфере бизнеса. Недостатки и предубеждения человеческого мышления также, в некотором смысле, являются причиной возникновения экономического риска.

Можно выделить еще одно направление риск-менеджмента — это влияние юриспруденции на деловую активность. Вообще законы играют важную роль в бизнесе, поскольку регулируют взаимоотношения партнеров по выполнению заключенных контрактов. Значение юриспруденции возрастает в случае банкротства фирм. Исследователи отмечают, что банкротство не является сигналом прекращения деловой активности для фирм-банкротов. Государство может, например, помочь реорганизовать и восстановить их платежеспособность. И в данном случае очень большая роль отводится законам. В этом блоке проблем уделяется внимание исследованию риска несостоятельности, обеспечения возврата заемных средств кредиторам, а также страхованию риска в бизнесе.

Главной задачей управления рисками является обеспечение такого положения предприятия на рынке, чтобы оно не оказалась в кризисной ситуации, а смогло преодолеть временные трудности, в том числе и финансовые, посредством использования всех возможностей современного менеджмента, разработки и практической реализации на каждом предприятии специальной программы, имеющей стратегический характер и позволяющей остаться на плаву при любых рыночных коллапсах и коллизиях.

Следует подчеркнуть, что в экономической науке в недостаточной мере исследован механизм управления рисками. Управление рисками можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий и принимать меры к исключению или снижению отрицательных последствий наступления таких событий.

В экономической литературе, посвященной механизму управления рисками наметились следующие подходы. Во — первых, разрабатываются методы управления любыми видами риска, в том числе и промышленными. Во — вторых, внимание экономистов исследователей сосредоточено на выработке методов управления для конкретных видов риска.

Процесс управления риском — это систематическая работа по анализу риска, выработки и принятия соответствующих мер для его минимизации. Этот процесс можно разбить на ряд этапов: выявление риска; оценка риска; выбор приемов управления риском; реализация выбранных приемов; оценка результатов.

Следует отметить, что некоторые авторы детализируют этапы в зависимости от целей исследования. Так, одни авторы выделяют следующие этапы: идентификация, классификация риска, анализ риска, учет склонности к риску, реакция на риск, другие включают следующие основные направления (этапы) по

управлению рисками: идентификация (выявление) риска, оценка риска, выбор метода и мер (инструментов) управления риском, предотвращение и контролирование риска, финансирование риска, оценка результатов.

На наш взгляд такие подходы акцентируют внимание на микроуровне, и не отражают механизм управления рисками как системы, включающей и организационные, и нормативно – правовые элементы, которые относятся к макро – и интеруровню. Механизм управления рисками – это система методов, рычагов, форм организации рискованных отношений, законодательных актов, правовых норм, побудительных мотивов и стимулов, посредством которых осуществляются анализ, оценка, управление рисками и достигается воздействие на совокупность и уровень рисков и социально-рисковых отношений и, как следствие, на социально-экономическое развитие и равновесие общей системы хозяйствования. Это взаимосвязанная целостная система основных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений относительно деятельности в ситуации риска.

В структуру механизма риск-менеджмента входят следующие основные составляющие: ресурсная, организационная, информационная и системы обеспечения, которые в свою очередь включают в себя определенную совокупность элементов.

В основном авторы, рассматривая механизм управления рисками исследуют, только следующие элементы: идентификация (выявление) риска; оценка риска; выбор метода и мер (инструментов) управления риском; предотвращение и контролирование риска; финансирование риска, оценка результатов.

Выявление риска состоит в определении того, каким видам риска наиболее подвержен объект анализа, будь то домохозяйство, компания или иной экономический субъект.

Анализ риска – это один из существенных компонентов управления риском. По отношению к риску анализ подразумевает выявление отдельных источников опасности и оценку их потенциального влияния на возможные финансовые и физические потери и ущербы для данной организации.

Оценка риска — это количественное определение затрат, связанных видами риска, которые были выявлены на первом этапе управления риском. В общем плане существующие методы оценки экономического риска можно разделить на следующие: статистический метод оценки; метод экспертных оценок; использование аналогов; комбинированный метод.

Теория и практика выработали четыре основных метода управления риском: упреждение (избежание) риска; предотвращение и контролирование риска; принятие риска (поглощение) риска; перенос риска (страхование) риска.

Таким образом, особенности современного экономического развития требуют разработки механизма управления рисками, включающим различные уровни анализа: интер -, макро -, мезо – и микроуровень.

#### **Список использованных источников**

1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 358 с.
2. Бартон, Т, Шенкир У, Уокер П, Комплексный подход к риск- менеджменту: стоит ли этим заниматься. / Т. Бартон и др. –М.: Изд-во «Вильямс», 2003. – 208 с.
3. Глобализация мирового хозяйства / под ред. М. Н. Осьмовой и А. В. Бойченко. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 376 с.
4. Маршалл, Д.Ф., Бансал В.К. Финансовая инженерия / Д.Ф. Маршалл В.К. Бансал –М. : ИНФРА-М, 1998. –784 с.
5. Олджорн, Р. Основы менеджмента / Р. Олджорн. – М. : Изд-во «Финпресс», 1999. – 320 с.
6. Стрелец, И. А. Новая экономика и информационные технологии / И. А. Стрелец. – М. : Изд – во «Экзамен», 2003. – 256 с.
7. Тепмен, Л.Н. Управление рисками в условиях финансового кризиса / Л. Н. Тепман., Н. Д. Эринашвили. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2011.- 295 с.
8. Хил Лафуенте, А. М. Финансовый анализ в условиях неопределенности / А. М. Хил Лафуенте. –Минск : Тэхналогія, 1998. – 150 с.

## МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

**И.В. Сенько**

старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики  
*Гомельский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

В мировой экономике малый бизнес рассматривается как важный элемент производственной структуры, обладающий высокой и стабильной динамикой развития, а удельный вес малых и средних предприятий в ВВП стран составляет 50–54 % и более, доля занятых в общей численности составляет 46–73 %.

Правительства мировых держав прониклись пониманием того, что без помощи малому и среднему бизнесу (МСБ) экономике не выжить. Поэтому со времен его зарождения и развития МСБ оказывалась и оказывается необходимая помощь.

Разразившийся экономический кризис в начале нынешнего века обусловил необходимость уделить большое внимание развитию этого сектора экономики.

Так, правительство Великобритании еще в марте 2008 г. приступило к осуществлению так называемой «Стратегии развития предпринимательства». Суть ее заключается в формировании благоприятных условий для деятельности бизнесменов. Министерство торговли и промышленности было преобразовано в Министерство предпринимательства, промышленности и управленческих реформ. В его структуре образовано правительственное агентство обслуживания малого бизнеса с возложением на него практических обязанностей по реализации государственного курса в отношении МСБ. В рамках этой стратегии в 2010 г. было сокращено количество программ поддержки малого бизнеса с 300 до 100 на основе отбора наиболее востребованных и доказавших свою эффективность.

С целью преодоления последствий мирового кризиса был создан «Стратегический инвестиционный фонд», на нужды которого выделили 800 млн фунтов стерлингов, преимущественно для финансирования инвестиционных разработок. К этой сумме следует добавить банковские кредиты на 2 млрд фунтов и еще 4 млрд фунтов Европейского инвестиционного банка. Эти меры дают результаты. Так, доля малого бизнеса в ВВП страны в 2008 г. была 48 %, в этом секторе трудилась почти половина всех занятых, а число малых предприятий от общего количества зарегистрированных юридических лиц достигла 99,2 %.

Германия известна всему миру как страна малого бизнеса. Именно он во многом создал ее промышленную мощь. Его доля в германском ВВП превышает 53 % при количестве занятых 60 %. Государственная политика этой страны на протяжении последних лет была направлена на преодоление последствий финансового кризиса. Ставится задача по обеспечению режима доступа к финансовым ресурсам, снижению налогов, росту экспортных возможностей сектора. Финансовая поддержка МСБ осуществляется путем выделения средств на федеральном и региональном уровнях, чаще всего в виде гарантий и поручительств государственных и уполномоченных финансовых институтов. На эти цели направляются и субсидии Европейского союза.

Для усиления эффективности поддержки малого бизнеса при бундестаге был создан комитет по экономике и технологиям, который среди прочих вопросов занимался разработкой целевой политики по отношению к МСБ.

Для смягчения последствий кризиса для МСБ в стране был создан стабилизационный фонд финансового рынка с капиталом в 450 млрд евро. Дополнительно было выделено еще 625 млн евро на поддержку инновационного сегмента, Всего же в 2010 г. расходы на НИОКР достигли 12,7 млрд евро. Еще 48 млрд евро малый бизнес получил за счет снижения ежегодных расходов на преодоление бюрократических барьеров. Объем кредитования малого бизнеса по итогам 2010 г. достиг 210 млрд евро, еще 25 млрд евро предприниматели сэкономили за счет снижения налогов. В 2010 г. 99,3 % предприятий Германии относились к МСБ.

Доля французского малого бизнеса в общем объеме производства не дотягивает до половины. Во Франции в этом секторе заняты 13,6 млн работающих. Опекает его Министерство экономики, промышленности и занятости. В рамках ведомства создан Директорат по конкуренции и развитию МСБ. Эта структура имеет отделения во всех департаментах республики. Министерство решает комплексные вопросы реализации политики государства по отношению к малому бизнесу, координируя ее с другими причастными к этому делу организациями.

В стране принята специальная программа по выходу малого бизнеса из кризиса. Образован фонд поддержки МСБ с капиталом в 2 млрд евро, досрочно погашены кредиты на сумму 2,5 млрд евро, реализованы и другие меры: освобождение от налогов фонда оплаты малых предприятий; отмена налогов с инвестиций в

развитие. Общий же размер льгот, предоставленных сектору, равен 12 млрд евро. К этому следует добавить меры по снижению госрегулирувания и административных барьеров. По оценке экспертов эти меры позволят сэкономить малым предприятиям Франции около 9 млрд евро [1].

В Италии действует около 3,8 млн субъектов МСП, которые производят 71,3 % ВВП (в среднем по Европейскому союзу – 58,4 %), на них работают примерно 12,3 млн человек или 81,4 % от числа всех занятых (в среднем по ЕС – 56,9 %). Италия отличается от других стран большим удельным весом микропредприятий. На них занято 47,1 % всех работающих (в ЕС – 29,6 %), их доля в ВВП составляет 31,8 % (в ЕС – 19,0 %).

Стратегия государственной поддержки предпринимательства в стране определяется Законом «О поддержке инноваций и развитии малых предприятий», которым установлены финансовые, технические и организационные меры по обеспечению развития и поддержки МСБ и определены три важнейших уровня приоритетности решаемых проблем:

*первый уровень:*

- финансовая поддержка в модернизации и приобретении нового оборудования для МСБ;
- совершенствование технологии и развитие НИОКР, создание консорциумов из НИИ, малых, средних и крупных предприятий с участием местных органов власти для совместных исследований и технического сотрудничества;
- развитие производственно-технологической кооперации в МСБ;

*второй уровень:*

- развитие и усиление финансирования южных и слаборазвитых районов;
- обеспечение сотрудничества МСБ с крупными предприятиями;
- обеспечение международной конкурентоспособности итальянской продукции путем поддержки экспортоориентированного МСБ;
- создание сферы коммерческих и производственных услуг, способствующих повышению качества и конкурентоспособности итальянской продукции;

*третий уровень:*

- экономическое возрождение и поддержка регионов в рамках программы регионального развития Европейского союза;
- совершенствование и развитие профессионального обучения.

Основная роль в поддержке МСБ принадлежит многим министерствам, а на финансирование поддержки МСБ правительством Италии ежегодно выделяется более 5 млрд долл. США, на программы льготного кредитования и гарантирования кредитов – более 15 млрд долл. Для ускорения развития малого и среднего предпринимательства создано 1,2 тыс. центров развития МСП, 50 информационных центров, 26 бизнес-инкубаторов и технопарков, 123 центра продвижения экспорта [2].

Особенно быстро в стране развиваются высокотехнологичные кластеры, представляющие собой группу взаимосвязанных друг с другом конкурентоспособных отраслей, как правило, объединенных еще и по географическому принципу. Их в настоящее время в Италии функционирует 28, а еще 6 находятся на стадии согласования. Основными отличительными видами их деятельности являются:

- проведение технических исследований для крупных компаний;
- инкубированные бизнеса;
- высшее образование и др.

В Италии действует смешанная частно-государственная система предоставления кредитных гарантий, насчитывающая примерно 600 обществ взаимных гарантий, а также банки, финансовые организации, государственные и региональные гарантийные фонды. В этой стране действуют и другие полезные формы сочетания государственных интересов с интересами МСП.

Развитие предпринимательства в нашей стране началось еще в 1986 г., когда Беларусь входила в состав СССР, с постановления бывшего союзного правительства о создании кооперативов по заготовке и переработке вторичных ресурсов и отходов производства в системе бывшего Госснаба СССР. Затем Верховным Советом СССР были приняты законы «Об индивидуальной трудовой деятельности» (1987 г.), «О кооперации» (1988 г.), «О предпринимательстве в СССР» (1991 г.).

С провозглашением Беларуси самостоятельным государством в 1992 г. был принят ряд законов, регламентирующих предпринимательскую деятельность и в 1992 г. число малых предприятий составило 11055, а удельный вес производимой ими продукции составлял 16,8 % против 50-62 % в других странах [3].

Принятые и принимаемые меры по развитию предпринимательства в нашей стране обусловили рост числа малых и средних предприятий и индивидуальных предпринимателей с 2007 по 2013 г. почти в 2 раза, что видно из данных таблицы 1.



**Количество зарегистрированных в Республике Беларусь субъектов малого и среднего бизнеса в 2007–2013 гг., тыс. единиц [4]**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Темп роста, %
Малые и средние предприятия	50,2	72,8	80,2	86,9	91,3	100	110,5	197,3
Индивидуальные предприниматели	212,6	215,6	219,6	231,8	219,3	232,9	248,5	116,9

Как видно, за последние 7 лет количество субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в стране увеличилось почти вдвое, а индивидуальных предпринимателей (ИП) – на 16,9 %. На 1 мая 2014 г. число ИП уже насчитывало 273,2 тысячи, при этом их число за 4 месяца текущего года увеличилось на 24,7 тысячи человек [5].

Кроме субъектов МСП и ИП в Республике Беларусь зарегистрировано более 7 тыс. ремесленников, что примерно на 1000 больше, чем год назад. В ноябре 2005 г их было всего 234. Наибольшее число их в Минске, Брестской и Витебской областях. В стране создан Белорусский союз мастеров народного творчества, целью которого является сохранение старинных умений по изготовлению определенных изделий ручной работы, что создает предпосылки к возможности сохранения и продолжения семейных традиций [6].

Выступая на выездном совещании-семинаре по вопросам развития малого и среднего предпринимательства, которое состоялось 5 декабря 2013 г. в Жлобине, заместитель премьер-министра П. Прокопович привел такие цифры: доля малого и среднего бизнеса в ВВП нашей страны в 2013 г. составит 24 %, в следующем – 27 %, а к 2015 г. частники будут составлять около трети ВВП. Цифра в 50 % должна покориться белорусской экономике к концу следующей пятилетки (2015–2020 гг.) [7].

Таким образом, по состоянию на 1 января 2014 г. в налоговых органах состояло на учете 248,5 тысяч индивидуальных предпринимателей, что на 15,6 тыс. больше, чем в 2013 г., 110,9 малых и средних предприятий, что на 9,4 тыс. больше, чем годом ранее. В 2013 г. вклад субъектов МСП в бюджет увеличился на 6,9 трлн руб. и составил 23,3 %. Наиболее существенный вклад в доходную часть бюджета внесли предприниматели г. Минска – 16,0 трлн руб.

В докладе Всемирного банка «Ведение бизнеса – 2014» Республика Беларусь заняла 63 место среди охваченных исследованием 189 государств и поднялась на одну ступень по сравнению с предыдущим годом. Беларусь по-прежнему выглядит более привлекательно по сравнению с Россией (92 место) и Украиной (112 место), однако уступает Казахстану (50 место) и Польше (45 место). Кроме того, Беларусь в очередной раз, начиная с 2005 г, вошла в тройку лидеров среди 50 стран мира, которые добились наиболее заметных успехов в создании более благоприятной бизнес-среды для отечественных предпринимателей [8].

Государственная политика, направленная на поддержку МСБ в текущем пятилетии реализуется в соответствии с основными положениями «Программы деятельности Правительства на 2011-2015 гг.», в которой предусмотрены:

- корректировка законодательства в целях устранения административных барьеров, препятствующих ведению бизнеса;
- обеспечение недискриминационного доступа МСП к кредитно-финансовым, материально-техническим и земельным ресурсам;
- обеспечение соразмерности взысканий, налагаемых за нарушения в сфере предпринимательской деятельности, степени причиненного вреда;
- формирование механизмов государственного партнерства, принятие мер по их законодательной и организационной поддержке и развитию [9].

В Беларуси в 2015 г. планируется принятие Закона «О государственно-частном партнерстве». В мае 2014 г. были созданы две институциональные структуры:

- центр государственно-частного партнерства Научно-исследовательского экономического института при Министерстве экономики;
- межведомственный инфраструктурный совет, который будет способствовать обеспечению координации развития инфраструктуры субъектов, находящихся в собственности Республики Беларусь и ее административно-территориальных единиц и (или) образованных в соответствии с соглашениями о государственно-частном партнерстве в долгосрочном периоде.

Финансовая помощь бизнесу со стороны государства – это мировая практика, и Беларусь – не исключение. В этой связи Министерство экономики подготовило проект Инструкции государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. В ней предлагается создать Национальный фонд поддержки предпринимательства, оказание информационной и юридической поддержки гражданам, решившим заняться предпринимательством. Предлагается также введение системы грантов, выделяемых под бизнес-проекты. А

грант, как известно, выдается безвозмездно и в размере, достаточном для реализации проекта. И чем больше будет подано заявок о выделении грантов, тем эффективнее можно будет отобрать наиболее прибыльные. Впоследствии при положительном достижении результата такие разработки можно будет тиражировать на крупных предприятиях.

В стране принят ряд стратегических документов, определяющих шаги по либерализации условий ведения бизнеса. В нормативно-правовые акты постоянно вносятся изменения и дополнения, способствующие развитию предпринимательства, привлечению инвестиций и развитию инноваций.

Принятый 10 мая 2011 г. Указом Президента Республики Беларусь № 181 «О некоторых мерах по совершенствованию государственного регулирования в области оплаты труда» придается рекомендательный характер применению Единой тарифной сетки работников и расширяются права субъектов предпринимательской деятельности в части формирования гибких условий оплаты труда их работников, максимально учитывающих результативность вклада каждого работника и финансовые возможности организаций и индивидуальных предпринимателей.

Так, с 1 мая 2013 г. вступили в силу дополнения и изменения в Декрет Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования», внесенные Декретом Президента Республики Беларусь от 24.01.2013 г. № 2.

Декрет предусматривает ряд нововведений как в процедуре создания, так и в процедуре ликвидации (прекращения деятельности) субъектов хозяйствования:

- изменен подход к наименованиям частных унитарных предприятий;
- уставный фонд может быть сформирован после государственной регистрации;
- установлен ряд новых ограничений права выступать учредителем, регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя;
- дано определение понятия «доход» для случаев взыскания при недействительности государственной регистрации;
- установлен максимальный срок нахождения субъекта хозяйствования в процессе ликвидации (прекращения деятельности);
- сужен круг лиц, которые могут быть председателями ликвидационной комиссии (ликвидаторами).

Декрет устанавливает, что наименование (фирменное наименование) унитарного предприятия, имущество которого находится в частной собственности юридического лица, не должно содержать указание на форму собственности.

Главное новшество в процедуре создания субъектов хозяйствования заключается в изменении порядка формирования уставного фонда коммерческими организациями и снятии обязанности с собственника имущества, учредителей создаваемой организации по формированию уставного фонда до подачи документов в регистрирующий орган. Заявленный уставный фонд коммерческой организации должен быть сформирован в течение 12 месяцев с даты ее государственной регистрации, если меньший срок формирования уставного фонда не определен в учредительном документе данной организации. Принятая норма распространяется на унитарные предприятия, хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, производственные кооперативы.

Помимо обозначенного, Декрет предусматривает отмену обязательного проведения экспертизы достоверности оценки стоимости неденежного вклада, вносимого в уставный фонд организации, в случае если была проведена независимая оценка, что сокращает как временные, так и финансовые расходы будущего предпринимателя.

Внесены также некоторые изменения в порядок ликвидации (прекращения деятельности) субъектов хозяйствования в целях исключения случаев уклонения недобросовестных предпринимателей от погашения долгов перед кредиторами [10].

Декретом от 21 февраля 2014 г. № 3 «О внесении дополнений и изменений в Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1» исключаются особенности государственной регистрации и ликвидации коммерческих организаций с иностранными инвестициями, что обусловлено положениями Закона «Об инвестициях». Декрет предусматривает оставление за облисполкомами и Минским горисполком полномочий по государственной регистрации и ликвидации коммерческих организаций с участием иностранных и международных организаций (без права их делегирования другим местным исполнительным и распорядительным органам, администрациям районов в городах).

Кроме того, Декрет № 3 в целях исключения неоднозначности при указании размера уставного фонда в уставах коммерческих организаций устанавливает норму о том, что последний объявляется в белорусских рублях с возможностью для иностранных инвесторов внесения (фактического формирования) самого вклада в любой имеющейся валюте.

Указом № 126 от 17 марта 2014 г. внесены дополнения и изменения в Указ от 21 мая 2009 года № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства». Документом предусматривается предоставление субъектам малого предпринимательства права на получение государственной фи-

нансовой поддержки в виде возмещения части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях, компенсации расходов на рекламу организуемых мероприятий в средствах массовой информации после их проведения, а также возможность кредитования долгосрочных (на срок до семи лет) инвестиционных проектов, реализуемых субъектами малого предпринимательства, за счет средств облисполкомов, Минского горисполкома.

Кроме этого, Указом предусмотрена корректировка механизма предоставления государственной поддержки субъектам малого предпринимательства, обеспечивающая более четкий порядок ее предоставления. В частности, уточняется порядок изменения процентной ставки (привязка к ставке рефинансирования Национального банка) по размещению в депозиты средств местных бюджетов, а также ставок по банковским кредитам, займам и договорам лизинга, заключенным в рамках программ государственной поддержки предпринимательства.

В Беларуси особое внимание уделяется развитию бизнеса в сельской местности, а также в малых городах. В целях привлечения инвестиций и развития регионов с 2008 г. в республике введен особый порядок налогообложения для субъектов предпринимательства, зарегистрированных в малых населенных пунктах и в сельской местности.

Декретом Президента Республики Беларусь от 28.01.2008 г. «О стимулировании производства и реализации товаров (работ, услуг)» установлено, что коммерческие организации, как с иностранными инвестициями, так и без них, созданные с 1 апреля 2008 г. с местом нахождения в населенных пунктах с численностью до 50 тысяч согласно утвержденному перечню при осуществлении деятельности в этих населенных пунктах вправе в течение семи лет (ранее в течение пяти лет) со дня их создания не исчислять и не уплачивать налог на прибыль в части реализации товаров (работ, услуг) собственного производства.

Важное значение для развития предпринимательства в сельской местности имеет принятый Президентом Республики Беларусь Декрет № 6 от 7.05.2012 г, которым установлено, что коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в малых городах и сельской местности в течение семи календарных лет со дня их государственной регистрации:

- вправе не исчислять и не уплачивать налог на прибыль и подоходный налог с физических лиц (ИП) соответственно в отношении прибыли и доходов, полученных от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства;
- освобождаются от уплаты государственной пошлины за выдачу специального разрешения (лицензии) на осуществление отдельных видов деятельности;
- вправе не исчислять и не уплачивать иные налоги, сборы (пошлины), (за исключением налога на добавленную стоимость, акцизов, таможенных пошлин и сборов и некоторых других), отчисления в инновационные фонды, образуемые в соответствии с законодательными актами;
- освобождаются от обязательной продажи иностранной валюты, поступившей по сделкам с нерезидентами от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства, в т. ч. от сдачи имущества в аренду.

Примерно такие же условия хозяйствования касаются и обособленных подразделений, созданных коммерческими организациями на территории средних, малых городских поселений, сельской местности.

Принятие этого документа обусловлено, очевидно, тем, что предпринимательство в нашей стране развивается в основном в областных центрах и крупных городах, а в сельской местности количество предпринимателей значительно ниже. Так, в Минске находится 38 % субъектов МСБ от общего их количества в стране. Минимальное количество их имеется в Витебской, Гродненской и Могилевской областях. По количеству МСП на 1000 человек самый низкий показатель по Гомельской области (5,8 организаций), затем следует Витебская (6,2), Брестская и Могилевская (6,4), Минская (10,1).

По количеству индивидуальных предпринимателей на 1000 человек этот показатель составляет в Гомельской области – 18,8; Могилевской – 21; Витебской – 21,4; Минской – 17,1; Гродненской – 25,7; Брестской – 25,5, а в г. Минске – 32,9 [11].

А в некоторых регионах Витебской области, например, он составляет 8,5 чел. (Витебский р-н), 13,7 чел. (Полоцкий р-н), 6,1 чел. (Новополоцк) [12].

Вместе с тем имеются административные единицы, в которых насыщенность субъектами МСБ довольно высока. Так, в Новогрудском районе на 1000 жителей зарегистрировано 36 субъектов, а доля их в доходе района составляет 28 % [13].

Таким образом, увеличение доли предпринимательства является важнейшим условием повышения эффективности экономики в целом, поскольку развитие его позволяет, с одной стороны, абсорбировать избыточную занятость на крупных предприятиях, а с другой стороны – задействовать резервы частной инициативы.

В стране принят ряд стратегических документов, определяющих шаги по либерализации условий ведения бизнеса. В нормативно-правовые акты постоянно вносятся изменения и дополнения, способствующие развитию предпринимательства, привлечению инвестиций и развитию инноваций.

### Список использованных источников

1. Иванов, В. Правила высаживания «рассады» / В. Иванов // Республика. 2011. – 16 марта. – С. 6.
2. Дорожкин, С. Ю. Итальянский опыт поддержки малого и среднего предпринимательства и возможности его использования в Беларуси / С. Ю. Дорожкин // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики. – 2013. – № 1. – С. 15–20.
3. Врублевский, Б. И. Основы предпринимательства : учеб. / Б. И. Врублевский, В. Б. Врублевский, И. В. Сенько. – Гомель : ЧУП «ЦНТУ «Развитие», 2005. – С. 12,13.
4. Мясникович, М. В. О создании институциональных условий для развития предпринимательства в Республике Беларусь / М. В. Мясникович // Экономика Беларуси. – 2014. – № 1. – С. 25–26.
5. Калинин, А. Указ № 222 как образец компромисса / А. Калинин // Экономическая газета. – 2014. – № 38. – С. 3.
6. Осокина, А. Место для ручной работы / А. Осокина // Советская Белоруссия. – 2014. – 10 мая. – С. 12.
7. Ермакова, Т. Большие надежды на малый и средний бизнес / Т. Ермакова // Гомельская правда. – 2013. – 7 сент. – С. 1, 2.
8. Мацулевич, И. А. Институциональные преобразования в системе государственного регулирования / И. А. Мацулевич // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики. – 2014. – № 2. – С. 9–13.
9. Попков, М. В. Развитие малого и среднего предпринимательства / М. В. Попков // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики. – 2012. – № 2. – С. 11,12.
10. Леус, И. Дальнейшее совершенствование процедуры создания и ликвидации бизнеса (Комментарий к Декрету Президента Республики Беларусь от 24.01.2013 № 2) / И. Леус // Юрист. – 2013. – №3(142). – С. 11–15.
11. Мацулевич, И. А. Сравнительная характеристика условий развития малого и среднего предпринимательства в регионах стран-участниц ЕЭП / И. А. Мацулевич // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики. – 2013. – № 9. – С. 12–19.
12. Берченко, И. Г. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса во внешнеэкономической деятельности / И. Г. Берченко, Н. А. Воробьев // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики. – 2014. – № 3. – С. 20–25.
13. Попко, И. Бизнес идет туда, где ему помогают / И. Попко // Советская Белоруссия. – 2013. – 15 февр. – С. 2.

## ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

**Е.С. Фунтикова,**  
старший преподаватель  
*Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,  
г. Санкт-Петербург*

В рамках системного управления контроллинг должен обеспечивать стратегическую направленность управленческих воздействий на показатели и критерии, влияющие на результаты хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Ряд факторов определяют эффективную организацию контроллинга. К ним относятся: организационная структура, размер организации, корпоративная культура организации.

При организации системы контроллинга розничных торговых сетей, прежде всего, необходимо принять решение о создании службы контроллинга или передать функции контроллинга ряду структурных подразделений (финансовому отделу, экономическому отделу и другим).

К преимуществам формирования отдела контроллинга розничных торговых сетей следует отнести:

- новое мышление руководства компании, создающее эффективную концепцию оптимального использования ресурсов организации в стратегической перспективе;
- при реализации функций менеджмента (планировании, анализе, контроле и принятии управленческих решений) осуществляется комплексная система информационно-аналитической поддержки;
- в организации создается единое информационное пространство, совершенствуется документооборот и укрепляется ответственность за результаты проведения контроллинга.

К недостаткам создания отдела контроллинга розничных торговых сетей можно отнести:

- преодоление сопротивления предстоящим изменениям в организации в связи с созданием нового отдела, ломка стабильной организационной структуры;
- изменение функций экономических и финансовых подразделений и связанные с этим организационные проблемы;

- недовольство коллектива усилением влияния отдела контроллинга на другие подразделения и опасность возможности отказа руководства подразделений в предоставлении необходимой информации отделу контроллинга;
- недостаточный опыт и знания специалистов созданного отдела контроллинга могут оказать негативное влияние на результаты контроллинга;
- необходим строгий отбор профессиональных кадров для создающегося отдела контроллинга и перестройки бизнес-процессов в организации.

В экономически развитых странах крупные предприятия создают самостоятельные подразделения, занимающиеся контроллингом, малые предприятия обычно не имеют таких отделов и служб, а функции контроллинга выполняют руководители.

Отдел контроллинга розничных торговых сетей должен быть такой структурой, в которой формируется механизм внутрифирменного управления на основе сочетания и взаимодополнения стратегических и оперативных решений. Комплексный подход к решению стратегических и оперативных проблем основан на следующих положениях:

- формирование новой методики анализа, позволяющей разработать стратегию организации;
- разработка методики формирования системы управления, соответствующей стратегическим целям организации;
- мониторинг изменений в стратегии развития организации (от настоящего к будущему), организационных изменений (от настоящей организационной структуры к будущей).

Предпосылками создания отдела контроллинга в торговой организации является следующее:

- управление по целям, которое должно стать основой управления в организации;
- получение специалистом отдела контроллинга своевременной информации об отклонениях от плановых показателей и резервах экономического развития;
- независимость и самостоятельность отдела контроллинга по отношению к линейному руководству.

Для повышения эффективности управления торговой организацией и успешной реализации функций контроллинга необходимо рассмотреть вопросы централизации и децентрализации. Ряд задач контроллинга необходимо решать централизованно – интеграционные и координационные. Другие задачи контроллинга можно решать децентрализованно, чтобы своевременно, гибко и профессионально реагировать на отклонения и использовать компетенции специалистов по контроллингу.

На предприятиях западных стран четко выделяются два основных варианта организации отделов контроллинга. Первый вариант: создается отдел, подчиняющийся заместителю руководителя организации, курирующему информационное обеспечение производства. Второй вариант: отдел контроллинга напрямую подчиняется руководителю организации, который сам возглавляет центральную службу контроллинга.

Значимость отдела контроллинга определяется, в первую очередь, ролью руководителя этого отдела в организационной структуре предприятия. Если принята централизованная модель, то отделом контроллинга могут разрабатываться рекомендации, на основании которых принимаются решения высшим руководством. Руководитель отдела контроллинга обобщает рекомендации, устанавливает взаимоотношения с руководством, принимающим решения.

При децентрализации отдел контроллинга делегирует часть своих задач структурным подразделениям организации, филиалам (если таковые имеются). Однако это не относится к профильным отделам, остающимся в прямом подчинении руководителя контроллинга (контроллер по маркетингу, логистике, ресурсам и т.п.). Руководителем отдела контроллинга координируется деятельность этих отделов в области анализа показателей, стратегического планирования, оперативного планирования, отчетности т.п.

Таким образом, выбор модели создаваемого отдела контроллинга розничной торговой сети определяет принципы организационного взаимодействия и эффективность управления предприятием торговли.

Важность определения места и роли децентрализованных контроллеров определяется стремлением воплощения в жизнь стратегических целей организации во всех структурных подразделениях торговой организации, то есть так структурировать всю систему контроллинга, чтобы учесть взаимовлияние факторов внешней и внутренней среды розничной торговой сети.

Применительно к деятельности розничных торговых сетей можно дифференцировать следующие варианты позиционирования децентрализованных контроллеров в линейно-функциональной структуре.

*Вариант 1.* Функциональная и административная подчиненность контроллера подразделения главному контроллеру. При этом варианте представителями центрального отдела контроллинга являются контроллеры подразделений, которые относительно независимы. Недостатком такого организационного решения становится неполная интеграция контроллера с головным отделом и психологически он воспринимается как сторонний наблюдатель, не вызывающий доверия. Положительными моментами такой организации взаимоотношений между контроллером и подразделениями становится децентрализация управления, при которой главный контроллер имеет относительную независимость, что усиливает его позицию. В условиях

территориальной отдаленности подразделений друг от друга и от головного центра этот вариант оптимален и рекомендуется также в чрезвычайных ситуациях, связанных с кризисными явлениями в организации. Однако на практике такой вариант построения системы контроллинга практически не используется, по причине высокой степени самостоятельности отдела контроллинга.

*Вариант 2.* Функциональная подчиненность контроллера подразделения руководителю этого подразделения и административная подчиненность главному контроллеру. В данном варианте контроллер подразделения становится экономическим советником руководителя подразделения, что предполагает высокую квалификацию контроллера соответствующего подразделения. Если руководитель подразделения недостаточно компетентен, возможны конфликты с контроллером подразделения.

*Вариант 3.* Контроллер подразделения подчиняется главному контроллеру и параллельно подчиняется линейному руководителю подразделения. При таком варианте взаимодействия возможны конфликтные ситуации, являющиеся следствием нарушения принципа единоначалия. Возникновение конфликтов связано обычно с тем, что руководитель подразделения считает, что плохо отстаиваются интересы его подразделения. Если контроллер подразделения будет выполнять указания только своего руководителя, то напряженные взаимоотношения у него будут складываться с главным контроллером и всем центральным отделом контроллинга. Однако есть и преимущества этого варианта: при сильно выраженной децентрализации управления это оптимально, так как руководитель подразделения всегда понимает, где и как использовать знания контроллера. Центральный отдел контроллинга должен определять, как и что нужно решать из сложившегося круга проблем. Данная модель была разработана в 1919 году компанией «Дженерал моторс», в настоящее время она является наиболее испытанной и распространенной.

*Вариант 4.* Функционально и административно контроллер подразделения подчиняется руководителю этого подразделения. В этом варианте очевидна ориентация на поддержку интересов подразделения, что создает условия для децентрализации и относительной самостоятельности отдела контроллинга. Однако отдел контроллинга может занимать при этой организационной структуре одностороннюю позицию.

В практике деятельности зарубежных компаний часто применяется модель функциональной подчиненности контроллера руководителю подразделения, при одновременной возможности получения главным контроллером общей и специальной информации подразделения [1, 2]. Главный контроллер наделен правом принимать решения по организации и применению методов контроллинга, он участвует в принятии решений по вопросам, относящимся к предмету контроллинга, увольняет и принимает на работу контроллеров подразделений. Отметим, что применение ситуационного подхода при организации работы службы контроллинга по данному варианту предусматривает встраивание службы контроллинга в организационную структуру предприятия. Рассмотренные выше четыре варианта могут иметь много модификаций.

При линейно-функциональной организационной структуре для розничных торговых сетей оптимальным будет контроллинг с приоритетом монетарных показателей. В торговых организациях зачастую отсутствуют или весьма слабы горизонтальные управленческие связи между подразделениями одного уровня. Поэтому в розничных торговых сетях достижение социально-экономических целей формирования системы контроллинга затруднено, так как контроллинг в настоящее время фрагментарен в рамках функциональных подразделений торговой организации.

#### **Список использованных источников**

1. Бородушко И. В. Стратегическое планирование и контроллинг / И. В. Бородушко, Э. К. Васильева. – СПб. : Питер, 2006.
2. Карминский А. М. Контроллинг / А. М. Карминский [и др.] – М. : Финансы и статистика, 2006. – 336 с.

## АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИКТ-КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ

Л.Г. Шипулина,

доцент кафедры экономики и менеджмента  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

На современном этапе развития информационного общества информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) отводится роль инструмента социально-экономического прогресса, одного из ключевых факторов инновационного развития экономики.

ИКТ открывают новые возможности в повышении эффективности производственных процессов, выводят на новый уровень автоматизацию технологических процессов и управленческий труд. Информация и информационные ресурсы становятся важнейшим высокотехнологичным продуктом.

ИКТ играют серьезную стратегическую роль в развитии каждой страны. Их значение возрастает за счёт того, что ИКТ:

- активизируют и повышают эффективность использования информационных ресурсов, обеспечивают экономию сырья, энергии, полезных ископаемых, материалов и оборудования, людских ресурсов, социального времени;
- реализуют наиболее важные и интеллектуальные функции социальных процессов;
- занимают центральное место в процессе интеллектуализации общества, в развитии системы образования, культуры, новых (экранных) форм искусства, популяризации шедевров мировой культуры и истории развития человечества;
- обеспечивают информационное взаимодействие людей, способствуют распространению массовой информации;
- быстро ассимилируются культурой общества, снимают многие социальные, бытовые и производственные проблемы, расширяют внутренние и международные экономические и культурные связи, влияют на миграцию населения по планете;
- оптимизируют и автоматизируют информационные процессы в период становления информационного общества;
- играют ключевую роль в процессах получения, накопления, распространения новых знаний [1].

Бурное развитие отрасли ИКТ заставляет сегодняшнюю систему образования оперативно откликаться на требования развивающегося информационного общества и обеспечивать получение знаний и практических навыков, необходимых для использования новейших ИКТ в профессиональной деятельности. Использование электронных образовательных ресурсов, и повышение ИКТ-компетенции студентов становится неотъемлемой частью современного образования.

К современным выпускникам экономических факультетов предъявляются требования ориентации в огромном потоке экономической, политической, социальной, правовой информации, умение пользоваться современными средствами поиска необходимых сведений, обладать профессиональной компетентностью.

Компетентность современного преподавателя включает в себя несколько составляющих, основными из которых являются: педагогическая, предметная и ИТ-компетенция. А информационная компетентность современного преподавателя складывается из следующих компетенций: умения использовать открытые информационные ресурсы; умения осуществлять поиск необходимой информации; умения оценивать релевантность найденной по запросу информации; умения применять информационные ресурсы для создания и актуализации учебного контента.

Сегодня уже можно говорить об определенном опыте обучения в виртуальной образовательной среде, полученном за последние годы в Международном университете «МИТСО» в рамках преподавания информационных дисциплин.

В настоящее время в «Международном университете «МИТСО» активно используются не только электронные ресурсы университета, но и открытые образовательные ресурсы свободного доступа, которые являются важной составляющей современного образования: позволяют осваивать теоретическую составляющую изучаемых дисциплин и получать практические навыки, повышая уровень качества и прочности знаний, даже вне стен университета.

Преподавателями информационных дисциплин нашего университета накоплен опыт использования дистанционного обучения на открытом образовательном ресурсе для управляемой самостоятельной работы студента, которая является обязательной частью учебной программы.

Так, в рамках изучения учебных дисциплин «Компьютерные информационные технологии», «Основы информационных технологий», «Информационные технологии в управлении», «Правовая информатика» и др. в качестве самостоятельной управляемой работы студенты проходят обучение на образовательном портале Национального открытого университета ИНТУИТ (<http://www.intuit.ru/>). Это образовательный ресурс свободного доступа, главными целями которого являются свободное распространение знаний во Всемирной Сети и предоставление услуг дистанционного обучения. После регистрации на портале для обучающихся создается личный аккаунт, зачетная книжка и открывается возможность учиться дистанционно. Это отличная возможность для самообразования и повышения квалификации. На портале представлены сотни учебных курсов по различным областям современных знаний.

Опыт использования дистанционного обучения как инновационного метода современного образования в сочетании с традиционными средствами обучения, делает учебный процесс более эффективным и позволяет:

- обеспечивать максимальную доступность знаний;
- углубить и расширить теоретические знания; формировать умения профессионального поиска необходимой информации в глобальной сети;
- развивать познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- совершенствовать навыки работы в виртуальной образовательной среде;
- использовать полученные знания и умения при изучении других дисциплин, при подготовке курсовых и дипломных работ, и в дальнейшей профессиональной и научной деятельности.

Таким образом, технологическая организация самостоятельной работы студентов через дистанционное обучение позволяет студенту в удобное время и в привычном для него темпе самостоятельно приобретать знания, умения, навыки, формирует определенный уровень самодисциплины и достаточную степень подготовленности будущих специалистов к самостоятельному труду. Полученные квалификационные свидетельства (сертификаты) послужат отличной характеристикой молодым специалистам.

Все сказанное позволяет сделать вывод, что использование дистанционного обучения как формы проведения самостоятельной управляемой работы студента, позволяет повысить качество образовательного процесса и компетентность будущего специалиста.

#### **Список использованных источников**

1. Головицына, М. Информационные технологии в экономике [Электронный ресурс] / М. Головицына // INTUIT.ru. – 2003. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3735/977/lecture/14669?page=2>. – Дата доступа: 10.03.2015.

## **РЕАЛИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА В КОМАНДООБРАЗОВАНИИ**

**Н.И. Гришко**

канд. техн. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Разработка технологий командообразования и необходимого инструментария для проведения групповой работы по формированию эффективных команд рассматриваются как одна из основных проблем современного менеджмента.

Популярность этой темы во многом связана с изменением базовой парадигмы менеджмента нового тысячелетия. Руководители высшего звена все чаще переходят от технократической философии управления к гуманистической, в основе которой лежит идея о приоритете самореализации человека. Есть люди, которые могут состояться в одиночку, однако наиболее эффективно можно проявить себя в команде единомышленников. Поэтому в управленческой, производственной и коммерческой деятельности становится все более актуальной тенденция к целенаправленному командообразованию. Этот процесс следует рассматривать в качестве одного из важнейших в организационном развитии. Его цель – совершенствование и увеличение результативности различных команд внутри субъекта хозяйствования.

Ключевым фактором команды является способность ее членов «работать на результат». Это требует достаточно эффективных межличностных взаимоотношений и мотивации для достижения единой цели. Работа в команде не подавляет индивидуальность отдельного ее члена, а, наоборот, каждый занимает в команде место, соответствующее его способностям и возможностям, ощущая себя значимым и незаменимым,



что является важнейшим условием удовлетворенности профессиональной деятельностью. Это обусловлено тем, что в команде за счет участия работников в самоорганизации и самоуправлении совместной деятельностью, взаимного контроля, взаимопомощи и взаимозаменяемости, ясности общих ценностей и целей, коллективной ответственности за результаты труда, развития и использования индивидуального и группового потенциала отсутствует необходимость в дополнительной координации [1]. Более того, предполагается активное участие каждого в оценке деятельности команды и принятии решений относительно того, что необходимо предпринять для улучшения ее функционирования.

На практике часто происходит смешение понятий группа и команда. В отличие от группы в команде проявляется так называемый синергетический эффект, суть которого состоит в том, что результат усилий членов команды оказывается больше тех результатов, которые могли бы получить члены команды, работая порознь [2, 3]. Таким образом, команда – это автономный самоуправляемый коллектив профессионалов, способный оперативно, эффективно и качественно решать поставленные перед ним задачи.

Основными признаками команды, по нашему мнению, являются:

- общая цель;
- профессионализм каждого из членов и их способность согласованно работать на общий результат;
- общая ответственность за конечный результат;
- гибкое и мобильное распределение функций между членами команды;
- эффективное конструктивное межличностное взаимодействие;
- обучающее руководство и наставничество.

«Эффект команды» достигается за счет: неограниченной интенсификации труда; сокращения потерь рабочего времени путем достижения высокой степени организации труда внутри команды (взаимозаменяемость, повышенная личная инициатива, конструктивная коммуникация, рациональное распределение ролей, работа на опережение); использования корпоративных форм принятия решений.

В качестве базовых принципов командообразования следует рассматривать следующие:

- коллективное исполнение работы – каждый член выполняет часть общего задания, которую ему поручила команда, а не ту, что он обычно исполнял по заданию администрации (последнее не исключается и в рамках команды);
- коллективная ответственность – вся команда теряет доверие, стимулирование и общественное признание, если задание не выполнено по вине любого из ее членов;
- единый для команды механизм стимулирования труда за конечный результат – распределение фонда стимулирования происходит только внутри команды без участия руководства или заказчика;
- высокий стимул команды за конечный результат – в качестве достойных стимулов могут выступать не только материальное вознаграждение, но и ряд других, основанных на предпочтениях членов команды, а также общественное признание;
- автономное самоуправление – управление командой осуществляется ее руководителем (лидером), а не администрацией организации;
- повышенная исполнительская дисциплина – каждый член команды отвечает за конечный результат;
- добровольность вхождения в команду – в команду может быть включен только тот кандидат, который добровольно изъявил готовность войти в ее состав на основе полного знания и понимания всех условий деятельности команды.

Следует учитывать, что команда не является универсальным инструментом системы управления, но в ее организации присутствует ряд положительных моментов: команда профессионалов способна быстро и эффективно решить задачу, на которую обычно уходит значительное время, и генерировать нестандартные решения; «кодекс чести» профессионала не позволяет сделать работу некачественно; в команде отрабатывается стиль сотрудничества и взаимной поддержки; в команде каждый гибко участвует в координации работ; наличие команды создает организации выгодный имидж, вызывая у клиентов доверие, и преимущества в получении выгодных заказов; работа в команде формирует созидательную систему ценностей у каждого ее члена, содействует его личностному и профессиональному росту, а значит, повышает эффективность и команды в целом.

Вместе с тем командообразования присущи следующие ограничения: формирование «командного духа» требует значительного времени и проведения тренинговых занятий; каждую новую команду нужно создавать с особой тщательностью и бережностью; команда строится на взаимоотношениях между ее членами, «командном духе», системе ценностей, философии развития, что требует постоянной поддержки [2, 4].

Формирование команды и обеспечение ее эффективного функционирования включает в себя следующие действия:

1. отбор необходимых сотрудников в команду и оптимизация ее состава;
2. совместное определение цели и задач;

3. определение личной выгоды каждого члена команды в результате ее успешной деятельности;
4. формирование групповых норм;
5. обучение членов команды;
6. установление системы контроля и поощрения самоконтроля;
7. обеспечение поддержки командного духа;
8. замена членов команды, которые не захотят или не смогут (даже после обучения) действовать в соответствии с согласованными правилами.

Обеспечение эффективной работы команды требует управления выполнением заданий и сохранения в течение длительного времени ее социальной структуры. Данное обстоятельство определяет объективную необходимость реализации основополагающих функций менеджмента в командообразовании, что на практике реализуется через процессы планирования деятельности команды, организации и контроля ее работы, взаимодействия и мотивации членов.

Планирование, на наш взгляд, предполагает:

- определение стратегических целей («куда двигаться?»);
- разработку стратегии развития («как двигаться?») и определения реальности ее выполнения, что требует анализа ресурсов команды, социально-экономических условий и конъюнктуры, поведения партнеров, взаимодействия с руководящими органами, уровня подготовки членов команды, а также оценки возможных рисков;
- составление долгосрочного плана достижения стратегических целей («каким образом достичь результата?») с указанием ожидаемых и промежуточных (годовых) результатов по различным направлениям деятельности команды, необходимых ресурсов, ответственных исполнителей, мотивационного механизма его выполнения и плановой периодичности корректировки;
- оперативное-календарное планирование («как конкретно решать задачи?»), которое включает разработку квартальных и месячных планов и при необходимости составление еженедельных и ежедневных графиков работ;
- организацию отчетности по плановым позициям, предусматривающей ее порядок и форму (в отчетах членов команды обязательно должна содержаться характеристика незавершенных позиций с указанием последующего календарного периода их выполнения).

Планирование побуждает членов команды детально проработать схему собственных последовательных действий по выполнению плановых позиций и позволяет им: получить более четкое представление о результате, по достижении которого цель считается достигнутой, составе и характере ожидаемых проблем, о которых ранее имелось расплывчатое представление в силу неопределенности ситуации, степени реализуемости отдельных мероприятий, состоянии и качестве наличных ресурсов; выбрать рациональный план действий из нескольких возможных альтернатив на основе оценки рисков; оценить характер ряда неопределенностей на этапе формирования плана, требующих последующей оперативной корректировки.

Продуктивная деятельность команды требует: организации выполнения командного задания (распределение работ между членами и их рациональную расстановку, создание условий и обеспечение ресурсами для текущей деятельности команды); координации работу членов команды; обеспечения взаимодействия с другими командами, службами или внешними партнерами.

В данном случае особая значимость принадлежит лидеру команды, деятельность которого должна включать повседневное решение следующих управленческих задач: установление и поддержание доброжелательной спокойной рабочей атмосферы в команде; четкую постановку целей деятельности перед каждым членом команды и распределение ответственности за выполняемую работу; формирование у членов команды стремления к самостоятельной работе в среде доброжелательного взаимодействия с другими и без постоянного обращения к руководителю по вопросам, которые могут быть решены самостоятельно; организацию профессионального развития членов команды.

Лидера определяют не только его личные качества или их особое сочетание, но и присущая команде система целей, ценностей и норм. Именно на их основе выдвигается лидер, олицетворяющий ожидания и ценностные ориентации команды, являющийся их носителем и активным проводником в жизнь. За ним признается право вести команду за собой, быть последней инстанцией в оценке происходящих в ней событий.

Одной из ключевых характеристик команды является то, что ее члены делят между собой лидерские функции при доминирующей роли формального лидера [1,4,5]. В реальной команде может быть несколько лидеров, каждый из которых занимает свою «нишу». В соответствии с решением тех или иных задач имеет место инструментальное лидерство, направленное на управление командой для решения функциональных задач, и экспрессивное лидерство для обеспечения внутреннего климата команды и ее стабильности. Более того, в рамках двух названных типов возможна дифференциация. Так, в рамках инструментального лидерства можно выделить лидера-организатора, лидера-инициатора, лидера-эрудита и других, а в рамках экс-

прессивного лидерства – лидера эмоционального напряжения (обычно это социометрическая «звезда»), лидера душевного равновесия и т. д.

Поскольку лидер направляет свою деятельность на управление определенной сферой жизнедеятельности команды, то он практически всегда будет находиться в определенной оппозиции по отношению к тем ее членам, которые ориентированы на другую. Так, инструментальный лидер будет вынужден идти на некоторые ухудшения отношений с теми членами команды, которые благоприятный социально-психологический климат ценят выше, чем достижение командных целей. Экспрессивный лидер, напротив, будет несколько конфликтовать с теми, кто ради интересов дела готов допустить ухудшение взаимоотношений в команде.

Необходимо выделить три направления в деятельности лидера:

1. формирование общего видения будущего образа организации при участии отдельных работников;
2. развитие у сотрудников навыков системного мышления (видения взаимосвязи частей системы, поиска неудач в первую очередь в себе самом, понимания сложности динамических процессов и их детерминированности, четкого выделения приоритетов, обеспечивающих наивысший результат);
3. выявление и анализ ментальных моделей.

Особенностью последнего направления является то, что хорошие идеи часто остаются нереализованными в силу того, что инициативы противоречат укоренившимся стереотипам мышления или ментальным моделям. Их выявление целесообразно осуществлять посредством: определения абстракции, когда наблюдаемые факты заменяются обобщениями; осознания различий между декларируемыми взглядами и проявляющимися на практике; достижения согласованности мнений; разрушения защитных механизмов.

Оптимальный стиль лидерства в команде заключается в комбинации следующих основных компонентов: проявлении инициативы и показании примера; поощрении внесенных идей и предложений; полном использовании делегирования обязанностей. Следует отметить, что это очень сложная поведенческая комбинация и овладеть ею достаточно трудно.

Роль лидера заключается в том, чтобы вести за собой, а это, в свою очередь, значит, что лидер должен принимать решения по поводу того, что надо делать другим и что должна делать команда. Существует реальная, но очень тонкая разница между инициированием целей и задач и вовлечением людей в процесс в решающие моменты. Эффективное лидерство команды требует тонкого баланса между руководством и консультированием, принятием решений в критические моменты и разрешением другим делать это, указаниями и делегированием. Отклонение в сторону контроля и указаний подрывает инновации, вовлечение и заинтересованность членов команды. С другой стороны, отсутствие указаний и инициативы, а также желание лидера принимать жесткие решения имеет такой же эффект.

Взаимодействие между командами должно осуществляться на основе принципа приоритетности интересов организации в целом. Руководитель любой команды несет личную ответственность за своевременное согласование своих плановых позиций с взаимодействующими командами и службами. При участии в выполнении планового задания или внеплановой работы нескольких команд и служб решающей является позиция той команды/службы, которая несет ответственность за конечный результат.

Максимальное использование «человеческого фактора» возможно только при высоком уровне мотивации всех членов команды.

К общим факторам, неизменно побуждающим людей к работе, в том числе и в команде, традиционно относят: материальное вознаграждение (заработная плата, премии, комиссионные от продаж и т.п.); защищенность (гарантированный доход, пенсионные накопления и т.п.); статус (продвижение по службе, более удобный кабинет, руководство важным проектом и т.п.); признание (похвала, благодарность); ответственность; удовлетворенность работой; вызов (некоторые люди получают огромное удовольствие, доказывая себе и другим, что они способны на большее, чем от них ожидают).

Поэтому мотивационный механизм команды должен формироваться на основе следующих ключевых условий: неординарный уровень стимулирования (более высокая оплата труда, туристические поездки, интересные командировки, перспективы карьерного роста, приобретение общественного признания и пр.); исключение традиционных форм административного управления и перевод членов команды на внутрикомандное управление; сочетание индивидуальной и коллективной мотивации.

При формировании мотивационного механизма команды представляется целесообразным учитывать следующие принципиальные моменты:

- принадлежность к преуспевающей команде – залог коллективной мотивации, что обуславливает необходимость создания благоприятной обстановки, располагающей к совместному труду для достижения общей цели и формирования понимания членами команды, что успех всего проекта возможен благодаря их слаженной работе;
- в первую очередь отмечать именно коллективные достижения при адекватной оценке и поощрении индивидуального вклада в заслуги команды;
- создание необходимых условий труда для стимулирования творческого потенциала членов команды;

- формирование понимания членами команды смысла и ценности своей работы в общей деятельности организации;
- члены команды должны знать не только общие цели, но и персональные, которые должны быть конкретными и достижимыми;
- чувство сопричастности – один из главных факторов мотивации, усилить который можно лишь пониманием того, что вклад каждого в общий успех будет признан и оценен должным образом.

В командах контроль со стороны руководителя все больше заменяется самоконтролем подчиненных [1, 6].

Контроль исполнения работы в команде обусловлен необходимостью: предоставления руководителю команды информации о реально складывающейся ситуации с выполнением заданий; выявления проблем для выявления возможностей их преодоления; оценки характера взаимодействия с другими командами внутри организации и внешними партнерами; получения обратной связи от членов команды; оценки настроения и состояния членов команды реализации поддерживающей или мотивирующей работы.

В команде представляется целесообразным использование следующих форм контроля исполнения работы:

- ежедневные/еженедельные совещания с докладом всех членов команды о состоянии выполнения работ;
- периодические (по ситуации) совещания ответственных исполнителей о проблемах в деятельности команды;
- ежедневная (выборочная) работа руководителя с одним из членов команды, для того чтобы «держать руку на пульсе»;
- использование режима «автоответчика» для записи всех сообщений обратной связи и тревожных сигналов о появлении проблем;
- анализ представленных членами команды результатов по выполненным плановым заданиям;
- итоговая оценка деятельности команды за отчетный календарный период;
- заслушивание отдельных членов команды по тематическим заданиям.

На основании информации, собранной в процессе контроля исполнения работы, руководителю команды необходимо: проводить ситуационный анализ с прогнозированием дальнейшего хода плановых (и внеплановых) работ; уточнять стратегию и план дальнейших действий; оказывать членам команды помощь в решении проблем и определять дополнительные задания; оптимизировать взаимодействие членов команды.

Следует отметить, что феномен командообразования – это управленческий процесс, который носит творческий, созидательный и конструктивный характер. В то же время, если подходить к процессу командообразования стратегически и исходя из вышерассмотренных подходов к реализации основополагающих функций менеджмента, можно быть уверенным, что формируемая команда будет действовать слаженно и максимально результативно, в ней всегда будет царить командный дух, который окажет только благоприятное и конструктивное воздействие на любой вид деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Чанько, А. Д. Команды в современных организациях: учебник / А. Д. Чанько. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 408 с.
2. Фопель, К. Команда: консультирование и тренинг организаций / К. Фопель; пер. с нем. – М. : Генезис, 2005. – 395 с.
3. Жуков, Ю. М. Технологии командообразования / Ю. М. Жуков, Е. Н. Павлова, А. В. Журавлев. – М. : Аспект-Пресс, 2008. – 320 с.
4. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство : учебник / Э. Х. Шейн; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 330 с.
5. Льюис, Дж. Управление командой: Как заставить других делать то, что вам нужно / Дж. Льюис; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 160 с.
6. Блэклок, Дж. Технологии командной игры. Руководство для лидера / Дж. Блэклок, Э. Джекс; пер. с англ. – М. : Издательский дом Гребенникова, 2008. – 232 с.

## СЕКЦИЯ № 3

# МАРКЕТИНГ: ПРАКТИКА, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

---

### СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ КОММУНИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННОЙ НА СЕКТОР ОПТОВЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

**А.Ю. Бердин,**  
старший преподаватель кафедры «Маркетинг»  
*Учреждение образования Гомельский государственный  
технический университет имени П.О. Сухого,*  
г. Гомель

В силу своей специфики продукция строительных материалов имеет промышленный характер. Это обусловлено тем фактом, что большинство строительных объектов возводятся организованными профессиональными застройщиками. Данный факт обуславливает наличие широкого сегмента организованных покупателей, которые будут приобретать продукцию оптовыми партиями. Поэтому многие производители строительных материалов концентрируют свои коммуникационные усилия именно на сегменте оптовых покупателей. Но, в сегодняшних экономических условиях, характеризующихся расширением каналов коммуникации, их повсеместной доступностью и увеличением скорости распространения информации, акцентирование стратегии коммуникации исключительно на оптовых покупателях может не привести к желаемым коммерческим результатам.

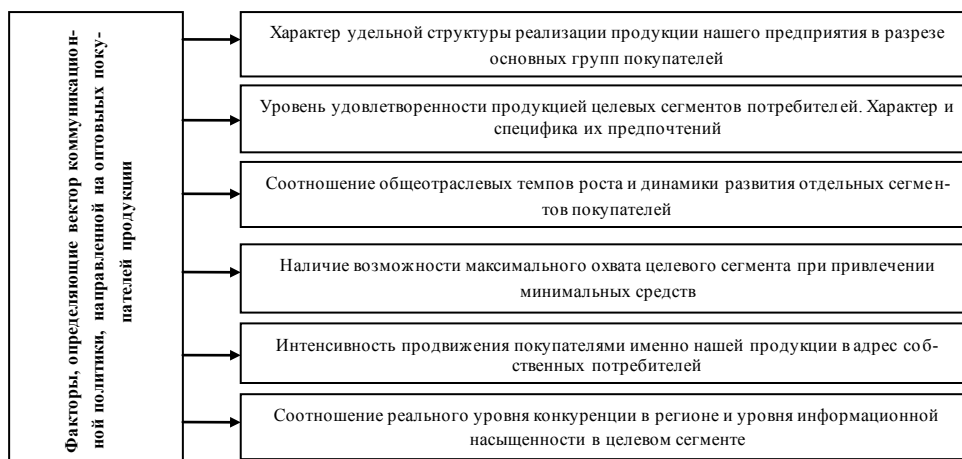
Как отмечается в литературе по маркетингу, массив оптовых покупателей не однороден. Можно выделить следующие возможные направления коммуникационной политики: «Продвижение продукции в адрес оптовой торговой сети»; «Продвижение продукции в адрес переработчиков и деловых потребителей»; «Продвижение продукции в адрес розничной торговой сети» [1,2].

Продвижение продукции в адрес оптовой торговой сети предполагает направление основного акцента коммуникационной политики на покупателей, приобретающих продукцию с целью ее дальнейшей оптовой перепродажи.

Продвижение продукции в адрес переработчиков и деловых потребителей направляет акцент коммуникационной политики на промышленных покупателей, которые используют приобретаемую продукцию при производстве собственных товаров или для текущих производственных нужд.

Продвижение продукции в адрес розничной торговой сети обуславливает направление основных коммуникационных усилий в адрес покупателей, приобретающих продукцию с целью ее дальнейшей розничной перепродажи. Таким образом, производителю необходимо более тщательно определять, на каких именно оптовых покупателей будет направлен акцент при планировании и реализации коммуникационной политики.

Выделим перечень основных факторов, определяющих вектор коммуникационной политики предприятия, направленной на оптовых покупателей продукции, и представим их на рис. 1.



**Рис. 1.** Факторы, определяющие вектор коммуникационной политики предприятия, направленной на оптовых покупателей продукции (Источник: собственная разработка)

Следует отметить, что учет всей совокупности выделенных факторов, при определении вектора коммуникационной политики предприятий промышленности строительных материалов в отношении оптовых покупателей, не страхует производителя от возможных негативных хозяйственных последствий. С целью определения потенциальных, как факторов риска, так и факторов коммерческого успеха, предлагается определить и проанализировать совокупность основных положительных и отрицательных аспектов, влияющих на эффективность реализации коммуникационной политики в адрес оптовых покупателей, что представим на рисунке 2.

#### Положительные

- мотивация реальных покупателей производимой продукции предприятия
- высокая степень репрезентативности охваченного массива респондентов
- наличие потенциальной возможности быстрого увеличения объемов реализации продукции
- возможность реальной оценки эффективности реализации коммуникационной политики

#### Отрицательные

- высокая потенциальная степень зависимости от предпочтений сегмента оптовых покупателей
- возможная дихотомия интересов оптового покупателя и предпочтений конечного потребителя
- высокие удельные финансовые и временные затраты на продвижение
- сложности при создании бренда предприятия – производителя

**Рис. 2.** Перечень основных аспектов реализации коммуникационной политики предприятиями промышленности строительных материалов в адрес оптовых покупателей (Источник: собственная разработка)

Более подробно раскрыть, сопоставить и проанализировать маркетинговую сущность выделенных аспектов для предприятий промышленности строительных материалов предлагается в таблице 1.

Таблица 1

#### Анализ приоритетных аспектов осуществления продвижения продукции предприятиями промышленности строительных материалов в адрес оптовых покупателей

Положительные	Отрицательные
<p><b>1. Мотивация реальных покупателей производимой продукции предприятия.</b> На рынке промышленной продукции между покупателем и потребителем может быть существенная разница. Так конечными потребителями строительных материалов, естественно в большинстве своем являются физические лица, но они будут покупать уже непосредственно готовые строительные конструкции или сооружения. Например, оконные блоки, бетонные плиты, или квартиры. А реальными покупателями именно строительных материалов, таких как стекло, цемент, стеновые блоки или теплоизоляционные материалы будут различные промышленные покупателями, приобретающие товары оптом и использующие их в своей производственной деятельности. От того решат ли промышленные покупатели использовать нашу продукцию при производстве своих более сложных изделий и будет непосредственно зависеть уровень наших продаж. Но даже если физические лица заходят в розницу приобрести нашу продукцию, например стеновые блоки, изоляцию или стекло, то их выбор может быть реально ограничен ассортиментом строительных магазинов. Т.о., если розничная сеть не захочет выставить наш товар на реализацию, то конечный потребитель рискует с ним просто не столкнуться. Следовательно, акцент коммуникационных усилий, направленный именно на оптовых покупателей, позволяет производителю мотивировать реальный сегмент покупателей, объективно определяющих уровень спроса.</p>	<p><b>1. Высокая потенциальная степень зависимости от предпочтений сегмента оптовых покупателей.</b> Сосредотачивая всю политику продвижения продукции только на оптовом сегменте, производитель создает реальную основу для возможного диктата покупателя. Конечный потребитель не будет замотивирован, а соответственно будет полностью нивелирована возможность формирования спроса снизу. Физические лица, приобретая те или иные строительные конструкции или сооружения, не будут интересоваться, из каких материалов те изготовлены, и тем более не будут настаивать на том, чтобы при изготовлении той или иной конструкции использовался строительный материал именно нашей торговой марки. Т.о., производитель будет зависеть исключительно от предпочтений своих оптовых покупателей. Ведь рынок промышленных товаров практически не позволяет в краткосрочном и даже в среднесрочном периоде без существенных экономических потерь переключиться на альтернативных покупателей. Покупатели дорожат уровнем высокого доверия и долгосрочностью сотрудничества со своими поставщиками и без существенных причин, например больших ценовых предпочтений, не будут даже часть своих объемов закупки переключать на нового поставщика. Ведь в будущем рыночная ситуация может измениться, например в пик сезона спрос превысит предложение, и тогда их прежний поставщик, обоснованно может указать им на их ненадежность и отказаться пойти навстречу. А основная прибыль формируется в период сезонного спроса.</p>
<p><b>2. Высокая степень репрезентативности охваченного массива респондентов.</b> Коммуникационные сообщения, направленные в адрес оптовых покупателей будут характеризоваться высокой степенью адресности. Это может быть целевая рассылка информационных материалов; устройство презентаций, форумов и дней клиента; приглашение посетить само предприятие или фирменный выставочный стенд;</p>	<p><b>2. Высокие удельные финансовые и временные затраты на продвижение.</b> Высокая степень адресности коммуникационных сигналов требует существенных затрат в расчете на одного респондента. Участие в специализированных выставках, организация презентаций и демонстраций, организация личных деловых визитов требует значительных средств, времени и привлечение кадровых ресурсов. Также данная</p>

<p>участие в контактно – кооперационных биржах; организация личных деловых визитов; устройство демонстраций, публичных испытаний и пр. Соответственно респонденты, охваченные данными средствами коммуникации, будут либо реальными покупателями, либо обладать реальной возможностью приобрести нашу продукцию.</p>	<p>коммуникационная политика влечет за собой большое количество косвенных финансовых затрат: аренда выставочных площадей; командировочные и транспортные расходы; оплата гостиниц; организация приемов; сувенирная продукция; презентационные и представительские расходы.</p>
<p><b>3. Наличие потенциальной возможности быстрого увеличения объемов реализации продукции.</b> Мотивация оптовых покупателей посредством акцентирования на них коммуникационной политики может позволить реально увеличить объем продаж не только в среднесрочном, но и в краткосрочном периоде. Ведь оптовые покупатели одновременно приобретают значительные объемы продукции, при этом могут быстро среагировать на наш коммуникационный сигнал. Поскольку продукция строительных материалов обладает высокой степенью унификации, а соответственно и взаимозаменяемостью, то промышленные покупатели могут быстро заменить именно нашими товарами долю в своей структуре закупок продукции других производителей. Так наш покупатель при производстве своих бетонных изделий может использовать цемент любого производителя; в стеклопакетах можно использовать различное полированное стекло; при возведении или утеплении стен можно использовать разные стеновые и теплоизоляционные материалы.</p>	<p><b>3. Возможная дихотомия интересов оптового покупателя и предпочтений конечного потребителя.</b> Акцентируя коммуникационную политику исключительно на оптовых покупателях, производитель рискует стать заложником альтернативной коммуникационной стратегии своих конкурентов, направленной на конечных потребителей. Если конечные потребители начнут высказывать предпочтение или даже требовать у производителя строительных конструкций и объектов, чтобы при производстве и комплектации, приобретаемых ими конструкций использовались именно конкретные конкурентные торговые марки строительных материалов, тогда оптовые покупатели будут вынуждены поддаться диктату конечного потребителя. Естественно, отстаивая свои коммерческие интересы, они могут дифференцировать ценовую линейку, градировать сроки поставки, но в конечном итоге объемы закупок нашей продукции могут быть существенно снижены. Все будет определять реальный уровень рычагов влияния конечного потребителя.</p>
<p><b>4. Возможность реальной оценки эффективности реализации коммуникационной политики.</b> Вследствие того, что коммуникационная политика, направленная на оптовых покупателей обладает высокой степенью адресности, имеется реальная возможность установить причинно – следственную связь между конкретным коммуникационным сигналом производителя и динамикой уровня спроса со стороны того или иного респондента. Даже если устраивались общие коммуникационные мероприятия, направленные на все сегменты оптовых покупателей, мы сможем проследить последующую динамику заказов и отгрузок в адрес каждого из охваченных респондентов. Если же коммуникационные мероприятия носили точечный характер, то предприятие уже будет четко знать, от каких оптовых покупателей можно в ближайшее время ждать отклика. Если же на результаты коммуникационной политики будут оказывать активное воздействие динамично изменяющиеся факторы внешней среды, то производитель сможет сопоставить уровень коммуникационной активности и уровень изменения факторов внешней среды и более реально оценить достигнутые результаты.</p>	<p><b>4. Сложности при создании бренда предприятия – производителя.</b> Промышленные потребители продукции являются профессиональными потребителями, и они стремятся осуществлять свои закупки, не исходя из оригинальности и убедительности коммуникационных сигналов, а ориентируясь на соответствие закупаемой продукции внутренним производственным требованиям, уровень цены и условия оплаты. Естественно, в любой даже в организованный процесс закупки будет вмешиваться человеческий фактор, который поддается мотивированию посредством направленной коммуникационной политики, но его влияние будет не высоко. Промышленный покупатель изначально не склонен переплачивать, если ему важно исключительно соответствие закупаемой продукции ГОСТу или ТУ. Он может даже отдать предпочтение менее известной, но зато более дешевой торговой марке. Бренд объективно может влиять на оптовую закупочную цену, только когда его ценность разделяет конечный потребитель, который осуществляет стимулирование оптовых покупателей снизу тем, что готов платить более высокую цену за товар конкретного производителя.</p>

Источник: собственная разработка

Таким образом, не смотря на тот факт, что именно сегмент оптовых покупателей является реальным клиентом производителей строительных материалов, акцентирование усилий в области коммуникационной политики исключительно на данном сегменте, может не принести предприятию желаемого коммерческого результата. Производителю необходимо четко представлять те цели, которых он хочет достичь в ходе проведения коммуникационной компании и учитывать всю совокупность аспектов, которые могут обусловить, как положительные, так и отрицательные маркетинговые последствия.

Учитывая все вышеизложенные принципы и факторы, определяющие специфику реализации коммуникационной политики в адрес оптовых покупателей, производители строительных материалов смогут более взвешенно и всесторонне планировать и реализовывать стратегию коммуникации. Это позволит нивелировать потенциальные экономические потери.

#### Список использованных источников

1. Бердин, А. Ю. Организация товаропроводящих сетей предприятия как базовая составляющая стратегического планирования маркетинга / А. Ю. Бердин // Потребительская кооперация. – 2010. – № 2. – С. 17–21.
2. Глубокий С. В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий, 2008. – 376 с.

## СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Н.О. Вербицкая

доцент кафедры маркетинга

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

В настоящее время актуальность медиапланирования, как отдельного направления в маркетинге не вызывает сомнения. Имеет свои отличительные особенности и специфика использования медиапланирования в интернете. В основном это обусловлено характеристиками наличия целевой аудитории рекламной кампании в интернете. К сожалению, рекламные кампании нацеленные на более возрастную сегмент аудитории не могут быть охвачены только интернет-рекламой. Поэтому выбирая средства рекламирования в первую очередь следует определить их доступность для целевой аудитории. Если же говорить только про медиапланирование в интернете, то наиболее существенный фактор, влияющий на выбор того или иного средства рекламирования в первую очередь зависит от таких параметров, как тип целевой аудитории и ее размер.

Тип целевой аудитории – главный фактор, от которого зависит конструкция рекламной кампании в Интернете. Как тип цели кампании определяет конструкцию сайта или сайтов, так виды, инструменты, места для размещения и методы рекламы в Интернете будут определяться целевой аудиторией (или целевыми аудиториями) компании. Ключом для размещения рекламы является описание целевой аудитории, на которую эта реклама рассчитана.

Самый правильный способ определения целевой аудитории – это исследование спроса и возможностей компании, с последующим позиционированием нового продукта на ту аудиторию, которая была определена исследованием. Чем больше целевая аудитория, а следовательно, ее доля в общей аудитории Рунета, тем легче эту аудиторию охватить. Поэтому, второй фактор, оказывающий влияние на медиапланирование, – размер целевой аудитории как обратная сторона ее достижимости. Условно можно разделить все целевые группы на два типа: большая целевая аудитория, которая составляет проценты от всех пользователей Интернета, то есть сотни тысяч человек или больше, а также малая целевая аудитория – десятки тысяч человек и меньше.

Несложно догадаться, что комбинация признаков даст нам четыре типа целевой аудитории.

1. **БОЛЬШАЯ РАССЕЯННАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** Такая аудитория состоит как минимум из сотен тысяч человек и равномерно распределена по всему Интернету, то есть нет одного или нескольких тематических сайтов, где можно найти почти всю эту аудиторию. Примеры: абитуриенты, пользователи сотовой связи, потребители пива, покупатели компьютеров, бытовой техники, памперсов.

2. **БОЛЬШАЯ КОНЦЕНТРИРОВАННАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** Это тоже сотни тысяч человек, но большинство из них можно обнаружить на одном или нескольких тематических сайтах. Примеры: автомобилисты, которые смотрят карты и пробки, покупатели сотовых телефонов, клиенты выездного туризма, клиенты ипотечного и автокредитования, потенциальные покупатели автомобилей, покупатели серверов.

3. **МАЛАЯ КОНЦЕНТРИРОВАННАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** Десятки тысяч пользователей (это могут быть тысячи и даже сотни пользователей), которых можно обнаружить на одном или нескольких тематических сайтах. Примеры: если покупатели автомобилей – это *большая* концентрированная аудитория, то покупатели автомобилей Volvo – это *малая* концентрированная аудитория, посетители театров (в отличие от всех людей, которые ищут вечерние развлечения), работодатели (в отличие от людей, которые ищут работу) и т. д. В общем случае малая концентрированная целевая аудитория – это нишевой сегмент большой концентрированной целевой аудитории.

4. **МАЛАЯ РАССЕЯННАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** Десятки тысяч пользователей или меньше, которых «нигде нет», то есть нет такого места, где можно было бы сразу всех найти. Это наиболее часто встречающийся вид целевой аудитории, с которой почти наверняка придется столкнуться любому маркетологу. Аудитория, почти сплошь состоящая из «неуловимых пользователей», – это заказчики строительного оборудования, потребители систем автоматизации управления, потребители услуг грузовых автоперевозок, покупатели картин. [1, с 45]

Используя эти два параметра, можно подобрать оптимальные средства интернет-рекламирования, которые в полной мере охватят выбранный целевой сегмент. Используя теорию и практику медиапланирования можно сказать, что для каждой из ранее определенных аудиторий есть свой набор средств интернет-рекламы:

– для большой рассеянной аудитории – это реклама в крупнейших поисковых системах и социальных сетях;



- для большой концентрированной аудитории – это реклама в почтовых рассылках для подписчиков сайтов, реклама на тематических сайтах и медийная реклама с таргетингом по социально-демографическим признакам;
- для малой концентрированной аудитории – это баннеры с поведенческим таргетингом по поисковым словам и тематическим сайтам. Контекстная реклама, в том числе и контекстная реклама с поведенческим таргетингом. Оптимизация для поисковых машин;
- для малой рассеянной аудитории- контекстная реклама по ключевым словам, включая рекламу с поведенческим таргетингом. Медийная реклама с поведенческим таргетингом по тематическим сайтам и поисковым запросам. Оптимизация по ключевым словам для поисковых машин. PR, включая работу в блогах и очень ограниченную работу в социальных сетях. [2, с 108]

Учитывая данные параметры можно построить достаточно эффективные графики макро- и микропланов, используемые в классическом медиапланировании.

#### **Список использованных источников**

1. Данько, Т. П. Управление Интернет-маркетингом: учеб. пособие / Т. П. Данько. – М. : Инфра-М, 2007. – 345 с.
2. Алексунин, В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учеб. пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. – М. : Дашков и К, 2010. – 450 с.

## **ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ С ЦЕЛЬЮ ПРИНЯТИЯ ГРАМОТНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ**

**Н.А. Галабурдо,**

старший преподаватель кафедры маркетинга

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Основными заявленными принципами маркетинговой деятельности практически любого предприятия являются именно те, которые во главу ставят потребителя.

- потребитель – «король»;
- ориентация деятельности фирмы на конечного потребителя;
- производить то, что продается, а не продавать то, что производится;

Еще великий американский маркетолог Ф.Котлер определил маркетинг, как вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Множество иных определений маркетинга предусматривают его как деятельность, направленную на доведение товара от сферы производства до сферы потребления; науку, изучающую, какие товары и в каком количестве следует производить, как выгоднее и быстрее сбыть (продать) товар с меньшим риском, оптимальными затратами и максимально возможной прибылью; систему управленческой, регулирующей и исследовательской деятельности, направленной на эффективное доведение товаров от сферы производства до сферы потребления и др.

На основании уже рассмотренных определений маркетинга, можно констатировать отдельное существование маркетинговых принципов и реальной маркетинговой деятельности фирм (организаций). Даже при столь казалась бы ясной необходимости учета потребительского мнения, многие фирмы стремясь получить прибыль, ориентируются исключительно на быстрый и выгодный сбыт, с минимальными затратами и рисками, что само собой предопределяет поверхностное изучение потребителя и его мнения.

При этом, условия существования фирм с каждым годом усложняются, что признают практически все руководители. Так по данным недавно проведенного IBM глобального исследования, 1500 опрошенных генеральных директоров самую большую трудность для своих предприятий видят в необходимости адаптироваться к все более сложной бизнес-среде. Восемь из каждых десяти руководителей уверены, что деловая среда будет постоянно усложняться, но готовы к этому меньше половины из них. Кроме того, выяснилось, что, по мнению опрошенных, больше всего мешает компаниям: недостаточное понимание того, чего от них ждут потребители. Причиной сложившейся ситуации является именно поверхностное изучение потребителей. А значит, для любого бизнеса нет сейчас дела важнее, чем «влезть в душу» покупателя.

Именно поэтому многие компании начинают изучать желания и мотивы потребителей, полагаясь на «большие данные» и аналитику. Они получают невероятные подробности о своих рынках, но, правда, не в целом, а лишь об их отдельных «измерениях», поэтому общая картина получается далеко не полной, и она нередко вводит компании в заблуждение. На основании проведенных маркетинговых исследований и полу-

ченных данных с достаточно большой вероятностью, можно предсказать, на что в следующий раз «кликнет» потребитель и что он купит, но никакая количественная информация не объяснит, почему человек «кликнул» именно так или почему он купил именно это [1]. А если компании этого не знают, они с течением времени уже перестают приумножать свои прибыли, а в последующем констатируют факт ее снижения, причем на фоне развития и расширения ассортимента и казалось бы, на первый взгляд полной заботе о потребителе и решении его проблем.

В своем стремлении докопаться до глубинных мотивов тех или иных действий потребителей, анализируя огромные массивы информации, маркетологи и стратеги упускают из виду самое главное – человеческий фактор. В конце концов все потребители – люди. Они часто поступают иррационально и, бывает, сами не понимают, что ими движет. Но продавцы обычно руководствуются теми представлениями о своих покупателях, которые сложились в их компаниях под влияние корпоративной культуры, мнения руководства и поступающей бурным потоком информации, обширной, но несовершенной и следует отметить, что роль последнего обстоятельства все время растет.

В целях устранения возникающих проблем специалисты гуманитарии предлагают рассматривать потребителя не как абстрактного субъекта, который приносит компании прибыль, приобретая продукцию, а как конкретного человека, который имеет свой внутренний мир, культуру, физиологию и социальные представления. На этом, более глубоком уровне можно увидеть, что конкретно хочет потребитель. Такой способ изучения потребителя или решения бизнес-проблемы специалисты обозначили как «феномен» или феноменальный подход.

В основе феноменального подхода лежит изучение и познание сознания конкретных людей и максимально объективное их описание. Для изучения сознания потребителя, стандартные способов анализа его поведения: анализ данных о рынке, декомбинационный анализ, опросы, фокус-группы, не подходят, так как не дают объективных данных.

Так при проведении опроса, несмотря на личностный контакт с потребителем, полученная информация может быть ложной или недостоверной. Причиной тому является тот факт, что каждый человек стремится обозначить себя и свои действия, лучше чем он (они) есть на самом деле.

Ярким свидетельством того может послужить рассмотрение результатов переписи населения Республики Беларусь в 1999 и 2009 гг. (табл. 1).

Таблица 1

**Белорусское население по национальности и языку, на котором обычно разговаривают дома**

	Численность лиц данной национальности, тыс.чел.		Численность населения указавшего белорусский язык в качестве языка, на котором обычно разговаривают дома			
	1999 год	2009 год	1999 год		2009 год	
			численность, тыс.чел.	удельный вес, %	численность, тыс.чел.	удельный вес, %
Всего население, из них	10045	9503,80	3686,52	36,7	2853,01	28,4
Белорусы	8159	7957,25	3369,66	41,3	2073,85	25,4

Источник: [2].

Полученные в 1999 году результаты поразили всех – и специалистов, и само население. Все понимали, что более 41 процента населения фактически дома на белорусском языке не разговаривают. Но возникает вопрос, почему население давало такой ответ? Как показали дальнейшие исследования, необъективность ответов определялась психологическим фактором стыда. Людям было стыдно признаться, что будучи белорусами они разговаривают исключительно на русском языке. В 2009 году ситуация несколько изменилась, и процент населения разговаривающего дома на белорусском языке сократился на 15,9 процентных пункта. Причем данное снижение никак не связано с сокращением населения Республики, которое составило 5,38 процентных пункта. Таким образом, можно сделать вывод, что порядка 35,9 % населения поменяло свое мнение, что и отразилось на результатах в 2009 году, которые также не отражают объективной реальности. Следует отметить, что это достаточно большая разница, особенно если учесть последствия принятия маркетингового решения на основании казалось бы, фактических данных «из первых рук».

В целях принятия грамотного маркетингового решения, без изъяснов, предлагается пройти пятиступенчатый процесс:

1 ступень – Необходимо посмотреть на проблему глазами потребителя. Например, не ставить вопросы – Что делать, для увеличения объема продаж? Где искать новые источники роста? А поставить вопросы – Чего хочет потребитель?, Что приносит потребителю удовольствие? Какие покупки приносят потребителю удовольствие? Как потребитель проводит свой день? И др.

2 ступень – Сбор информации, с целью проверки оправданности основополагающих установок, посредством погружения в жизнь тех, кого фирма изучает и информация при этом собирается без каких-либо гипотез и построения заблаговременных предположений, о том, что фирме предстоит обнаружить.

3 ступень – Выявление закономерностей. На данной ступени самое главное – найти первопричину, источник, то есть обнаружить внутренние слои информации, которые сами по себе не раскрываются и на поверхности не лежат, а проявляются по мере выявления закономерностей.

4 ступень – Необходимо сформулировать основную идею (идеи), которая позволит решить основополагающую, глубинную проблему потребителя, о которой он не всегда говорит в слух, но изучение его поведения его же глазами, проживая жизнь вместе с ним, можно обнаружить, и при этом следует отметить, что полученные данные, очень часто поражают своей простотой, которая казалось бы, лежала на поверхности.

5 ступень – Воплощение идеи в конкретные дела, через производство продукта который будет удовлетворять потребителя, потому как создание этого продукта происходит можно сказать при участии потребителя.

Несмотря на вековое существование – исследования рынка, потребителей, разработанных и апробированных способов, у компаний возникают проблемы обусловленные отсутствием объективной информации о потребителе. Практическое использование феноменального подхода позволяет избежать многих ошибок и наладить такую деятельность компании, которая удовлетворит интересы всех сторон: производитель добьется поставленной цели – получение прибыли, потребитель – максимально удовлетворит свои потребности, причем как поверхностные так и глубинные.

#### **Список использованных источников**

1. Мадсберг Кристиан, Расмуссен Миккель. The Moment of Clarity Using the Human Sciences to Solve Your Toughest Problems / К. Мадсберг, М. Расмуссен // Harvard Business Review. – 2014. – № 3. – С. 81–89.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Перепись населения – Минск, 1999, 2015 гг. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.03.2015.

## **ИСХОДНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**Л.М. Гайдукевич,**

доктор ист. наук, доцент

**Е.А. Дурович,**

магистрант

*Белорусский государственный университет, г. Минск*

Индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей [1, 2]. Не существует перечня всех основных видов деятельности, которые она охватывает. Вместе с тем можно выделить следующие основные направления: размещение; общественное питание; перевозка; отдых (рекреация). При этом ведущая роль в комплексе предоставляемых индустрией гостеприимства услуг принадлежит гостиничному обслуживанию. С точки зрения бизнеса гостиница – это предприятие по производству и предоставлению услуг, обладающих определенными потребительскими свойствами и способных удовлетворить потребности гостей. Гостиничное предприятие состоит из ряда подразделений, предлагающих разнообразные услуги. Важнейшими из них, системообразующими для формирования гостиничного продукта являются размещение и предоставление питания.

Содержание услуги размещения состоит в том, что, во-первых, гостям предоставляются в пользование специальные помещения (гостиничные номера) и, во-вторых, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом (например, администраторами, горничными) гостиницы.

Услуги по предоставлению питания состоят в комбинации различных процессов: производственного приготовления блюд на кухне), торгового (продажа готовых к употреблению продуктов и напитков), сервисного (обслуживание гостей официантами в ресторанах, кафе, гостиничных номерах).

Характер предоставления услуг на гостиничном предприятии имеет многоотраслевое происхождение как по способу производства, средствам материально-технического обеспечения, так и по особенностям потребления и продвижения на рынок. Поэтому в условиях динамичного развития и усиления конкуренции на рынке услуг индустрии гостеприимства гостиничные предприятия широко используют маркетинговый инструментарий, позволяющий принимать обоснованные управленческие решения по привлечению и удержанию потребителей. На практике чаще всего это обеспечивается двумя способами: путем активного использования стратегий ценовой дифференциации; на основе формирования клиентоориентированной стратегии.

Широкое применение стратегий ценовой дифференциации связано с тем, что функционирование гостиниц связано с высоким уровнем постоянных издержек (амортизация основных фондов, заработная плата, значительные эксплуатационные расходы). Низкие же переменные затраты наряду с колебаниями спроса делают дифференциацию цен эффективным инструментом для сглаживания динамики спроса и обеспечения прибыли в краткосрочном периоде.

Дифференциация может быть: пространственной – гостиничный тариф устанавливается в зависимости от территориального расположения рынков сбыта; временной – гостиничный тариф устанавливается в зависимости от времени суток, дней недели или времени года; персонализированной – гостиничный тариф устанавливается с учетом специфики отдельных групп клиентов (например, для пенсионеров, детей, студентов, туристических групп и т.д.); количественной – гостиничный тариф устанавливается в зависимости от массовости приобретения услуг отдельным потребителем, частоты покупок и т.п.

Исходя из этого гостиничные предприятия активно используют следующие стратегии дифференцированного ценообразования [1,3].

Стратегия цены сегмента рынка заключается в наиболее полном приспособлении предложения гостиничных продуктов к заранее определенным различиям в спросе. Каждое решение по формированию цены должно учитывать реальные запросы и ожидания потребителей, а также их желание и готовность уплатить определенную сумму за предоставленные услуги. В качестве примера можно привести предложение в гостинице номеров различных категорий: бизнес-класса, эконом-класса, номера-апартаменты и т.д. За каждый вариант номера с клиента запрашивается своя отдельная цена. Применение подобной стратегии дифференциации цен позволяет гостиничному предприятию обслуживать различные сегменты потребителей и иметь за счет этого выгодное и устойчивое положение на рынке.

Стратегия гибких цен предоставляет широкие возможности разнообразить ценовое предложение предприятия индустрии гостеприимства, увеличить объемы продаж и стимулировать потребление предоставляемых услуг предоставляет стратегия гибких цен. Ценовая гибкость может проявляться, например, в различии гостиничных тарифов по периодам времени (например, на протяжении рабочей недели, в зависимости от сезона и т.д.). Гостиницы используют подобную стратегию, устанавливая более низкие цены на проживание в выходные дни, т.к. во многих отелях загрузка номерного фонда к концу рабочей недели уменьшается, а пик загрузки приходится на вторник, среду и четверг. Гибкие цены могут применяться по отношению к таким группам потребителей, как дети, студенты, пожилые люди, инвалиды. Гостиницы также дифференцируют тарифы для клиентов, приезжающих на отдых и с деловыми целями. Цены для особых случаев устанавливаются в честь каких-либо праздников, юбилеев гостиницы, предприятия питания и т.д. Для гостиничной индустрии особое значение имеет сезонная гибкость цен. Это предполагает их дифференциацию с учетом периодов высокого и низкого сезона, обусловленных сменой времен года, климатическими факторами.

Стратегия адаптации цены означает приспособление ценового предложения к условиям продаж: объему заказа, типу потребителя, условиям платежа. С этой целью применяются специальные тарифы: корпоративные или коммерческие, предлагаемые крупным компаниям, часто сотрудничающим с данной гостиницей; рекламные, предлагаемые с целью продвижения предлагаемых услуг организаторам конференций, туристическим агентствам и другим организациям, которые могут принести гостинице значительную прибыль в будущем; стимулирующие, предназначенные гостям из организаций близких сфере гостеприимства (авиакомпаний, туристических предприятий), которые могут потенциально оказывать ответные услуги; семейные, ориентированные на родителей с детьми; льготные, предназначенные для особых гостей (список таких гостей, как правило, утверждается руководством гостиницы).

Для успешной реализации дифференцированных ценовых стратегий необходимо выполнение следующих требований: целевые группы потребителей (сегменты рынка) должны иметь различную реакцию на цену; следует выявить различные виды сегментов и определить по отношению к ним дифференцированные цены; сегменты должны быть достаточно емкими – иначе подобное ценообразование не имеет смысла.

Использование такого широкого спектра гостиничных тарифов требует особой внимательности и гибкого управления ценовой политикой. Затраты на реализацию дифференцированных ценовых стратегий не должны превышать получаемых доходов.

Анализ практики функционирования отелей, активно использующих стратегии дифференцированного ценообразования, свидетельствует, что подобный подход не позволяет формировать длительные взаимоотношения с потребителями. Он, главным образом, привлекает клиентов, спрос которых отличается высокой ценовой эластичностью. Это означает, что у гостиницы практически отсутствует возможность удержания клиентов в условиях более привлекательных ценовых предложений конкурентов.

Перспективы же устойчивого развития предприятий, функционирующих в индустрии гостеприимства, заключаются не в краткосрочных результатах получения прибыли, а в разработке такой стратегии, которая обеспечивает достижение экономического эффекта и повышение конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Это может быть обеспечено за счет развития и углубления клиентоориентированного подхода к управлению предприятием [2,4,5].

Термин «клиентоориентированность» происходит от английского «customer-oriented»/«with a customer focus», что в переводе на русский означает «ориентированный на клиента». Четкого и однозначного определения данного термина в теории и практике менеджмента не существует. Исходя из анализа представленных в актуальных литературных источниках подходов [6–9], клиентоориентированность целесообразно рассматривать как способность предприятия извлекать дополнительную прибыль за счёт глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов. В данном определении не случайно сделан акцент на том, что это должна быть дополнительная прибыль (материальная или нематериальная). В ином случае, любое смещение внимания в сторону клиента, включая качественный сервис, может выдаваться за клиентоориентированность. Кстати, на практике зачастую именно так и происходит. Поэтому, например, многие гостиницы считают себя ориентированными на клиента. Но если в результате всех этих мероприятий предприятие не получает дополнительной прибыли или конкурентного преимущества, то понесённые затраты представляются неоправданными. Более того, они в большинстве случаев негативно сказываются на развитии бизнеса, так как отвлекают ресурсы от решения других задач в условиях динамично изменяющейся конкурентной среды.

На практике очень часто гостиницы, менеджменту которых нравится идея клиентоориентированности, называют себя таковыми или стараются таковыми казаться. Но «быть» или «казаться» имеет очень разную цену вопроса. Какое гостиничное предприятие можно действительно отнести к клиентоориентированному?

Во-первых, то, которое строит свою деятельность на идеологии маркетинга взаимоотношений, основополагающими идеями которого являются удовлетворенность и лояльность потребителей. Причем эти идеи понимают и разделяют все сотрудники, Они действительно являются образом мыслей и действий персонала.

Во-вторых, то, менеджмент которого понимает (и реализует) идею целостности клиентоориентированного поведения предприятия: без лояльных внутренних клиентов не может быть лояльных внешних клиентов. Если сотрудники высоко мотивированы, лояльны, а их самих менеджмент предприятия рассматривает и ценит как личности, то эта гостиница действительно сможет эффективно решить задачи достижения удовлетворенности и лояльности клиентов. Во всех остальных случаях останется лишь желание «казаться».

В-третьих, то, которое выстраивает соответствующую этим идеям и ценностям систему деятельности: внешняя среда предприятия (и, прежде всего, клиенты!) становится определяющей и приоритетной: события и изменения, происходящие с клиентами, определяют ход дальнейших событий во внутренней среде предприятия; идея предоставления клиентам лучшего выбора и стабильного обеспечения их ожиданий становится центром корпоративной философии (культуры) предприятия и его «ядерным» (основным) бизнес-процессом; положительное отношение и растущий интерес к предприятию, доверие и, как результат, лояльность клиентов рассматриваются в качестве важнейшего критерия эффективности деятельности предприятия.

К сожалению, между декларированием принципа клиентоориентированности и реализацией его на практике дистанция очень большая. Очень часто гостиницы, обеспечивающие высокий уровень сервиса и соблюдения персоналом стандартов обслуживания, не могут достичь высоких результатов с точки зрения удовлетворенности и лояльности клиентов.

Возникает вопрос: почему качественный сервис не является признаком клиентоориентированности бизнеса в индустрии гостеприимства? Дело в том, что, например, в гостинице можно добиться высокого качества сервиса (с точки зрения организации), доведённого до автоматизма (и автоматизированного), но не замечать при этом конкретного клиента. В этом случае приоритетом будут являться стандарты обслуживания, а не удовлетворенность клиента и его лояльность. Главное — точность, скорость, производительность, повторяемость. Практически это характеристики конвейера. Обратится ли клиент к услугам гостиничного предприятия повторно, решились ли его проблемы, удовлетворён ли он обслуживанием – такие вопросы остаются за кадром процесса «качественного сервиса».

Клиентоориентированный подход в современных условиях является ведущей парадигмой осуществления бизнеса в сфере услуг [4,10]. В этой связи актуальной задачей для отечественных предприятий индустрии гостеприимства становится формирование и реализация клиентоориентированной стратегии, обеспечивающей повышение эффективности их функционирования, рост доходности, оптимизацию бизнес-процессов и операционной деятельности.

Клиентоориентированная стратегия, на наш взгляд, – это одна из функциональных стратегий предприятия индустрии гостеприимства, направленная на формирование наиболее эффективной системы взаимодействия между ним и клиентами путем привлечения и удержания наиболее прибыльных из них путем обеспечения высокой степени их удовлетворенности и лояльности.

Согласно широко известному закону Парето (закон 80:20), основанному на статистических исследованиях, 20 % покупателей обеспечивают предприятию 80 % прибыли. Именно на удержание этих 20 % потребителей и должна быть нацелена Клиентоориентированная стратегия.

Следует отметить, что Клиентоориентированная стратегия имеет два аспекта. С одной стороны, ориентация на клиентов означает пристальное внимание к предпочтениям и пожеланиям клиентов, готовность

предприятия удовлетворять их потребности. Но, с другой стороны, работу с различными группами потребителей можно оценивать с точки зрения результатов, которые она приносит предприятию.

Клиентоориентированная стратегия нацелена на формирование портфеля клиентов, который позволит предприятию наиболее эффективно организовать бизнес-процессы в рамках существующих возможностей ситуации на рынке.

Деятельность по формированию клиентоориентированной стратегии невозможна без привлечения инструментов маркетинга. Для достижения положительного результата требуется наличие двух параллельных процессов: проведения маркетинговых исследований для определения реальных и потенциальных клиентов; исследования результатов взаимодействия предприятия с различными сегментами потребителей для выяснения, работа с какими из них может быть наиболее предпочтительной для предприятия и характеризуется максимальным эффектом.

Результатом осуществления этих двух процессов должно стать формирование клиентоориентированной стратегии предприятия, направленной на поиск наиболее предпочтительного портфеля клиентов, работа с которыми позволит предприятию поддерживать эффективность операционной деятельности в краткосрочном периоде, способствуя таким образом достижению долгосрочных стратегических целей.

Необходимо отметить еще одну важную тенденцию развития предприятия, которая формируется на основе клиентоориентированной стратегии. Задача формирования клиентоориентированной стратегии не поддается решению без применения современных технологий, в первую очередь, информационных. Анализ рынка, клиентов, бизнес-процессов требует обработки огромных массивов данных и сложных алгоритмов. Именно на современном этапе это становится не только принципиально возможным, но и практически реализуемым на основе CRM-систем (англ. *Customer Relationship Management*). Они представляют собой прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Основные принципы клиентоориентированной стратегии предприятия индустрии гостеприимства можно сформулировать следующим образом:

- сфокусированность на удержании клиентов. Так как наращивание доли рынка и привлечение новых клиентов становятся все более затратными, значительно более эффективным является рациональное использование потенциала уже существующей клиентской базы;
- индивидуальные коммуникации с клиентами. В условиях интенсивного развития современных информационных технологий становится реальным поддержание личностного интерактивного общения между предприятием и его клиентами с целью учета индивидуальных потребностей и особенностей каждого из них;
- основа сотрудничества – отношения, а не продукт. В связи с тем, что услуги становятся все более однообразными, основой для сохранения и развития сотрудничества между предприятием и его клиентами становятся долгосрочные взаимовыгодные отношения. Согласно результатам исследований, проведенных компанией *McKinsey*, в 68 % случаев причиной отказа клиентов от дальнейшего сотрудничества с компаниями является равнодушное отношение к ним со стороны персонала и лишь в 14 % – неудовлетворенность предлагаемыми услугами [10,11].

Внедрение клиентоориентированной стратегии в практику осуществления бизнеса обеспечивает предприятию индустрии гостеприимства ряд принципиальных преимуществ:

- повышение прибыльности (увеличивается частота и/или объем сделок и/или снижаются издержки по их осуществлению);
- получение ценной маркетинговой информации (клиенты становятся источником информации, которая позволяет принимать обоснованные управленческие решения в рамках реализации концепции маркетинга взаимоотношений);
- продвижение бизнеса (клиенты рекомендуют предприятие другим потребителям);
- выстраивание системы отношений (непрерывный процесс привлечения клиентов, их вовлечения, сопровождения и развития), направленной на формирование лояльности потребителей и долгосрочные (в противовес разовым сделкам) отношения с ними;
- соблюдение баланса интересов предприятия и удовлетворенности потребителей (на основе изучения покупательского спроса и поведения конкурентов предоставляется возможность предложения клиентам различных вариантов взаимовыгодного сотрудничества в зависимости от их значимости для предприятия и стадии, на которой находятся отношения);
- снижение затрат на привлечение клиентов (путем повышения уровня лояльности и удержания наиболее прибыльных из уже имеющих);

- совершенствование системы управления (за счет включения в бизнес-процессы «воспроизводства» клиентов всех подразделений и ресурсов предприятия);
- достижение согласованности действий различных структурных подразделений предприятия (целевая установка на клиентоориентированность транслируется на всех сотрудников, позволяя разрешить противоречия, связанные с межфункциональным взаимодействием. Так, например, в гостиницах традиционно выделяются два типа подразделений: «внешние» (англ. front-office), которые напрямую взаимодействуют с клиентами (например, службы приема и размещения, продаж, маркетинг) и несут ответственность за результат этого взаимодействия, и «внутренние» (англ. back-office), которые напрямую с клиентами не взаимодействуют (например, юридическая служба, бухгалтерия) – их интересы могут быть совершенно не связаны с интересами клиентов. При этом способность гостиничного предприятия удовлетворить на высоком уровне потребности клиентов в значительной степени зависит именно от работы «внутренних» подразделений. Внедрение клиентоориентированного подхода позволяет повысить согласованность действий «внутренних» и «внешних» подразделений за счет понимания общих стратегических целей и смещения фокуса сотрудников с интересов подразделения на интересы гостиницы в целом);
- повышение мотивации и готовности сотрудников к инициативным действиям, направленным на достижение высокой степени удовлетворенности клиентов и обеспечения их лояльности гостиничному предприятию и предлагаемым им услугам.

Если рассматривать клиентоориентированную стратегию в качестве источника конкурентного преимущества предприятия индустрии гостеприимства, то, согласно М.Портеру [12], здесь речь идет о дифференциации, состоящей в предоставлении более высокой потребительской ценности за счет построения доверительных отношений с клиентами. Взаимоотношения компании с клиентами создают дополнительную потребительскую ценность способами, не поддающимися воспроизведению конкурентами. Взаимоотношения компании и клиентов являются уникальной субстанцией, сымитировать которую практически невозможно. Именно благодаря этому факту клиентоориентированная стратегия обеспечивает формирование устойчивого конкурентного преимущества предприятия индустрии гостеприимства.

Для достижения максимального эффекта на пути к реализации клиентоориентированной стратегии все виды деятельности и ресурсы предприятия индустрии гостеприимства, а также система его функционирования должны быть подчинены идее предоставления максимальной ценности клиентам выбранного в результате тщательных маркетинговых исследований целевого рынка, а организационные изменения, направленные на повышение степени клиентоориентированности бизнеса, носить системный, а не одномоментный характер.

#### **Список использованных источников**

1. Кнышова, Е. Н. Менеджмент гостеприимства / Е. Н. Кнышова. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 512 с.
2. Чудновский, А. Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учеб. пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова – М. : ФОРУМ, 2011. – 401 с.
3. Сивчикова, Т. Ю. Индустрия гостеприимства: учеб. пособие / Т. Ю. Сивчикова, Н. С. Носова. – М. : ИТК «Дашков и К», 2013. – 272 с.
4. Буранцева, Э. Р. Современные маркетинговые стратегии международных гостиничных компаний / Э. Р. Буранцева. – М. : Изд-во «Книжный дом Университет», 2010. – 328 с.
5. Турковский, М. Маркетинг гостиничных услуг: пер. с польск. / М. Турковский. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 296 с.
7. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учеб. пособие / Н. А. Зайцева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 368 с.
8. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2007. – 493 с.
6. Гордейко, С. Г. Управление клиентским портфелем на основе жизненного цикла клиентов / С. Г. Гордейко // Клиентинг и управление клиентским портфелем. – 2013. – № 4. – С. 278–286.
7. Яшина, О. В. Стратегия клиентоориентированности корпорации как вызов времени / О. В. Яшина // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2013. – № 2. – С. 46–52.
8. Кнышова, Е. Н. Менеджмент гостеприимства / Е. Н. Кнышова. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 512 с.
9. Лунев, В. В. Проблемы формирования клиентоориентированного подхода в торговых организациях / В. В. Лунев // Финансово-экономическая стратегия. – 2014. – № 3. – С. 41–46.
10. Дурович, А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2006. – 632 с.
11. Хлебович, Д. И. Сфера услуг: маркетинг: учеб. пособие / Д. И. Хлебович. – М. : КноРус, 2007. – 240 с.
12. Портер, М. Конкурентное преимущество. Как достичь результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 720 с.

## РОЛЬ РЕКЛАМЫ КАК СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. Герасимович

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312.

Руководитель: **Л.П. Хлюст**, доцент кафедры маркетинга  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Глобализация является спорным вопросом для бизнеса и правительств во всем мире. Мы узнаем о глобализации в основном через её последствия. Она немного похожа на электричество – мы не видим его, но мы, конечно, ощущаем, что оно делает.

Глобализация может быть описана как процесс, посредством которого люди мира объединяются в единое сообщество и функционируют вместе. Этот процесс представляет собой сочетание экономических, технологических, социально-культурных и политических сил. Это движение людей, товаров, капитала и идей из-за увеличения экономической интеграции.

Глобализация является спорным вопросом в основном потому, что различные группы интерпретируют её по-разному. Для противников глобализации это угрожающее слово. Они представляют этот процесс как погоню крупных транснациональных корпораций, доминирующих в мире, за все более высокой прибылью. Многие группы находятся под давлением страха, что глобализация угрожает окружающей среде, а также национальным культурам. Они предсказывают, что она сделает богатые страны богаче, а развивающиеся страны беднее. Но сторонники глобализации придерживаются другой точки зрения. Они считают, что увеличение свободной торговли между странами будет залогом процветания и экономического роста для всех стран и предприятий.

Сейчас, пожалуй, нет другой проблемы общественного развития, которая привлекала бы столь пристальное внимание ученых-экономистов, политологов, социологов, культурологов, экологов – как проблема глобализации. Она стала предметом серьезных научных исследований, жарких дискуссий и столкновения мнений.

Сегодня очень важным является осознание того, что глобализация есть главная доминирующая, причем непреодолимая, тенденция нашего времени, которая сметет любое противодействие. Игнорировать ее, противопоставляя ей по недостаточному знанию или непониманию региональные проблемы и интересы, означает исключить себя из истории. Более того, погружение в собственные дела без учета глобальной сущности современных экономических и политических процессов – есть политика самоликвидации. Поэтому необходимо наряду с пониманием неизбежности втягивания в глобальные процессы интеграции, принимать глобализацию и самое главное – участвовать в ней.

Что касается маркетинговых коммуникаций в условиях глобализации, то, надо заметить, что они также претерпевают существенные изменения. Выделяют основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций:

1. Реклама;
2. Стимулирование сбыта;
3. Связи с общественностью;
4. Личная продажа;
5. Прямой маркетинг.

Реклама – двигатель прогресса. Этот девиз известен практически всем. Такое мнение разделяют все производители, поэтому они стремятся прорекламировать свой продукт. Каждый день мы сталкиваемся с рекламой. Она вещает нам из телевизора, постоянно прерывает радиоэфир, доносится из динамиков в различных супермаркетах и на улице.

Существует предположение, что реклама появилась с первым в мире продавцом. Каждый, кто желал сбыть свой товар, расхваливал его, называл лучшим среди подобных. Это и есть самый примитивный вид рекламы. Постепенно человечество росло и развивалось. Вместе с ним развивалась и реклама. Сделанная грамотно и тонко, она помогала продать товар. Грубая и безграмотная реклама, наоборот, могла оттолкнуть покупателей.

В цивилизованном мире нет ни одного человека, у которого не сложилось бы то или иное мнение о рекламе, а, следовательно, у потребителей отношение к этому «двигателю прогресса» достаточно неоднозначно. Большое количество рекламных роликов раздражают своей безграмотностью, глупостью, грубостью, бестактностью, низким качеством. Некоторые виды продукции должны рекламироваться только в



определенных местах. Например, реклама средств гигиены и различных медицинских препаратов должна находиться в аптеках, а не «крутиться» по центральным каналам телевидения.

Посредством рекламы можно сформировать в обществе то или иное отношение к товару, процессу и даже потребителям. Например, реклама достаточно вкусного шоколадного батончика Nuts. Очень не приятно то мнение об уровне интеллекта подростков, которое навязывается рекламой этого продукта. На самом деле, не всегда и не все подростки обладают таким скудным словарным запасом, как это пытаются показать во многих роликах. Посмотрев ту или иную рекламу, может сложиться мнение, что молодое поколение просто деградирует и «вымирает».

Раздражают некоторые рекламные слоганы. Создается впечатление, что их авторы всю жизнь говорили на каком-то ином, совсем не русском языке. Обидно, что люди забывают о том, как важна для каждого человека грамотная, правильная речь.

Периодически не самая плохая реклама начинает безумно раздражать зрителей или слушателей. Это происходит оттого, что она с невероятной частотой появляется на экране или слышится из динамиков, прерывая самые интересные фильмы и передачи.

Не стоит забывать, что реклама воздействует на нас не только с экранов телевизоров, но и со страниц различных печатных изданий. Стоит раскрыть любую газету или журнал, как оттуда на нас обрушивается поток рекламы. И далеко не вся она высокого качества. К сожалению, многие рекламодатели обращают внимание лишь на яркость, красочность, карнавальность рекламных статей, полностью игнорируя их уровень и качество. На фотографиях можно увидеть множество обнаженных тел, никак не оправданных рекламируемым продуктом.

Печатной рекламой забивают половину объема издания. Становится очень обидно, когда покупаешь пухлый журнал в надежде на обилие интересных статей, а вместо этого видишь невероятное обилие рекламы.

Но, безусловно, не все в рекламе так плохо. Временами ее можно назвать своеобразным произведением искусства. В Каннах каждый год проводится фестиваль рекламы, где показывают лучшие ролики со всего мира. Очень интересная реклама, наполненная хорошим юмором. Особое внимание притягивают рекламные ролики, в которой участвуют животные, малолетние дети, из уст которых звучит добрый юмор. Очень порадовал ролик, в котором звучало стихотворение Блока «Ночь, улица, фонарь, аптека...». Бывает, что рекламный ролик так увлекает, что уже не помнишь, что он рекламировал.

Особое отношение складывается в обществе к социальной рекламе. Она не призывает приобрести ту или иную продукцию, а напоминает людям о проблемах, существующих в обществе. Например, реклама Greenpeace напоминает человечеству о том, что оно должно заботиться об окружающей среде. Каждое животное в этом мире имеет такое же право на жизнь, как и человек. Очень полезны ролики, говорящие о проблеме наркомании. Некоторые из них действительно заставляют задуматься об этой серьезной опасности.

В печатных изданиях периодически попадает качественная реклама с красивой и интересной съемкой. Некоторую рекламу можно даже назвать шедевром фотографии.

Однако, существуют незаконные способы воздействия рекламы на подсознание. Оказывается, некоторые создатели рекламных роликов используют не только двадцать пятый кадр, который достаточно легко вычислить, но и скрытые звуки, воздействующие на психику человека. Конечно, такая реклама противозаконна. Мало того, она опасна, особенно для детей.

Современной рекламе временами не помешали бы определенные рамки приличия. Очень важно помнить о «чистом» русском языке. Речь каждого человека и так засоряется большим количеством слов-паразитов. Поэтому пропаганда сленга с экранов совершенно излишня. Очень хотелось бы, чтобы реклама вышла на такой уровень, когда ее с полным правом можно будет назвать самостоятельной сферой искусства.

Глобальная реклама – это передача одного и того же сообщения потребителям во всем мире. Глобальные рекламные агентства могут действовать при осуществлении глобальной рекламной кампании, которая передает одно и то же послание каждому рынку, независимо от его географического положения. Подобная стратегия хорошо действует для продуктов с унифицированным образом, который в любой стране используется и воспринимается одинаково.

Сложнее построить глобальную стратегию рекламы товаров идентифицирующихся в разных странах по-разному. Примером может послужить компания Nestle, которая столкнулась с трудностями в продвижении своей линии кофе Nescafe в разных странах. Япония – страна с "чайной культурой"; во Франции, Германии и Бразилии любят молотый кофе, в Великобритании – растворимый. Компания Nestle вышла из этой ситуации следующим образом: она решила продавать скорее "кофейность", чем кофе. Делая в рекламе упор на аромат и чувства, связанные с "кофейностью" и позволяя потребителям самим решать, что значит для них кофе, Nescafe преодолел культурные различия и связал в единое целое рекламу в 50 странах.

Глобальному подходу в рекламе лучше всего соответствуют следующие специфические характеристики:

1. Сообщение основано на сходстве образа жизни;
2. Реклама апеллирует к основным человеческим нуждам и эмоциям;
3. Товар удовлетворяет универсальные потребности и желания.

Однако мультинациональные корпорации сталкиваются с необходимостью выбирать между эффективностью стандартизированной рекламы и чувствительностью к культурным нюансам локальных компаний. Следуя этим противоречиям некоторые глобальные рекламы, будучи стандартизированы для всего мира, используют языки или стереотипы, чтобы поддержать чувства, связанные с особенностью продукта. Так, дистрибьютор одной очень популярной марки замороженного картофеля адаптировал свою рекламу к местным вкусам и нормам немецкого рынка следующим образом: телевизионная реклама показывала картофель, сервированный на обеденном столе рядом со стаканом пива. Во Франции эту же самую рекламу следовало бы показывать с традиционно подаваемым к обеду вином.

Также мировые компании должны учитывать и проблемы, возникающие из-за неправильного перевода. В Бангкоке рекламная вывеска у входа в химчистку призывает: «Снимите брюки здесь для лучшего результата». Надпись в норвежском коктейль-баре предупреждает: «Просим дам не иметь детей в баре». Фраза «живи с пепси» при переводе на немецкий язык прозвучала как «выйди живым из могилы», а на китайском языке как «пепси поднимет из могилы ваших предков». Рекламное обращение «Нужна крепкая рука, чтобы вырастить курицу с нежным мясом» перевели на испанский язык, получилось «только сексуальный мужчина сделает курицу любящей». С целью адекватного декодирования рекламного послания необходимо всестороннее изучение особенностей территории, языка, традиций, обычаев и так далее.

Подводя итог, можно сказать, что в мире заметно усиление глобального характера рекламы. Создатели рекламного продукта констатируют, что в XXI веке реклама будет ориентирована на чувства человека и на пространственно-временные изменения либо действия. И таким образом, тенденция глобализации рекламы приобретает устойчивость во всем мире.

### Список использованных источников

1. Боголюбов, Л. Н. Человек и общество : учеб. пособие по обществознанию для учащихся 11 кл. общеобразоват. учреждений. / под ред. Л. Н. Боголюбова, А. Ю. Лазебниковой. – М. : Просвещение, 2006. – 270 с.
2. Нижников, С. А. Глобальные проблемы современности. Философия : курс лекций / С. А. Нижников. – М. : изд-во «Экзамен», 2006. – 383 с.
3. Человек и общество. Современный мир : учебное пособие для учащихся 11 классов общеобразовательных учреждений / под ред. В. И. Купцова. – М. : Просвещение, 2000.

## ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В РЕКЛАМЕ

**О.В. Обыденникова, А.С. Гладкая,**  
студенты 3 курса, специальность «Маркетинг», группа 1213.,  
Руководитель: **Н.О. Вербицкая**, доцент кафедры маркетинга  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*  
*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

*Весь мир – театр.  
В нем женщины, мужчины – все – актеры.  
У них свои есть выходы, уходы,  
И каждый не одну играет роль.  
Вильям Шекспир*

Использование гендерных стереотипов в рекламе носит актуальный характер в современных условиях. Об этом свидетельствует частое изучение поднятых вопросов. Актуальным вопросом на сегодняшний день являются такие вопросы как: «Каким образом гендерное поведение влияет на рекламу?» и «Что определяет гендерное поведение в обществе между мужчинами и женщинами?»

Гендерные стереотипы — это социально разделяемые представления о личностных качествах и поведенческих моделях мужчин и женщин, а также о половой специфике социальных ролей [1, 34].

Жизнь современного человека немыслима без рекламного фона, который является все более очевидным, более активным и действующим. Реклама, проникающая и проникающая во все сферы общества, активно воздействует на его социальные институты и оказывает значительное влияние на социальное поведение живущих в нем людей. Реклама передает информацию не только о товарах, изделиях, услугах, рынках, но и об общественных, политических и других типах отношений в обществе, его культурных конструкциях, в том числе и о межличностных взаимоотношениях мужчин и женщин.

В психологии принято разделять понятия пола и гендера. Говоря о гендере, мы подразумеваем мужчину и женщину в определенных общественных институтах, таких, как семья, политика, экономика, образо-

вание и накладываем на мужчин и женщин уже определенные гендерные роли, которые они играют в обществе [3, 67].

Были выделены наиболее стереотипные черты мужчины и женщины, которые можно применить при разработке рекламы женских и мужских образов. Чаще всего, чертами типичного мужчины являются агрессивность, предприимчивость, доминантность, независимость, эмоциональная закрытость, деловитость, самодостаточность. Чертами типичной женщины в основном являются тактичность, направленность на общение, нежность, разговорчивость, заинтересованность собственной внешностью, потребность в защите, спокойствие. Такие психографические портреты между мужчинами и женщинами создаются в современном обществе. Реклама не должна отходить от них, а напротив транслировать через невербальное поведение персонажей, графическо-образное изображение, тщательно прописывать сценарии рекламных роликов, опираясь на подсознательный уровень.

В рекламах в основном используются такие женские образы, которые будут соответствовать общественным стереотипам:

- 1) образ хранительницы домашнего очага (Tefal, Mr.Proper, Tide и др. );
- 2) образ легкомысленной красавицы, которая с легкостью справляется с любой ситуацией, ведет активный образ жизни, задействуется при рекламировании косметики, парфюмерии, одежды, аксессуаров, обуви, напитков, спорта (Lacoste Touch of pink, Maybelline, Coca-Cola и др.);
- 3) образ бизнес-леди ( Samsung D500, Dior, Prada, Chanel, D&G) [2, 67].

В рекламе, предназначенной для мужской аудитории, применяются как мужские, так и женские образы, но они несут другое значение:

- 1) образ соблазнительной женщины, с минимальным количеством одежды, используется при продвижении всех товаров и услуг (Axe, Eclipse);
- 2) образ преданной и любимой женщины, направленный на рекламирование товаров для пары, используется в рекламах сигарет, сотовых телефонов, операторов, парфюмов (Nokia, Solliden Him Oriflame, L&M, MTC);
- 3) образ делового бизнесмена (часы TISSOT, автомобили);
- 4) образ храброго героя (Old Spice, Eclipse).

Реклама, направленная на мужскую аудиторию, должна быть не столь насыщенной по цвету, более простой и понятной визуально, важно обратить внимание на разумные, рациональные доводы рекламного текста в виде руководства по применению или инструкции, которые должны быть представлены визуально, так как мужчины хуже воспринимают информацию на слух. Для женщин большее значение имеют контраст, цветовые оттенки, яркость, они способны воспринять одновременно несколько объектов, реклама должна быть эмоционально окрашенной.

Особенность стереотипов такова, что они настолько прочно проникают в подсознание, что их очень трудно не только преодолеть, но и осознать вообще. Говоря о стереотипах, можно провести аналогию с айсбергом, только небольшая часть которого находится на поверхности, что делает его крайне опасным и разрушительным. Они являются барьерами на пути к нашему восприятию. Все мы в большей или меньшей степени являемся их заложниками, в условиях равноправных позиций женщин и мужчин в политической, экономической и культурной сферах – гендерного равенства.

#### **Список использованных источников**

1. Грошев, И. В. Рекламные технологии гендера / И. В. Грошев // *Общественные науки и современность*. – 2009. – № 4. – С. 185.
2. Дударева, А. А. Рекламный образ. Мужчина и женщина / А. А. Дударева. – М. : АспектПресс, 2013. – 250 с.
3. Технология производства рекламной продукции: учеб.-метод. пособие / Н. О. Вербицкая – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – 104 с.

## РАЗНОВИДНОСТЬ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ – PRODUCT PLACEMENT

**И.В. Говорень**

старший преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

С каждым днём становится всё сложнее и сложнее привлечь внимание к рекламе. Теряет своё влияние на потребителя традиционная реклама в СМИ и становится менее эффективной. У потребителей рекламы выработался особый «иммунитет» против навязчивой рекламы. Как только на телевидении начинается реклама, многие телезрители переключают каналы или вовсе уходят заниматься другими, более важными делами. Поэтому, рекламистам приходится быть всё более изобретательными и находить новые, более эффективные формы рекламных коммуникаций. Одним из «новых» направлений в рекламе является Product Placement.

Профессор в области маркетинга **Филипп Котлер** считает, что product placement представляет собой технологию размещения рекламы, которая применяется продюсерами в кинофильмах для продвижения товара, и выделяет два основных способа подобного продвижения: первый – товар или торговая марка просто появляется в кадре, второй – когда герои в кадре используют тот или иной продукт по его назначению.

**Product placement** (дословный перевод – размещение продукции) — приём неявной (скрытой)рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах — имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт, либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве.

Product Placement впервые начали применять в США еще в первой половине XX века, и в настоящее время ни один голливудский блокбастер не обходится без опосредованной рекламы в виде демонстрации на экране продукции или логотипов тех или иных производителей.

Как не удивительно, но Product Placement можно заметить еще в советских кинолентах (однако это было ненамеренное размещение). Например, в фильме Леонида Гайдая «Бриллиантовая рука» контрразведчик изучает записку роскошной дамы вдоль и поперек и уверенно заявляет: «Французские. Шанель № 5». Также известна всем фраза Жоржа Милославского из «Ивана Васильевича»: «Товарищи, храните деньги в сберегательной кассе!».

Было выявлено, что скрытую рекламу замечают в фильме около 80 % зрителей. При этом около 70 % заявили, что такая реклама их не раздражает. Примерно столько же зрителей смогли восстановить по памяти сюжет, связанный с тем или иным брэндом.

### **Основными предпосылками или причинам для размещения product placement служат:**

1. Невысокая стоимость. Стоимость размещения относительно невелика по сравнению с другими формами рекламы. Стоимость передачи информации для 1000 потребителей product placement во много раз меньше по сравнению со стоимостью этого показателя в теле – или печатной рекламе, что обеспечивает высокую экономическую эффективность размещения в кино.

Размещение в кино, в отличие от телевидения, не подразумевает производственных расходов (расходов на съёмку ролика) и расходов на разработку творческой концепции, а эти две статьи расходов, как известно, очень значительны.

2. Большой охват product placement в кино обусловлен стремительным ростом и глобализацией каналов распространения художественных фильмов в стране. В отличие от телевизионного рекламного ролика, появляющегося один раз в определённой программе, размещение в сериале product placement как бы «пришито» к фильму и продлевает весь путь вместе с ним. Фактическая жизнь рекламы, таким образом, равна жизни самого фильма. Соответственно, одним действием рекламодатель может охватить миллионы потенциальных покупателей, и при этом навсегда. Художественные фильмы и сериалы показываются неоднократно, права на них передаются на другие каналы – центральные, региональные, зарубежные, кабельные, спутниковые, они издаются на видеокассетах и DVD. Всё это помогает достичь десятков миллионов потребителей, обеспечивая многократные контакты с размещённым продуктом.

3. Способность предоставить рекламодателям очень внимательную и легко поддающуюся измерению аудиторию. Для рекламодателей, вовлечённых в product placement, внимательная аудитория не только гарантирует, что зрители действительно увидят размещённый продукт, но также и предлагает возможности более точного измерения аудитории по сравнению с традиционными формами рекламы. В первую очередь это обусловлено тем, что послание рекламодателей прикреплено к содержанию, то есть количество людей, увидевших размещение, равняется количеству людей, посмотревших сам фильм (то есть рейтингу).

Размещение в кино органично воспринимается потребителями, так как оно вплетено в канву художественного произведения. Значительным достоинством product placement является сопоставление продукта с фильмом, особенно со звёздами, снявшимися в фильме. Сопоставление со звёздами кино и телевидения является эффективным инструментом продвижения товара, не требующим денежных вложений в раскрутку образа – звёзды кино уже сами по себе являются известными и узнаваемыми людьми, вызывающими доверие и почитание. Кроме того, звёзды кино и телевидения во многом формируют вкусы и предпочтения населения. Им свойственно быть законодателями моды. Если, предположим, известный актёр выпил бокал определённого сорта шампанского в одном из кадров, то велика вероятность того, что многие зрители, и, в частности, его поклонники и почитатели, последуют его примеру.

4. Product Placement подразумевает более элегантную утончённую форму подачи послания. Размещения в кино предоставляют безграничное количество возможностей для креативных, нестандартных и эффективных находок. Особенно это преимущество актуально в свете усталости потребителей от традиционных форм рекламы. Product placement не прерывает ход фильма и поэтому не так раздражителен, как традиционная телереклама.

Product placement предоставляет свободную от перегруженности рекламой среду для продвижения товаров. Отсутствие перегруженности рекламой гарантирует, что потребитель обязательно выделит и запомнит рекламируемый продукт.

Кинокомпании – производители уделяют большое внимание продвижению своих продуктов. Они организуют рекламные компании своим фильмам. В последнее время, помимо телеанонсов непосредственно на телеканалах, активно используются и другие носители для продвижения фильмов – наружная реклама, Интернет, радио, специальные акции. Все эти действия подогревают интерес публики, повышают её осведомлённость и подготавливают к просмотру фильма и, соответственно, рекламируемого продукта. В этом смысле, телеканалы и кинокомпании с их значительными возможностями по продвижению работают на рекламу размещённого продукта.

5. Кино, как носитель рекламы, безгранично. Размещение в кино предоставляет рекламодателю практически готовую рекламную концепцию – готовый сценарий и историю, готовый образ, популярный и пользующийся у населения большой любовью. Кино и кинообразы готовы поделиться своей популярностью с размещённым продуктом.

#### **Виды размещений Product placement:**

1. Product placement в кино, сериалах, телевизионных проектах и т.п.

*Основные типы размещений в кино:*

- Визуальный – демонстрация товара или логотипа (зрители только увидят рекламируемый товар или логотип фирмы).
- Вербальный – размещение продукта с устным упоминанием. Это может быть либо фраза или диалог с упоминанием рекламируемого товара, либо размещение музыкального логотипа.
- Кинестетический (динамический) – демонстрация свойств продукта или услуги с использованием, взаимодействием или применением (присутствие товара обыгрывается). Такой вид PP в кино запоминается как правило лучше, так как он может включать в себя как вербальный, так и визуальный тип размещения.
- Составляющая часть сценария – создание в сценарии специальной сцены. Составляющая часть сценария наиболее эффективный тип размещения, так как товар сам становится героем происходящего на экране.

2. Product placement в книгах.

*Типы размещения в книге:*

- Упоминание продукта
- Сюжет на основе продукта
- Изображение продукта на обложке
- Использование продукта в названии книги
- Сериал – разнесенные по нескольким литературным произведениям одного автора сюжеты о продукте/услуге.
- Введение дополнительного персонажа – введение в произведение дополнительного персонажа, который создан на основе пожеланий заказчика.

3. Product placement в мультфильмах.

4. Product placement в музыкальных клипах.

5. Product placement в театральном искусстве. Одним из самых главных достоинств театрального Product Placement можно считать сильное воздействие на зрителя. Для театра характерна большая погру-

женность аудитории в действие. Кроме того, доверие и запоминаемость информации здесь намного выше. Но у театрального Product Placement есть и серьезные недостатки: маленький охват и относительно высокая стоимость по сравнению с другими видами PP.

6. Product Placement в компьютерных играх. Достоинства Product Placement в компьютерных играх можно выделить: оказывает сильнейшее влияние на игроков, позволяет построить устойчивые взаимоотношения с аудиторией, позволяет интерактивно обучать пользователей особенностям новых продуктов, позволяет узнать предпочтения в отношении рекламируемого товара, позволяет сфокусировать рекламное сообщение на платежеспособную аудиторию.

В табл. 1 приведены наиболее распространенные методы размещения информации о рекламируемом товаре в телефильмах.

Таблица 1

**Наиболее распространенные методы использования Product Placement**

Вид	Характеристика	Цель
Размещение продукта	Реклама товара определенной торговой марки	Подтверждение популярности, репутации товара данной торговой марки. Ассоциация продукта с определенным образом или стилем жизни
Корпоративное размещение	Поддержание, продвижение имиджа компании или услуги.	Поддержание, продвижение имиджа компании или услуги.
Размещение новинки	Размещение продукта, только появившегося (или еще нет) на рынке.	Создание и продвижение имиджа новой продукции. Возможно участие в рекламной кампании фильма.
Общее размещение	Размещение продукта или группы товаров одного вида от различных производителей	Подтверждение популярности, репутации определенной группы товаров.
Размещение страны, региона	Реклама туристических курортов, налоговых льгот и других достоинств страны (региона).	Создание имиджа страны, региона с возможностью участия в дальнейшей рекламной кампании фильма.
Размещение идеи	Практическая демонстрация сути идеи	Реклама законодательных преимуществ, коммерческой или политической идеи на примере сюжета фильма. В большей степени применяется в политической и идеологической сферах, реже – в сфере страхования или другом виде деятельности коммерческой деятельности, предоставляющем различные услуги.
Нейтральное размещение	Неактивное присутствие продукта, услуги в фильме или телесериале.	Формирование стиля жизни и "привязка" к нему продукта или услуги.
Творческое размещение	Продукт (услуга) творчески интегрируется в сюжет и становится его неотъемлемой частью.	Реклама конкретной выгоды от использования продукта (услуги), постоянное повторяющееся упоминание о нем.
Размещение образа продукта	Сюжет фильма полностью посвящен продукту, услуге, идее.	Реклама идеи, свойств продукта или услуги на протяжении целого фильма в сочетании с дальнейшей рекламой как самого фильма, так и продукта (услуги), являющегося основой сценарной идеи.

Источник: [3].

**Список использованных источников**

1. Алешина, И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров : учебник / И. В. Алешина. – М. : ИКФ «ЭКМОС», 2004.
2. Березкина, О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Березкина. – СПб. : Питер, 2009.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/tvorchestvo-kino/skrytaya-reklama-v-filmah-421505/>. – Дата доступа: 20.03.2015.

## МАРКЕТИНГ ИНВЕСТИЦИЙ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛЯТОРНОЙ ПОЛИТИКИ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

А.Н. Гранин

доцент кафедры логистики

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Произведенный продукт, поступивший в сферу потребления, и прошедший стадии распределения и обмена потребляется и исчезает. Общество оказывается перед необходимостью нового цикла воспроизводства. Поскольку в процессе потребления возникают новые, более насущные потребности, принято говорить о расширенном воспроизводстве. Для организации такого воспроизводства необходимо обеспечить выполнения ряда условий: наличие мотивированной, квалифицированной рабочей силы, доступ к материальным ресурсам, инвестиционные ресурсы, высокопроизводительное оборудование и совершенные технологии, в том числе современные информационные технологии, средства транспорта, связи и т.д. Наличие на рынке большого количества субъектов, которые стремятся к получению для себя максимально возможной прибыли, породило между ними глубокие противоречия, которые связаны с потребностью и спросом. В свою очередь, потребность и спрос связаны с ценой; цена связана с доходами; доходы связаны с распределением, а распределение связано с собственностью [1, с.13]. В условиях глобализации рыночных отношений появляется масса посредников в коммерческих сделках между производителями и потребителями, коррупция, теневые операции с вывозом капиталов и др., способные как взвинтить цены, так и обрушить целые рынки. Подтверждением этого положения являются современные события, произошедшие с Белорусской калийной компанией (БКК). Без регулирующей роли белорусского государства, которое взяло на себя цивилизованные функции регулятора взаимодействия участников экономической системы, оказалось бы неизбежным нарастание процессов социальной напряженности и кризиса в партнерских отношениях и государственной власти. Даже в системе «свободного» рынка нельзя обойтись без государства. Неправомочно рассматривать рынок в качестве независимого регулятора воспроизводственного процесса, Государственное регулирование дополняющее, корректирующее чисто рыночный механизм, осуществляется через: правовые, административные, и экономические регуляторы [2, с.144]. Республика Беларусь вступила в новый экономический цикл с новым, современным типом воспроизводства. Ставится задача сформировать в белорусской экономике высокотехнологичный сектор отраслей, состоящий из производств пятого и шестого технологических укладов, в том числе информационных технологий, авиакосмической, фармацевтической, микробиологической промышленности, биотехнологий, наноиндустрии, наноэнергетики и некоторых других. Несомненно, неразвитая инфраструктура на данный момент является одним из препятствий для наращивания текущих темпов экономического роста Беларуси. Необходимо осуществить модернизацию промышленного производства, оснастив его наукоемкими технологиями, вложить значительные средства в развитие сферы услуг, стабилизировать внутренний потребительский рынок, снабдив его востребованными товарами и услугами, проводить интенсивную экспансию своих товаров и услуг на внешних рынках. Эффективную реализацию этих процессов воспроизводства способно обеспечить оживление инвестиционной деятельности [3, с.17]. В свое время, избрав путь развития, в форме создания конкурентоспособных производств и отраслей, основанных на современных технологиях и дорогом оборудовании, Беларусь вынуждена привлекать в страну миллиарды долларов инвестиций. Однако нет абсолютной уверенности, что они появятся, и нет никаких оснований утверждать, что созданное на предприятиях найдет свой сбыт [4, с.14]. Необходимо понимать, что иностранные инвесторы готовы прийти в машиностроительный комплекс Беларуси, но в основном, только с отверточным производством. Конкурентная борьба все больше становится борьбой не ресурсов, а стратегий. Предприятия все чаще вкладывают инвестиции в создание ключевых компетенций, обеспечение воспроизводственных процессов, и перспективы развития. Организация может добиться коренных конкурентных преимуществ лишь в том случае, если ее маркетинговое поведение потребует комплексного организационного знания, которое конкуренты не смогут достаточно легко воспроизвести. Промышленно развитые страны, к сожалению, не заинтересованы в расширении круга государств, обладающих развитой конкурентоспособной экономикой. Ибо этот процесс неизбежно ведет к перераспределению мировых природных ресурсов, рынков сбыта и возможному снижению уровня жизни стран из числа развитых [5, с.5].

Таким образом, эффективная инвестиционная деятельность в стране – одно из приоритетных направлений в осуществлении экономических реформ, а также в формировании государственной регуляторной политики в обеспечении воспроизводственных процессов. Решение этих сложнейших задачи обусловлено следующими основными причинами:

1. Необходимость преодоления финансово-экономического кризиса и его последствий по всем направлениям хозяйствования.
2. Потребность белорусского общества в таком развитии национальной экономики, которое обеспечит неуклонное повышение качества жизни населения, позволяющее выйти на европейский уровень развития.
3. Наличие факторов, требующих многосторонней перестройки экономики страны, комплексной модернизации предприятий.
4. Потребность в качественном изменении технологического уклада, главные компоненты которого – средства производства, методы производства, производственные технологии и их структура.
5. Низкий уровень состояния инвестиционной сферы и низкая результативность управления инвестиционной деятельностью.

В качестве эффективного элемента регулирования воспроизводственного процесса, для максимальной активизации инвестиций в условиях глобализации экономики специалисты используют комплекс инструментов инвестиционного маркетинга. Современный маркетинг как вид экономической деятельности стремительно развивается, демонстрируя способность и возможность продвигать новые идеи, концепции, методы и инструменты воздействия на рынок. В последние годы в мире активизировалось внимание к маркетингу и, в частности, к инвестиционному маркетингу как наиболее эффективному инструментарию в инвестиционной деятельности предприятий. Формируется новый тип экономического мышления – маркетинговый. Президент Российской ассоциации маркетинга А.А. Браверман в определении классического маркетинга делает акцент на инвестиционную составляющую, обеспечивающую привлечение инвестиций: «На макроуровне маркетинг выступает в роли инструмента формирования рыночной среды. На микроуровне маркетинг выступает как инструмент встраивания предприятий в формируемую рыночную среду и, что особенно важно, является средством (часто решающим), обеспечивающим привлечение инвестиций» [6, с.24]. Российские ученые В.В.Томилов и Е.В. Песоцкая определяют инвестиционный маркетинг более конкретно: «Инвестиционный маркетинг (или маркетинг инвестиций) представляет собой комплексную программную деятельность, направленную на формирование производственно-экономических решений в области инвестиций, соответствующих реальным потребностям конечных потребителей» [7, с.8]. Маркетинг инвестиций становится одним из главных признаков наличия динамичных изменений в экономике. В самом широком смысле маркетинг инвестиций должен интерпретироваться как перманентный процесс управления в сфере стратегического и текущего планирования инвестиционных процессов направленных на удовлетворение спроса на капитал и получение максимальной прибыли инвесторами. Иными словами – это синтез возможностей инвестора и потребностей потребителя в интересах реализации целей обеих сторон.

В соответствии с Инвестиционным Кодексом Республики Беларусь «под инвестициями понимаются любое имущество, включая денежные средства, ценные бумаги, оборудование и результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащие инвестору на праве собственности или ином вещном праве, и имущественные права, вкладываемые инвестором в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли (дохода) и (или) достижения иного значимого результата» [8, с.3]. Таким образом, инвестиции, с точки зрения маркетинга можно определить как услуги по осуществлению полезной деятельности, обеспечивающей потребительский эффект во всей совокупности, материальных, технических, экономических и научных интересов. То есть – это комплекс услуг, связанных с формированием условий жизнедеятельности современного человека. Осуществляя свою деятельность на традиционном товарном рынке, предприятие, участвует в удовлетворении потребительского спроса с помощью различного товарного предложения. Эта деятельность дает возможность достигнуть предприятием коммерческого успеха на основе эффективного использования своего потенциала с ориентацией на потребителя в условиях конкурентной среды. Но, ни одно предприятие, даже высокоразвитое, не располагает достаточным объемом собственных средств для предпринимательского роста. Активная традиционная маркетинговая деятельность позволяет формировать и наращивать доходы бизнеса. Реализация маркетинговых программ увеличивает стоимость капитала и делает предприятие привлекательным с точки зрения удержания капитала и привлечения дополнительного капитала.

Средствами инвестиционного маркетинга создаются предпосылки для более доступного и выгодного привлечения капитала, обеспечивающего воспроизводственные процессы, и это является определяющим фактором рыночного развития такого предприятия. В этом случае, маркетинг инвестиций призван создать комплекс условий для осуществления соответствующих инвестиционных программ, сформировать основные характеристики инвестиционных проектов. Каждая инвестиционная программа предусматривает систему мер, увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам выполнения работ, относящимся к разным сферам деятельности. Главное при формировании характеристик инвестиционных проектов – учет интересов инвесторов и высокая степень привлекательности проектов. Об успехе привлекательности инвестиционного проекта можно судить по результатам маркетинговой деятельности, полученным предприятием на традиционном товарном рынке.



Таким образом, инвестиционный маркетинг рассматривается как сфера прямого участия инвестора в экономических интересах предприятия. Это участие охватывает две, относительно, самостоятельные области: маркетинговая деятельность на товарном рынке и маркетинг на рынке инвестиций. В своей теоретической и практической деятельности специалисты по инвестициям, кроме знаний классического маркетинга, опираются на фундаментальные разработки экономической теории, финансовой практики, инвестиционного менеджмента, социологии, психологии, политологии, философии, странового маркетинга. Объективные процессы развития мировой экономики требуют постоянного совершенствования классической концепции маркетинга. Одно из направлений такого развития – концепция инвестиционного маркетинга.

Появление концепции маркетинга инвестиций обусловлено двумя тенденциями. Первая связана с проблемами постоянного повышения уровня затрат предприятий на маркетинг и необходимостью контроля за их результативностью с учетом инвестиционного характера этих затрат, что является сложной задачей при реализации программ маркетинга. Вторая проявляется в том, что усложнение инвестиционной маркетинговой деятельности требует большей интеграции между различными программами предприятия. Реализация концепции инвестиционного маркетинга определяет стратегию инвестиций, как составную часть общей стратегии предприятия, рассматривая инвестиции как основу хозяйственной деятельности государства и его регуляторной политики в целом, так и отдельно взятой организации, а инвестиционные проекты – как средства для достижения целей. Внимание к концепции инвестиционного маркетинга обусловлено:

- 1) усложнением процессов научно-обоснованного принятия решений в сфере инвестиций;
- 2) увеличением степени инвестиционного риска на всех стадиях инвестиционного проекта, его оценки, предотвращения или снижения;
- 3) обострением конкурентной борьбы за источники финансирования капитальных вложений;
- 4) необходимостью тщательного выбора наиболее оптимальных, выгодных и надежных источников финансирования;
- 5) необходимостью формирования долговременного доверия инвесторов к бизнесу, и на основе этого доверия осуществлять планирование инвестиций;
- 6) необходимостью формирования сбалансированного портфеля инвестиций.

В основу концепции инвестиционного маркетинга могут быть положены следующие принципы:

1. Полной обеспеченности ресурсным потенциалом для существования экономических субъектов и свобода его маневрированием. Способность обеспечить инвестиционный процесс в необходимых масштабах и создать механизм трансформации инвестиционных ресурсов в объекты инвестиционной деятельности.

2. Целевой ориентации и комплексности. Главное в инвестиционном маркетинге – его целевая ориентация и комплексность, то есть слияние в единый инвестиционный процесс всех отдельных элементов этой деятельности. Комплексность означает, что отдельные маркетинговые действия, взятые сами по себе, не способны обеспечить того эффекта, который дает применение инвестиционного маркетинга как системы. Комплексность обеспечивает интеграцию:

- четырех элементов, соответствующих классическому маркетингу – товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики;
- двух сфер деятельности – традиционного рынка товаров и услуг и инвестиционного рынка;
- интересов всех участников рынка инвестиций и создание взаимоувязанных условий для всех сторон, участвующих в инвестиционном процессе.

3. Многовариантности и оптимальности маркетинговых решений. Необходимо стремиться к максимальному расширению вариантной номенклатуры, приближаясь к оптимальному решению.

4. Своевременности реализации инвестиционных проектов. Принцип, связан с необходимостью точного учета временного фактора. Отражает готовность маркетинговых инвестиционных мероприятий к практическому применению. Такая готовность обеспечивается предметной ориентацией и относительно высокой степенью конкретизации инвестиционных разработок, а также полным и всесторонним учетом факторов внешней среды.

Инвестиционный маркетинг, как всякая система, имеет свои цели, задачи и методы реализации.

Главная цель инвестиционного маркетинга – на основе использования богатого инструментария маркетинга и знаний фундаментальных наук вооружить специалистов по инвестициям необходимыми теоретическими, практическими и информационными навыками в сфере инвестиций, активизировать инвестиционные процессы, направленные на реализацию наиболее эффективных форм вложения капитала с целью получения экономического и социального эффекта. Достижение цели предусматривает решение взаимосвязанных задач в области:

- маркетинговых исследований;
- формирования рациональных инвестиционных решений;
- инновационной политики;

- разработки и продвижения инвестиционных проектов;
- имиджевой политики; взаимодействия с органами государственного управления и регулирования.

При решении поставленных задач специалисты по инвестициям используют методический инструментарий. Методов в инвестиционном маркетинге много и их набор достаточно разнообразен.

Основные методы инвестиционного маркетинга:

- функциональный и предметный анализ – при изучении спроса на объекты инвестирования;
- сетевое планирование – при регулировании последовательности и взаимозависимости отдельных видов операций в рамках инвестиционной программы;
- морфологический анализ – при характеристике потребительского поведения;
- инженерное прогнозирование – при оценке конкурентоспособности инвестиционных решений;
- экспертные оценки – при желании получить ответ о возможных процессах развития того или иного события на инвестиционном рынке;
- имитационное моделирование – при реагировании на динамику инвестиционного рынка;
- логическое и математическое моделирование – при качественном описании инвестиционного процесса с выделением проблемы перспективного развития.

Основные функции маркетинга инвестиций определяются его принципами и могут быть следующими:

1. Комплексное исследование инвестиционного рынка. Основано на анализе глобального и внутреннего рынков их состояния, тенденций, динамики:

- проведение сегментирования и позиционирования рынка инвестиционных проектов и программ;
- анализ деятельности и стратегических позиций конкурентов;
- осуществление прогнозирования инвестиционной конъюнктуры;

2. Разработка наиболее эффективных инвестиционных проектов. Осуществляется на основе последовательности действий, связанных с обоснованием объемов и порядка вложения средств, их реальным вложением, введением мощностей, текущей оценкой целесообразности поддержания и продолжения проекта и итоговой оценкой результативности проекта по завершении.

3. Привлечение и удержание. Функция заключается в изменении распределения доходов хозяйствующих субъектов в сторону долгосрочных инвестиций, как базы для роста долгосрочных доходов на инвестиции [9, с.43].

4. Коммуникационная. В условиях ограниченности ресурсов, обострившихся в транзитивном периоде, важно использовать строго дифференцированный подход к отбору инвестиционных проектов, продуктов, решений. В этой связи необходима реализация данной функции.

5. Планирование инвестиционной и маркетинговой деятельности. Необходимо для тщательного технико-экономического обоснования планируемых инвестиционных решений. Является неотъемлемой частью стратегического планирования, которое призвано обеспечить согласование долгосрочных целей хозяйствующего субъекта и использования инвестиционных и других ресурсов, направляемых на достижение целей.

6. Организация контроля инвестиционного маркетинга. Осуществляется в процессе реализации инвестиционных программ и проектов на протяжении всей инвестиционной деятельности хозяйствующего субъекта. Подразумевает возможность внесения обоснованных поправок и корректив в ход процесса с учетом интересов обеих сторон. Принимается решение о том, какой из вариантов разработанной инвестиционной программы, проект будет реализовываться.

Выводы:

1. В связи с усложнением общественного воспроизводства возникает необходимость в регулировании экономических, политических, социальных процессов со стороны государства. Являясь гарантом стабильности, и используя механизм регуляторной политики, государство вынуждено вмешиваться в деятельность хозяйствующих субъектов в следующих ситуациях: осуществление энергетических, производственных, социальных, экологических, научных, технических, военных и других программ национального масштаба [10, с.49]. Эффективную реализацию этих программ, осуществление процессов расширенного общественного воспроизводства способного обеспечить оживление инвестиционной деятельности на основе интенсивного использования инструментария маркетинга инвестиций.

2. В современной транзитивной экономике особая роль в эффективном регулировании экономикой страны и отдельными предприятиями отводится маркетинговым методам управления. Динамичная система государственной регуляторной политики, построенная на принципах концепции инвестиционного маркетинга, позволяет добиться устойчивого конкурентного преимущества, рационального использования ресурсов и возможностей, обеспечивается высокая инвестиционная привлекательность страны.

3. Для осуществления стратегических целей предприятий, создания конкурентоспособной экономики необходимо сформировать новый тип экономического мышления – маркетинговый, а маркетинг инвести-

ций сделать приоритетным экономическим инструментарием в достижении существенных результатов в динамичном развитии воспроизводственных процессов, оживлении деятельности в инвестиционной сфере.

3. По своей сути инвестиции, с точки зрения маркетинговой теории можно определить как услугу по осуществлению полезной деятельности, обеспечивающей потребительский эффект во всей во всей совокупности материальных, технических, экономических, научных и информационных интересов.

4. Деятельность в области инвестиционного маркетинга необходимо рассматривать в двух аспектах: как осуществление специфических функций на традиционном рынке товаров и услуг, и как осуществление деятельности на рынке инвестиций.

5. Инвестиционный маркетинг осуществляется как одно из направлений поступательного развития классической концепции маркетинга. С этой целью маркетинг инвестиций нуждается в определении целей, задач, принципов, методов и функций как основы своего функционирования.

#### **Список использованных источников**

1. Лебедев, О. Т. Основы маркетинга: учеб. пособие / О. Т. Лебедев, Т. Ю. Филиппова; под ред. О. Т. Лебедева. – СПб. : ИД «МиМ», 1997. – 224 с.
2. Ведяпин, В. И. Общая экономическая теория: учебник / В.И. Ведяпин, В. И. Журавлева. – М. : ПРОМО – Медиа, 1995. – 608 с.
3. Гранин, А. Н. Стратегия инвестиционного маркетинга / А. Н. Гранин // Труд Профсоюзов. Общество. 2013. – № 3. – С. 17 – 20.
4. Терещенко, В. М. Маркетинг: новые технологии в России / В. М. Терещенко. – СПб : Питер, 2001. – 416 с.
5. Богдан, Н. Белорусский парадокс / НЭГ. – 2005. – № 8., 8 февр. – С. 5.
6. Фелько, В. П., Основы маркетинга / В. П. Фелько, Н. Г. Фелько, О. А Шакор. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 512 с.
7. Томилов, В. В. Организация маркетинг менеджмента инвестиций в системе государственного регулирования / В. В. Томилов, Е. В. Песоцкая // Рос. журн. СПб. у-та Экономики и финансов [Электронный ресурс]. – 2002. – № 1. – Режим доступа: IzSPbUEF2002\_1\_C42\_54s.pdf. – Дата доступа: 14. 12. 2010.
8. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь. – Минск: ИПА «Регистр». 2001.
9. Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление / Т. А. Гайдаенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Эксмо, 2008. – 512 с.
10. Попов, Р. А. Антикризисное управление : учебник / Р. А. Попов. – М.: Высш. Шк., 2004. – 429 с.

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ К ЦЕНАМ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**А.П. Дурович,**

доктор экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Формирование и реализация ценовой политики предполагает поиск специалистами любого предприятия ответов на ряд принципиальных вопросов: Какова приемлемая цена? При каком уровне цены доля рынка будет максимальной? Как изменить цену для максимизации прибыли? Что произойдет, если увеличить (снизить) цену на 5 (10, 15 и т.д.) %? Какую цену потребители готовы уплатить за товар (за новую упаковку, дополнительные характеристики товара, более высокий уровень качества и т.д.)? Какой из конкурирующих на рынке товаров, вероятнее всего, будет куплен по заданным ценам? Каким образом должна изменяться цена? Расти ли? Падать ли? А если расти или падать, то как: плавно или ступенчато? Какой вариант желаемого изменения цен будет в наибольшей степени соответствовать достижению целей организации?

Поиск ответов на указанные и другие, связанные с принятием ценовых решений, вопросы требует значительного объема актуальной и достоверной информации. Наиболее часто производителями и торговыми предприятиями проводится изучение фактически сложившихся рыночных цен и ценовой политики конкурентов (реагирование на новые рыночные условия, различие цен для разных сегментов потребителей, изменение цен во времени, установление цен на новые товары, использование скидок и надбавок). Информация при этом получается путем прямого изучения прайс-листов, материалов рекламно-информационного характера, посещения предприятий-конкурентов под видом покупателей, а также телефонным опросом нескольких фирм-конкурентов. В дальнейшем собранная информация анализируется в разрезе отдельных товаров и рынков, типов торговых предприятий, конкретных конкурентов. В любом случае сбор и анализ подобной информации не требует владения специальными методами маркетинговых исследований. В то же время для принятия обоснованных решений по установлению уровня цен в контексте текущей и будущей рыночной ситуации, прогноза доли рынка и ее возможного применения в зависимости от колебаний цен

(как на собственные товары, так и на товары конкурентов) этого явно недостаточно. Необходимы специальные ценовые исследования, использующие маркетинговую методологию.

Наряду с изучением эластичности спроса особую практическую значимость представляют маркетинговые исследования чувствительности к цене. Они исходят из предположения, что существует некая приемлемая для потребителя цена, которую не следует превышать. В связи с этим внимание уделяется анализу ценовых порогов и границ, приемлемых для различных групп (сегментов) потребителей [1,2]. Поэтому в процессе подобных исследований чрезвычайно важно получить ответы на следующие принципиальные вопросы: Цена на данный товар завышена или занижена? Какую максимальную цену готов заплатить за этот товар потребитель? Какова должна быть цена за этот товар, чтобы он мог привлечь новых покупателей? Какова должна быть окончательная цена на новый товар?

Методология маркетинговых исследований чувствительности к цене базируется на использование двух подходов: монадического и сравнительного [1, 3–5].

**Реализация монадического подхода** предполагает, что исследования направлены на оценку чувствительности потребителей к цене только одного товара, без учета конкурентной ситуации. Такого рода анализ позволяет измерить динамику интереса потребителей к товару в связи с изменением его цены. Для этого возможно использование шкал чувствительности к ценам, методов Габора-Грейнджера, припоминания цены, оптимальной цены, а также метода *PSM (Price Sensibility Measurement)*.

Использование шкал чувствительности к ценам базируется на применении оценочных шкал вероятности покупки (чаще всего 5-балльной шкалы Лайкерта с альтернативами типа от «определенно не куплю» до «определенно куплю»).

Респондентам предоставляется товар по фиксированной цене. Несколько абсолютно схожих по своим характеристикам групп респондентов (что очень важно) оценивают определенное значение цены, различное для каждой группы.

Достоинствами такого подхода являются простота применения и относительно невысокая стоимость. В то же время вся процедура исследования базируется на заданном описании товара, что не дает возможности учета рыночной ситуации. Кроме того, метод не включает анализа механизма осуществления покупок (на основе шкалы вероятности покупки достаточно сложно спрогнозировать поведение потребителя). В связи с этим результаты подобных исследований целесообразно сопоставлять с другими доступными данными о поведении потребителей в отношении интересующего товара.

Метод Габора-Грейнджера (*Gabor A., Gander C.*) разработан в середине 60-х годов XXв. и, несмотря на появление более сложных альтернатив, до сих пор не утратил своей популярности. В специальной литературе и на практике широко применяются и другие его названия – метод ограничения цен, «лестница цен».

Метод предполагает оценку линии цен товара, а не какого-либо одного варианта цены. Он реализуется на репрезентативной выборке и позволяет построить кривую спроса, по которой, в свою очередь, определяется эластичность спроса по цене. Это дает возможность оценить влияние изменения цен на продажи и установить оптимальную цену как существующих, так и новых товаров.

Процедура реализации метода предполагает измерение готовности потребителя к совершению покупки и влияния цены на принятие подобного решения. Для этого респонденты вначале должны оценить (по шкале Лайкерта) вероятность покупки товара по определенной цене. Возможно использование следующих вариантов вопросов: «Готовы ли вы купить X (грамм, штук и т.п.) этого товара за Y рублей?», «Насколько вероятно, что вы купите X (грамм, штук и т.п.) этого товара за Y рублей?», «Посмотрите на характеристики этого товара. Насколько вероятно, что вы приобретете его за Y рублей?».

Затем респондентам предлагается оценить вероятность покупки того же товара по другой цене: более высокой или более низкой. Процесс повторяется до тех пор, пока не будет проанализировано заранее определенное количество градаций цены или пока вероятность покупки не достигнет одной из границ шкалы.

Таким образом, метод сводится к последовательным оценкам желания купить товар на разных целевых уровнях, что позволяет построить кривую спроса (рис. 1).

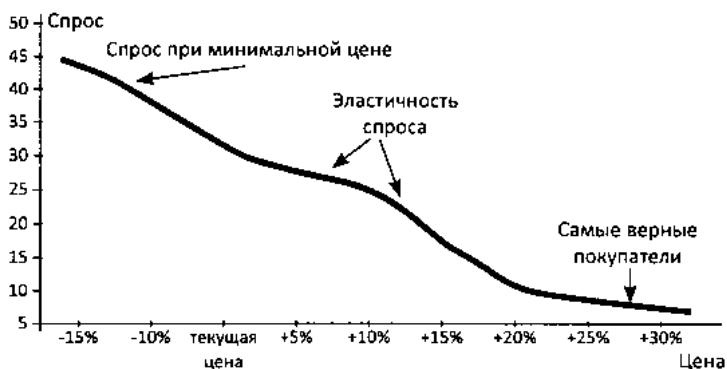


Рис. 1. Кривая спроса, построенная с использованием метода Габора-Грейнджера

Во всех модификациях метода Габора-Грейнджера используется набор заданных цен. Существует три варианта проведения исследования: цена растет, начиная с самой нижней; цена убывает, начиная с самой высокой; цены предлагаются в случайной последовательности.

Каждому варианту свойственны достоинства и недостатки. Практика исследований свидетельствует, что при росте цен получаются несколько завышенные, а при снижении – заниженные оценки спроса. Основной недостаток случайного показа цен заключается в том, что респондент быстро устает, перестает думать и дает нетранзитивные ответы. Поэтому более целесообразна комбинация первого и второго вариантов в равных пропорциях.

Другая проблема состоит в определении ценовых интервалов и их количества. В принципе, чем меньше интервалы, тем более точно можно оценить кривую спроса (и тем меньше различия в результатах, полученных в первом и втором вариантах метода). Однако простота метода для исследователя оборачивается скучным и монотонным опросом респондента. При использовании слишком большого (более 12-14) количества ценовых интервалов внимание респондента рассеивается.

Суть метода припоминания цены состоит в оценке преуменьшения или преувеличения потребителем рыночной цены товара. С его помощью можно получить информацию о том, насколько дорогим представляется данный товар потребителю. Сам факт знания цен респондентом дает возможность оценить степень ценовой чувствительности и уровень вовлеченности потребителя в покупку товара.

При реализации данного метода респонденту задаются вопросы типа: «Припомните, по какой цене вы купили товар X в последний раз?», « Вы рассматриваете данную цену как: низкую, позволяющую считать это выгодной покупкой; умеренную; достаточно высокую; предельно допустимую для этого товара».

Достоинствами метода припоминания цен являются: простота и относительно невысокая стоимость исследования; получение данных о взаимосвязи таких показателей, как цена и использование товара; возможность анализа цены как важной имиджевой характеристики товара.

Однако метод имеет ряд ограничений, которые обусловлены следующими причинами. Во-первых, респонденты нередко называют предпочтительную для себя цену, а не ту реальную сумму, которую они заплатили за товар. Во-вторых, с течением времени респонденты с большим трудом припоминают цены. В-третьих, уровень цен, по которым был куплен товар, значительно варьируется в зависимости от места покупки. В-четвертых, метод можно использовать только при проведении исследований применительно к существующим товарам.

Предыдущий метод предполагал, что потребитель во время анкетирования способен зафиксировать уровень приемлемой для себя цены товара. К сожалению, на практике это бывает не всегда, особенно при ценовых исследованиях нового товара. Просто попросить потребителя назвать цену, которую он был бы готов заплатить за новинку, не эффективно, так как респондент не может ничего сказать о неизвестном товаре.

Решить эту проблему позволяют методы определения оптимальной цены товара. При этом предполагается, что потребитель имеет два ценовых порога: максимальная цена, выше которой он не купит товар; минимальная цена, ниже которой он начнет сомневаться в качестве товара. Соответственно, исследование состоит в постановке двух прямых вопросов: «При какой цене вы бы решили, что данный товар слишком дорог и отказались бы от его покупки?», «При какой цене вы бы начали сомневаться в качестве данного товара и отказались бы от его покупки?».

Исходя из полученной информации, строятся кривые распределения ответов. Если цель предприятия состоит в увеличении доли рынка, то в качестве оптимальной цены обычно рекомендуется точка пересечения этих кривых (рис. 2).

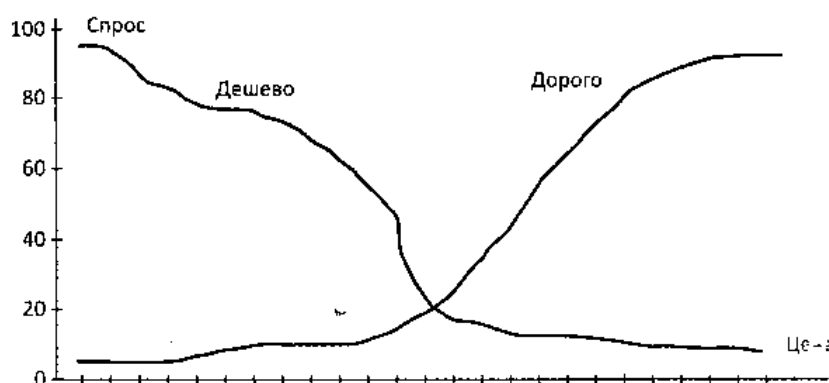


Рис. 2. Нахождение оптимальной цены

Готовность потребителя к определенному типу поведения с учетом цен (по иному – ценовую готовность) очень важно учитывать в процессе ценообразования. Речь идет, прежде всего, об абсолютном верхнем пределе цены для данного товара. Если предприятие не учитывает индивидуальную ценовую готовность потребителя, то возникает так называемый потребительский излишек (рента потребителя), т.е. потребители платят за товар меньше, чем могли и были бы готовы заплатить.

Поэтому предприятие должно определять эмпирически в процессе маркетинговых исследований не только текущую оценку уровня цены на товар, но и так называемую ценовую толерантность потребителя, т.е. разность между современными ценами покупок и максимальной ценовой готовностью в будущем. Понимание ее помогает оптимальным образом сегментировать рынок.

Если потребитель начинает сомневаться в качестве товара из-за его низкой цены, то речь может идти о ценовой готовности в форме абсолютного нижнего порога цены. Поэтому, предприятие, которое вступает в ценовую конкуренцию, должно доказать, что снижение цен не связано с качеством, иначе порог будет пройден и продажи упадут.

Таким образом, рассмотренный метод позволяет получить «вилку цен», долю потребителей, считающих эти цены приемлемыми, а также оценить потенциальный рынок товара в случае его продажи по разным ценам. Метод прост в реализации и не требует больших затрат. Он часто используется для установления цен на новые товары. Применительно же к существующим товарам метод дает возможность верифицировать степень знания и отношения к ценам в различных группах потребителей. К недостаткам метода относится все та же невозможность учета рыночной ситуации, изменений в товаре и анализа механизма покупки. Кроме того, при реализации метода нельзя допустить, чтобы респонденты поняли цель, с которой исследователи задают вопросы. В противном случае полученные ответы будут иметь существенные искажения.

Метод *PSM (Price Sensibility Measurement)* в дополнение к методу определения оптимальной цены включает в исследование два дополнительных элемента восприятия цены потребителем («высокая цена» и «выгодная цена»). Они измеряются с помощью следующих вопросов: Начиная с какой цены, вам кажется, что товар становится дорогим? Начиная с какой цены, вам кажется, что цена на товар становится выгодной?

Анализ ответов респондентов позволяет получить следующие распределения: А – слишком дорого (цена так высока, что покупка не состоится); Б – слишком дешево (цена так низка, что вызывает сомнения в качестве товара); В – дорого (максимальная цена, по которой потребитель купит товар); Ва – не дорого (как дополнительное значение В); Г – дешево (цена, ниже которой покупатель рассматривает покупку как выгодную); Га – не дешево (как дополнительное значение к Г).

Распределения изображаются в виде линейного графика (рис. 3), где ось *X* – значения цены, *Y* – накопленный процент респондентов.

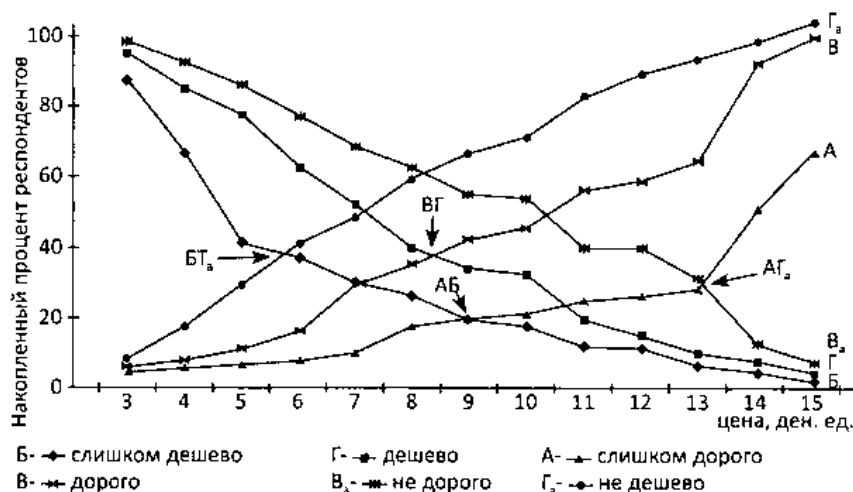


Рис. 3. Визуализация результатов исследования методом PSM

Пересечение кривых «дорого» и «дешево» (ВГ) дает так называемую «точку безразличия»: это цена, которую большинство потребителей не считают высокой или низкой. Респонденты воспринимают ее как «нормальную», наиболее подходящую для товара в сложившихся условиях.

Пересечение кривых «слишком дорого» и «слишком дешево» дает точку «оптимальной цены» (АБ). Цена оптимальна, так как в этой точке, число потенциальных потребителей предельно велико (суммарное число потребителей, отвергающих из-за его слишком высокой или подозрительно низкой цены минимально).

Пересечение кривых «слишком дешево» и «не дешево» (БГа) дает точку «предельной дешевизны». При более низкой цене доля покупателей, сомневающих в качестве товара, начнет стремительно увеличиваться.

Пересечение кривых «слишком дорого» и «не дорого» дает точку «предельной дороговизны» (АВа). При более высокой цене существенно возрастает доля покупателей отказывающихся от покупки.

Метод *PSM* позволяет определить границы диапазона рыночных цен и приблизительно установить цены, при которых данный товар можно продвигать. Его применение считается оптимальным для новых товаров или в ситуациях, когда есть основания подозревать, что назначенная производителем цена вышла за пределы допустимого интервала, и необходимо проверить это предположение.

Несмотря на то, что использование метода *PSM* дает более точные результаты в сравнении с предыдущими, его применение возможно лишь на устоявшемся конкурентном рынке. В его условиях потребители детально осведомлены о характеристиках различных товаров и выгодах, которые они получают при их использовании. Другая проблема состоит в том, что кривые «слишком дешево» и «слишком дорого», определяющие оптимальную цену, далеко не всегда пересекаются. Для достаточно хорошо известных товаров и однородной целевой группы не существует цены, которая одним людям кажется слишком низкой, а другим – неразумно завышенной.

**Сравнительный подход** к исследованию чувствительности покупателей к ценам предполагает, что респонденту предлагается сравнить ценовые характеристики исследуемого товара и товаров-конкурентов и указать, готов ли он его приобрести и по каким именно ценам.

Сбор информации в соответствии с методом *BPTO (Brand Price Trade Off)* напоминает «игру в магазин». Респондентам показывают витрину, на которой представлены основные конкурирующие марки и цены (если исследование проводится по месту жительства респондента, то фотографии товаров с ценниками). Респондент должен представить типичную ситуацию покупки и выбрать марку, которую он, скорее всего, купил бы. Далее цена на нее повышается (например, на 1 денежную единицу), и респонденту вновь предлагают выбрать товар уже по новой цене. Процедура продолжается таким образом, что респонденту приходится принимать «компромиссные» решения – выбрать предпочитаемую или более дешевую марку.

Важное достоинство метода *BPTO* состоит в том, что в результате исследования строится модель, позволяющая оценивать последствия всевозможных ценовых сценариев: «Что будет, если цена на марку товара возрастет на 5 %, конкурент А понизит цену на 5 %, а конкурент Б понизит цену на 10 %?»

На выходе данного исследования: кривые спроса на все конкурирующие марки; эластичность спроса по цене; прогноз долей рынка при различных ценовых сценариях; оптимальное соотношение цен на товарные марки (если их несколько) предприятия; матрица переключений (наиболее типичные переходы; меры близости между марками; группы непосредственных конкурентов); анализ цена/марка (соотношение полезности марки и цены; относительная полезность марок; ценовые пороги; сегментация покупателей по ориентации на цену/марку); оценка степени лояльности потребителей марке; анализ поведения в отношении марок (какие марки выбирались, а какие нет, какие выбирались в первую очередь; на какие марки переключаются и т.д.).

Если в методе Габора-Грейнджера основное преимущество (простота) оборачивается монотонностью опроса, то здесь ситуация зеркально противоположна. Игровой контекст исследования приводит к определенным смещениям кривой спроса. Из-за того, что респонденты увлекаются процессом опроса, регистрируется больше переключений, чем в жизни, и меньше отказов от покупки. В результате, при правильной общей форме кривых спроса, эти кривые оказываются несколько круче, чем в действительности, а оценки эластичности спроса – завышенными. Кроме того, методу *BPTO* присущ ряд других недостатков и ограничений.

Метод может быть реализован только путем лабораторного теста и требует достаточно сложной обработки данных. Основной его недостаток заключается в следующем: потребитель может легко понять, что у него в конечном счете хотят узнать, сколько он готов заплатить за товар. Более того, широко известен тот факт, что поведение потребителя в реальной ситуации, отличается от поведения в условиях лабораторного теста.

Фактически этот метод является более дорогим и трудоемким в сравнении с *PSM*-методом, но при этом не дает представления о допустимых пределах цены, также с его помощью невозможно определить оптимальную цену. Метод предпочтителен исключительно для тестирования уже существующих товаров и поэтому не представляет интереса при выведении нового товара на рынок.

Метод *RSS (Randomized Shopping Situation)* является развитием подхода *BPTO* и направлен на достижение тех же целей. Моделируется ситуация реальной продажи: перед респондентом на прилавке-имитации выставляются как тестируемый товар, так и основные конкурирующие торговые марки с реально существующими средними ценами. После выбора респондентом какой-либо одной торговой марки изменяется цена на тестируемый товар случайным образом внутри тестируемого диапазона – и процедура выбора повторяется.

Главной проблемой метода *RSS*, как и метода *BPTO*, является ограничение возможности его применения лабораторными условиями.

Метод *RBR* (*Randomized Buying Response*), является модификацией метода *PSM* и направлен на достижение тех же целей. Респонденту необходимо оценить степень своей готовности к покупке исследуемого товара (при различных вариантах цены), сравнивая его с товарами-конкурентами, которые предлагаются по своим обычным рыночным ценам. В случае отрицательного ответа респондента спрашивают о причинах отказа от покупки: цена слишком высокая или низкий уровень цены заставляет сомневаться в качестве товара? Если респондент готов купить товар, его просят определить, является ли данная цена скорее низкой, нормальной или скорее высокой.

При реализации метода *RBR* оценки ценовых границ для нового товара производится при помощи сравнения уже существующих товаров из тестируемой ассортиментной группы между собой. Подобный подход базируется на гипотезе, что новый товар не вызовет расширения рынка, а лишь может внести корректировки в распределение потребителей между представленными на нем товарными марками. Такая модификация метода гораздо более реалистична, так как моделирует ситуацию выбора товара по факту цены. С ее помощью можно спрогнозировать будущий объем продаж, задав респондентам дополнительные вопросы, касающиеся: количества приобретенных единиц товара различных марок за последние три (пять) покупок и по каким ценам; количества единиц исследуемого товара, которые потребитель готов приобрести в зависимости от различного уровня цен.

Таким образом, метод *RBR* позволяет определить оптимальную цену, допустимые границы цены, измерить чувствительность потребителей к цене, определить потенциальный объем рынка, но при этом лишен недостатка прямых вопросов, которые задаются респондентам.

Однако метод *RBR* не может рассматриваться в качестве единственного инструмента прогноза продаж, так как не учитывает целый ряд важных факторов влияния на покупку (известность марки, частоту покупок, место покупки и т.п.). Метод имеет еще одно существенное ограничение: число марок и вариантов цен, предназначенных для исследования, должно быть не слишком велико.

Метод *PRT* (*Pricing Research Techniques*), предложенный К. Бламиресом, представляет собой дальнейшее усовершенствование метода Гарбора-Грейнджера. При этом условия проведения исследования должны быть более реалистичными (приблизиться к имитации расположения товаров в торговом зале магазина). Респонденты должны судить о цене исследуемого товара в сравнении с ценами на товары-конкуренты (необходима точка отсчета для того, чтобы суждения о цене носили более реалистичный характер). Вопросы о предрасположенности к покупке должны касаться только исследуемого товара и товарной марки, которую обычно покупает респондент (другие товары-конкуренты в этой процедуре неуместны из-за нерелевантности ситуации принятия решения о покупке). Респондент должен быть специально сориентирован на то, что при проведении исследования речь идет об обычной покупке (покупатели склонны платить больше при совершении импульсных покупок). Респондент должен иметь возможность не «покупать» вовсе (не следует доводить исследование до ситуации вынужденной покупки, если цены оказались неприемлемыми). Перед проведением опроса респондентам необходимо задать соответствующие вопросы, чтобы исключить из исследования лиц, которые имеют твердую установку (например, не «купают» товар из предлагаемых вариантов ни за какую цену или, наоборот, будут «покупать» его по любой цене).

Оценить перекрестную ценовую эластичность товара позволяет метод «марочного переключения спроса». Респонденту задается вопрос: «При каком повышении цены на товар предпочтительной для вас марки вы сделаете выбор в пользу товара другой марки?» Варианты повышения цены устанавливаются экспертным методом для каждой категории товара. В ходе исследования респондент называет марку предпочтения и ему предлагается отметить один из пяти вариантов повышения цены, при которой он откажется от этой (своей) марки. Кривая эластичности спроса на какую-либо марку или марки-лидеры в определенной товарной группе строится на основе зависимости между предполагаемым приростом цены на данную марку и количеством респондентов, которые при таком изменении переходят на другую марку. Данное количество респондентов выражено в процентах от количества потребителей этой марки или, соответственно, количества потребителей всех марок в данной ценовой категории. Точки кривых, соответствующие максимальному проценту отказавшихся потребителей, можно назвать «критическими» – они характеризуют пороговые значения прироста цены, при которых спрос на данную марку может заметно снижаться. Таким образом, чем скорее (при меньшем приросте цены) появляется такая критическая точка, тем более эластичным по цене будет спрос на данную марку или группу марок.

Практически все рассмотренные выше методы исследования чувствительности потребителей к цене достаточно легко реализуемы на практике и требуют относительно небольших затрат. Однако для них характерен общий недостаток, связанный с «неискренностью» респондентов, которые достаточно быстро понимают о том, что возможная рыночная цена на товар зависит от их ответов и корректирует их (как правило, руководствуясь стремлением к занижению цен). Данное обстоятельство может служить источником сознательных и бессознательных ошибок и неточностей при ответах.



Кроме того, всей важности и привлекательности маркетинговых исследований следует отдавать отчет в возможных систематических отличиях прогнозов от реальности. Так, затраты гипотетического рубля во время исследования могут отличаться от реальной покупки. За исключением нетипичных ситуаций, респонденты не тратят свои деньги, отвечая на вопросы интервьюера. Ответ на вопрос о предпочтениях клубничного или малинового йогурта, как правило, без проблем распространяется на реальную ситуацию покупки. Прогноз, потратит ли респондент  $X$  рублей или воздержится от покупки, более сложен. В реальной жизни покупка зависит от множества факторов (например, даже от таких, как наличие запасов дома, времени, которое прошло со дня зарплаты, и того, насколько голоден покупатель). Можно предположить и надеяться, что при опросе большой выборки мелкие и незначимые факторы усредняются, однако замена реальной траты денег на виртуальную обычно приводит к завышению желания купить продукт.

Некоторые методы сбора информации напоминают «игру в магазин». Опыт и специальные исследования показывают, что полученные таким образом колебания спроса при изменении цены оказываются более сильными, чем в реальности. Существуют подходы, позволяющие калибровать кривые спроса.

Зачастую вопрос – «Купите ли Вы этот товар за  $X$  руб.?» – заставляет респондентов гадать, поскольку они не знают, как эта цена соотносится со средней ценой по данной товарной группе. В такой ситуации помогает представление товара в конкурентном окружении.

Ответы на вопрос – «Насколько вероятно, что вы купите этот товар за  $X$  руб.?»», замеренные по шкале от «ни за что не куплю» до «куплю наверняка», по-разному соотносятся с действительными покупками, в зависимости от категории продуктов, возраста и национальности респондента. Особенно сильно этот эффект проявляется в международных исследованиях. Неоценимую помощь здесь оказывает опыт, накопленный в результате тестирования цен и товаров в данной товарной группе.

Прежде чем проводить исследование, надо ответить на ряд вопросов. Первый вопрос, который следует уточнить – в каком смысле оптимизируется цена. Как правило, для увеличения доли рынка и максимизации прибыли требуются разные ценовые стратегии. Маркетинговые исследования не дают полного решения задачи оптимизации прибыли – необходим экономический анализ себестоимости продукта.

Второй вопрос, ответ на который должен быть получен до выбора методологии: каков характер покупки – разовая (на пробу) или регулярная? Спрос на многие новые товары, не являющиеся предметами первой необходимости, увеличивается при повышении цены. Это следствие того, что для неизвестных товаров цена является одним из основных источников информации о качестве. Но как только товар приобретает известность и входит в регулярный ассортимент покупок, здравый смысл вновь торжествует, и при возрастании цены спрос падает.

Таким образом, несмотря на ряд ограничений, рассмотренные методы маркетинговых ценовых исследований позволяют сделать прогноз оптимального уровня цен в контексте текущей рыночной ситуации. Внедрение подобных технологий в практику деятельности предприятий будет способствовать более широкому использованию преимущественно маркетингового (а не традиционного затратного) подхода к ценообразованию.

#### **Список использованных источников**

1. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 432 с.
2. Герасименко, В. В. Ценообразование: учеб. пособие / В. В. Герасименко. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 234 с.
3. Данченко, Л. А. Маркетинговое ценообразование : политика, методы, практика / Л. А. Данченко, А. Г. Иванова. – М. : ЭКСМО, 2006. – 464 с.
4. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник / И.В. Липсиц. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2009. – 527 с.
5. Лысова, Н. А. Управление ценами : учеб. пособие / Н. А. Лысова, Л. Ф. Чернева. – М. : КНОРУС, 2010. – 240 с.

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Н.И. Исайчикова,**

канд. экон. наук, доцент

*Гомельский филиал Международного университета «МИТСО», г. Гомель*

Эффективность деятельности промышленных предприятий, фирм, любых других организаций в значительной степени определяется функционированием маркетинговой системы. Работники этой системы непосредственно не создают продукции, но, осуществляя определенную организационную и коммерческую деятельность по производству товара, сохранению его качества, обеспечению товарной инфраструктуры, являются составной частью производственного персонала.

Для системы маркетинга характерна чувствительность к спросу потребителей. Даже на незначительные изменения в спросе на товар, обусловленные его потребительскими качествами, гарантийностью, сервисным и другими аспектами, система чутко реагирует, адекватно перестраивается. Этому способствуют не только анализ маркетинговой деятельности конкурентов, поиски форм сотрудничества с ними, но и воспитание высококультурного, гармоничного, высоконравственного потребителя. Успех в этой области достигается благодаря высокому профессионализму маркетологов, которые хорошо понимают запросы потребителей, умеют четко прогнозировать диалектику спроса и его нюансы, знают возможности производства (дела), умеют обеспечить динамичность, гибкость и эластичность системы. Все эти аспекты организации маркетинга оцениваются количественно-качественными и качественными показателями.

Уровень организации системы определяется также обеспеченностью работников необходимыми организационными «инструментами»: типовыми, алгоэвристическими и эвристическими технологиями маркетинга, блок-схемами алгоритмов исследования рынка, определения спроса потребителей, выбора маркетинговой стратегии конкуренции и т. п.; сетевыми моделями, матрицами, графиками; технограммами и процедурограммами; должностными функциональными моделями; маркетинговыми функциональными сетевыми матрицами; методическими указаниями, положениями; блок-схемами алгоритма определения причины неуспеха в бизнесе и многим другим. Названные «инструменты» позволяют осуществлять маркетинговую деятельность оперативно и на высоком профессиональном уровне.

Эффективность организационных форм, режимов, регламентов, нормативов определяется возможностью обеспечить экономичное, оптимальное, надежное и оперативное реагирование на диалектику спроса потребителей и конъюнктуру рынка. По каждому конкретному аспекту предприятия определяют уровень и качество их использования, эффективность применения, целесообразность реализации в перспективе, инновационные преобразования. При этом учитывают опыт конкурентов и партнеров на данном и других сегментах рынка, поскольку эта сторона дела нуждается в постоянной рационализации.

Организационно-функциональный уровень маркетингового цикла оценивают следующим образом: во-первых, сравнением фактического и рационального подходов; во-вторых, количеством использования типовых, алгоэвристических и эвристических технологий, блок-схем алгоритмов различных аспектов деятельности, программированных, формализованных, регламентированных, стандартизированных форм и методов осуществления маркетинга; в-третьих, качеством организационно-функциональной матрицы, формализации, стандартизации и регламентации маркетинговой работы всех сотрудников.

Определение эффективности функционирования системы складывается из оценок следующих аспектов маркетинговой деятельности предприятия:

- решение маркетинговых проблем на рынке и на данном предприятии (организации);
- реализация технологии маркетинга;
- выполнение функций маркетинга;
- функционирование организационного механизма системы.

Все перечисленные аспекты на практике находят свое воплощение в маркетинговых решениях. Именно качество и эффективность маркетинговых решений определяют то, как выполняются функции маркетинга или, другими словами, эффективность функционирования системы в целом.

Правильность построения системы показателей обеспечивается выполнением двух требований: теоретической обоснованностью показателей; наличием фактической базы, на которой они рассчитываются.

Общие требования к системе показателей эффективности должны отражать:

- 1) соответствие системы показателей эффективности в целом реализации цели производства с учетом стадий воспроизводства;
- 2) учет различных форм результатов общественного производств;

- 3) все виды производственных затрат (все производственные ресурсы или все три слагаемые производительных сил общества;
- 4) иерархическую структуру общественного производства (этажи экономики) и учет свойства трансформации показателей при переходе от одного уровня к другому, способность системы быть более детальной на нижних уровнях и более общей на высших уровнях экономик;
- 5) многообразии существенных факторов, влияющих на эффективность на каждом уровне общественного производства и каждой стадии воспроизводства;
- 6) учет не только статистического состояния эффективности и различных факторов, влияющих на нее, но и степени их динамического развития, а также интенсификации производства;
- 7) удовлетворение различными функциями управленческой деятельности: планированием, прогнозированием, принятием решения, стимулированием и т.д.

Существует два аспекта оценки маркетинговой деятельности: стратегический (результаты работы компании и коммерческого подразделения) и тактический (результаты по отдельным товарам, то есть по комплексу маркетинга). При стратегической оценке результатов маркетинга существует три главных критерия: прибыль, объем продаж и доля рынка. Важность расчетов показателей стратегической оценки эффективности маркетинговой деятельности определяется необходимостью вклада службы маркетинга в общую эффективность предприятия и разработки на этой основе системы мотивации деятельности работников.

При тактической же оценке руководство стремится оценить следующие аспекты: удовлетворителен ли процесс разработки новой продукции для расширения ассортимента прибыльных товаров; достаточен ли процесс снятия с производства убыточных товаров; эффективен ли комплекс маркетинга товара, то есть эффективны ли товарные стратегии, стратегии ценообразования, распределения и коммуникаций.

Построение системы показателей оценки маркетинговой деятельности должно осуществляться в соответствии с данными требованиями поэтапно (рис. 1).



**Рис. 1.** Процедура определения системы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия

На первом этапе определяются обобщающие показатели оценки эффективности деятельности предприятия в целом. К ним можно отнести объемы выпуска и реализации продукции, ее себестоимость, прибыль, а также долю предприятия на рынке и рентабельность.

На втором этапе определяется вклад каждой функциональной области предприятия в общую его эффективность. Выделяется вклад так называемой маркетинговой составляющей эффективности деятельности предприятия, к основным показателям которой относят объем реализации продукции по количеству и ассортименту, прибыль от реализации и затраты на содержание маркетинговой службы.

На третьем этапе выделяются частные показатели каждого элемента комплекса маркетинга-микс, определенные экспертным опросом (табл. 1).

В качестве показателя эффективности используется индексный показатель, зависящий от изменений стратегической составляющей и тактической составляющих.

Обобщенная формула зависимости индексного показателя результата от породивших его факторов выглядит так (формулы 1-3):

$$P = \sqrt{T_c T_m} , \quad (1)$$

где  $T_c$  – индекс изменения стратегической составляющей;

$T_m$  – индекс изменения тактической составляющей.

Таблица 1

Система показателей эффективности маркетинга предприятия

Общие показатели эффективности предприятия	Общие показатели эффективности маркетинговой деятельности	Общие показатели эффективности комплекса маркетинга
Объем реализованной продукции, Р	Объем реализованной продукции, Р	<p><b>Эффективность товарной политики:</b> доля товаров активного ассортимента, <math>D_a</math>; доля новых товаров, <math>D_n</math>; доля фирменных и марочных товаров, <math>D_f</math>; конкурентоспособность товаров, <math>K</math>; уровень и качество сервиса, <math>СВ</math>; качество упаковки, <math>У</math>; затраты на содержание отдела (сектора) товарной политики, <math>С_t</math>.</p> <p><b>Эффективность ценовой политики:</b> степень рациональности, обоснованности себестоимости продукции, <math>P_c</math>; доля прибыли в оптовой цене, <math>D_{по}</math>; соотношение «цена-качество», <math>КЦ</math>; затраты на содержание отдела, сектора цен, <math>С_c</math>.</p> <p><b>Эффективность политики распределения:</b> степень выполнения договоров (сумма, ассортимент), <math>ВД_c</math>, <math>ВД_a</math>; новые клиенты (количество, доля, темпы роста) <math>НК_k</math>, <math>НК_d</math>, <math>НК_{инд}</math>; уровень товарных запасов, <math>ТЗ</math>; оборачиваемость, <math>ТО</math>; остатки готовой продукции на складах, <math>ОСТ_{гп}</math>; остатки нерезализованной продукции в товаропроводящей сети (розница, опт), <math>ОСТ_{нер}</math>; штрафы, пени уплаченные (сумма, уровень) к реализованной продукции, <math>Ш_y</math>; штрафы, пени полученные (сумма, уровень) к реализованной продукции, <math>Ш_p</math>; затраты на организацию товародвижения, <math>С_p</math>.</p> <p><b>Эффективность коммуникационной политики:</b> прирост реализованной продукции в зависимости от элементов КП, <math>P_{кп}</math>; прирост прибыли от реализации в зависимости от элементов КП, <math>P_{кп}</math>; затраты на КП, <math>С_к</math>.</p>
Объем товарной продукции, Т	Прибыль от реализации, $P_p$	
Прибыль от деятельности, П	Затраты на организацию маркетинговой деятельности (себестоимость маркетинговой деятельности), $С_m$	
Себестоимость, С	Основные фонды отдела маркетинга, $F_m$	
Заработная плата, ЗП	Оборотные средства отдела маркетинга, $O_m$	
Численность работников, Ч	Численность работников отдела маркетинга, $Ч_m$	
Основные фонды, Ф	Заработная плата работников, $ЗП_m$	
Оборотные средства, О		

Источник: собственная разработка [1, с. 128]

$$T_c = \sqrt[3]{T_n T_p T_{dp}} , \quad (2)$$

где  $T_n$  – индекс изменения прибыли;

$T_p$  – индекс изменения объемов реализации продукции;

$T_{dp}$  – индекс изменения доли рынка.

Для расчета влияния тактической составляющей используется формула:

$$T_m = \sqrt[4]{T_{mn} T_{cn} T_{np} T_{kn}} , \quad (3)$$

где  $T_{mn}$  – индекс изменения эффективности товарной политики;

$T_{cn}$  – индекс изменения эффективности ценовой политики;

$T_{np}$  – индекс изменения эффективности политики распределения;  
 $T_{кл}$  – индекс изменения эффективности коммуникационной политики.

Для практической работы с данными интегральным показателем необходимо построение матрицы квадратного типа, в которой в качестве элементов используются ранее названные переменные, а именно: прибыль от реализации ( $\Pi$ ), объем реализации ( $T$ ), доля рынка ( $D_p$ ), эффективность товарной политики  $T_{mn}$ , эффективность ценовой политики  $T_{цп}$ , эффективность политики распределения  $T_{np}$ , эффективность коммуникационной политики  $T_{кл}$ .

Данная методика расчета, построенная на методе анализа иерархий, позволяет провести дезагрегирование системы частных показателей до любого уровня и рассчитать влияние всех представленных показателей на итоговый результат эффективности деятельности предприятия.

Таким образом, предлагаемая система показателей путем их перевода к факторному показателю, например к показателю эффективности товарной политики, позволяет рассчитать влияние на нее отдельных, более частных показателей, например изменение доли товаров активного ассортимента. Индексная форма расчета показателей позволяет избежать проблемы их сопоставимости по единицам измерения.

#### Список использованных источников

1. Исайчикова, Н. И. Организация маркетинга на предприятии на основе концепции маркетинг-микс / Н. И. Исайчикова. – Брянск : Дельта, 2007. – 166 с.

## НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

**Е.Н. Карчевская,**

канд. геогр. наук, доцент;

**Ю.А. Морозова,**

Учреждение образования

«Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого»,

г. Гомель

В Республике Беларусь туризм становится важной сферой деятельности, с каждым годом объем туристского экспорта возрастает, а государственное управление туризмом направлено на формирование конкурентоспособного туристского комплекса, развитие въездного и внутреннего туризма как доходной составляющей экономики [1; 3].

Уровень развития национального туристского сектора определяется по его доле во внутреннем валовом продукте – индикаторе состояния национальной экономики. Влияние какого-либо из секторов экономики считается значительным и ощутимым при превышении доли в 10 %. В Беларуси доля туристского сектора в национальном ВВП в 2012 году составила 2,1 % при среднем мировом в 5,2 % (это 145-я позиция в рейтинге 184 стран) (рис. 1 – 2). Поступления в бюджет от иностранных туристов составляют всего 1 миллиард долларов, вследствие чего в общем рейтинге Республика Беларусь не входит даже в первую сотню стран [4; 5].

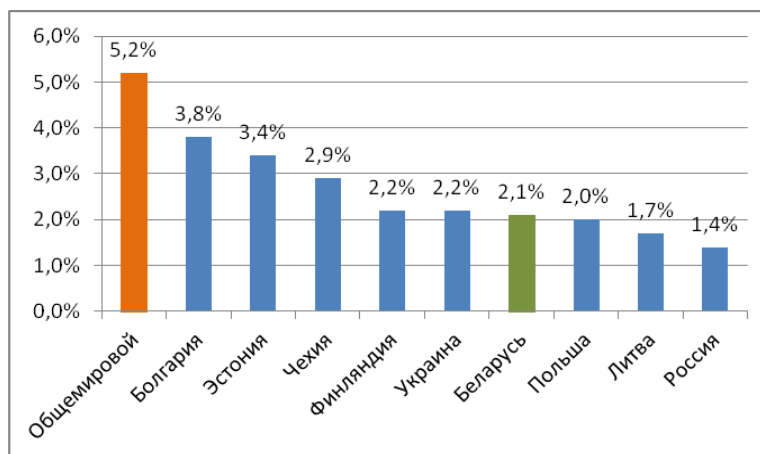
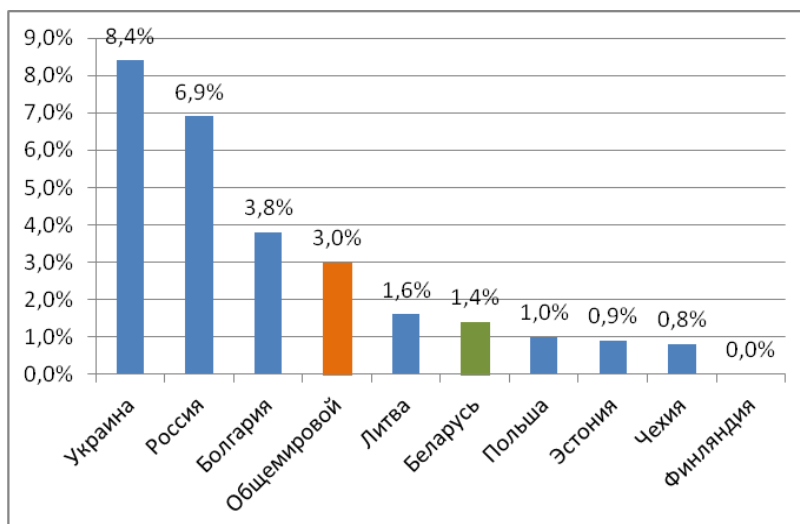
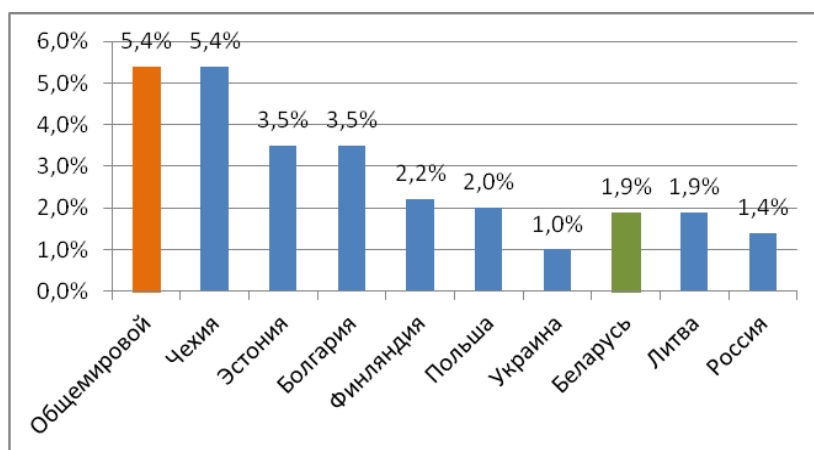


Рис. 1. Рейтинг стран по доле туристского сектора в национальном ВВП в 2012 году

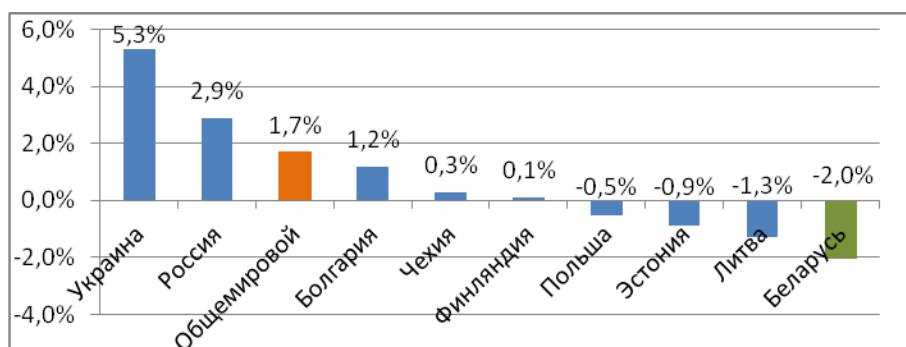


**Рис. 2.** Рейтинг стран по приросту доли туристского сектора в национальном ВВП в 2012 году

Туризм для некоторых развивающихся государств стал основой их существования, туристская отрасль предоставляет рабочие места и возможности для профессионального роста рабочих и служащих. В нашей республике каждый 115-ый белорус работает в туристском секторе, что дает в общем рейтинге 152 место (рис. 3 – 4). Объем занятости в туристской отрасли растет почти в два раза быстрее, чем в других сферах услуг [6].



**Рис. 3.** Рейтинг стран по занятости в туристском секторе в 2012 году



**Рис. 4.** Рейтинг стран по занятости в туристском секторе в 2013 году

В 2013 году в Республике Беларусь осуществляли туристскую деятельность 1085 организаций, услугами которых воспользовалось более 920 тысяч организованных туристов и 578,8 тысяч экскурсантов [4].

Наиболее посещаемыми белорусами странами являются Россия, Украина, Болгария, Греция, Египет, Испания, Италия, Литва, Польша, Турция, Чешская Республика. На эти страны приходится 87,4 % от общего числа выехавших за рубеж белорусских туристов. Тем не менее, выездные потоки преобладают над въездными. На каждого прибывшего иностранного туриста приходится пятеро белорусских граждан, выезд-

жавших за рубеж. Основными странами-поставщиками в Беларусь туристов, являются Россия, Украина, Германия, Италия, Латвия, Литва, Польша, Соединенное Королевство, Турция [4]. Одна из наиболее существенных причин слабого въездного потока в Беларусь – это высокая стоимость въездной визы. Отталкивает дифференциация цен на визы и факт двойного увеличения ее стоимости при оформлении ее в аэропорту [5].

Республика Беларусь в целом обладает привлекательными туристско-рекреационными, но ограниченными ресурсами: нет моря и гор. В структуре исторических ресурсов преобладают памятники Великой Отечественной войны, а в структуре архитектурных – памятники классического стиля. Привлекательными для туристов являются памятники средневекового оборонительного зодчества. Но многие объекты этой эпохи находятся в полуразрушенном состоянии или почти не сохранились. Тем не менее, туристско-рекреационный потенциал является достаточным для формирования конкурентоспособного туристского продукта. Однако, Беларусь мало известна на международном туристском рынке. Необходимы маркетинговые усилия для представления страны на рынке и эффективного продвижения турпродукта.

Для размещения туристов в республике используются 315 гостиниц, 33 гостиничных комплекса, 8 туристско-гостиничных комплексов, 2 мотеля и 123 средства размещения иных видов. Их единовременная вместимость на конец 2013 года составила 29,9 тыс. мест [4]. Анализ эффективности деятельности средств размещения проводился на основании оценки коэффициента загрузки номерного фонда, представляющего собой отношение количества проданных номеров к количеству номеров, пригодных к эксплуатации. Используя статистические данные, получен коэффициент средней годовой загрузки гостиниц республики [2]. Он составляет 41 %, что несколько ниже, чем в среднем в мире (по данным Всемирной туристской организации (ВТО), средняя заполняемость гостиниц составляет 65 – 70 %). Столь высокий мировой показатель формируется за счет стран интенсивного развития туризма. Однако существует ряд прибыльных гостиниц, имеющих невысокую среднегодовую загрузку, как, например, гостиницы высокого класса г. Москвы (загрузка 48 %), Санкт-Петербурга (41 %). Классификация средств размещения в Республике Беларусь в соответствии с качеством оказываемых гостиничных услуг и уровнем материально-технического оснащения осуществляется все еще по категориям и разрядам. Невысокое качество обслуживания не может обеспечить конкурентоспособное положение региона на мировом туристском рынке.

Транспортные услуги сами по себе, как правило, не могут радикально увеличивать поток туристов, но существенно влияют на успешное функционирование туристского комплекса, частью которого они являются. Поэтому транспортной инфраструктуре должно уделяться при планировании развития туризма перво-степенное внимание. Через территорию республики проходят транспортные коридоры, имеющие значение для связи с другими странами и областями. Республика Беларусь выступает также связующим звеном между Россией и Западной Европой. Выгодное транспортно-географическое положение страны создает предпосылки для развития транзитного туризма. Наличие разветвленной сети путей сообщения способствует организации транспортных перевозок. Однако высокий уровень износа транспортных средств, неудовлетворительное состояние дорожной сети, неразвитость системы проката автомобилей не позволяет отнести транспорт области к числу конкурентоспособных перевозчиков на мировом рынке [2; 4].

Структура общественного питания представлена сетью ресторанов, кафе, столовых, баров, прочих предприятий. В структуре областей РБ – наиболее емкая доля принадлежит Гомельской области, а также городу Минску. Основная часть предприятий общепита расположена в крупных городах, прежде всего в областных центрах и столице. Подобного рода деконцентрация объектов сферы общепита выступает сдерживающим фактором в привлечении транзитных туристов в другие населенные пункты. Анализ отрасли показал, что наибольшее развитие сфера общественного питания получила в административных районах, центры которых – крупные города [2]. Эти населенные пункты имеют ряд крупных промышленных предприятий, поставляющих свою продукцию как на внутренний, так и на внешний рынки.

Для анализа конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь был использован интегральный показатель. Для его расчета определены отдельные показатели конкурентоспособности отрасли путём их сравнения с базовыми, эталонными показателями или показателями для отраслей-конкурентов по формуле (формула 1).

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{io}}, \quad (1)$$

где  $Q_i$  – показатель конкурентоспособности по  $i$ -му параметру;

$P_i$  – величина  $i$ -го параметра отрасли;

$P_{io}$  – величина  $i$ -го параметра для отрасли-эталона.

Затем рассчитывался интегральный показатель конкурентоспособности (сводный индекс конкурентоспособности) по формуле (формула 2).

$$K = \sum_{i=1}^n A_i Q_i, \quad (2)$$

где  $n$  – число оцениваемых параметров;  $A_i$  – вес  $i$ -го параметра.

Очевидно, что чем ближе  $K$  приближается к единице, тем ближе по набору оценочных параметров данный товар соответствует эталонному образцу. Можно сформировать некий гипотетически идеальный товар, наделив его лучшими параметрами товаров данной группы. Тогда  $K$  характеризует степень отклонения оцениваемого продукта от этого идеала.

При оценке конкурентоспособности конкретного товара его можно сравнить с подобными продуктами-конкурентами (образцами-конкурентами), для которых также было проведено подобное сравнение с эталонным образцом, и сделать вывод об их сравнительной конкурентоспособности. Когда подобное сравнение проводится только с каким-то продуктом-конкурентом, то  $K < 1$  означает, что анализируемый товар уступает образцу по конкурентоспособности; при  $K > 1$  – превосходит. При равной конкурентоспособности  $K=1$ .

При выборе образца-конкурента необходимо, чтобы он и оцениваемый товар были аналогичными по значению и условиям использования и предназначались для одной группы потребителей.

Для сравнения показателей было выбрано 7 стран, имеющие схожие туристские продукты. Это – Болгария, Финляндия, Литва, Латвия, Эстония, Польша и Чехия. Россия и Украина были исключены из данного списка по следующим причинам: территория Российской Федерации намного больше территории РБ, части РФ располагаются в разных климатических поясах, а так же возникает сложность при поиске определенных данных в сети Интернет. В данном анализе не бралась в рассмотрение Украина из-за нестабильного политического положения в стране. Характеристики показателей, влияющих на развитие туристской отрасли, представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Характеристики показателей, влияющих на развитие туристской отрасли**

Показатели	Характеристики
Санаторно-курортное лечение	Количество объектов в расчете на 1000 чел.
Кемпинги	Количество объектов в расчете на 1000 км <sup>2</sup>
Природные и культурные ресурсы	Количество объектов мирового наследия ЮНЕСКО в расчете на 1000 км <sup>2</sup>
Наличие и состояние средств размещения	Количество средств размещения в расчете на 1000 км <sup>2</sup>
Сфера питания	Количество заведений общепита в расчете на 1000 чел.
Наличие и состояние средств досуга и развлечения	Количество объектов в расчете на 1000 чел (клуб, кино, театр, музей, цирк, парк развлечений, ТРЦ)
Наличие объектов национальной культуры	Количество объектов в расчете на 1000 чел (музеи, фестивали, общественные организации)
Агротуризм	Количество агроусадеб в расчете на 1000 км <sup>2</sup>
Визовый режим	1 – полноценный ВР; 2 – упрощенный ВР со странами Шенгенского Соглашения; 3 – безвизовый режим

Полученные данные по показателям, влияющим на развитие туристской отрасли, представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Данные по показателям, влияющим на развитие туристской отрасли**

Показатели	Беларусь	Финляндия	Болгария	Литва	Латвия	Эстония	Польша	Чехия
Санаторно-курортное лечение	0,012	0,005	0,005	0,005	0,005	0,024	0,001	0,007
Кемпинги	0,02	0,53	0,26	0,52	0,99	0,95	0,71	2,68
Природные и культурные ресурсы	0,02	0,02	0,08	0,06	0,03	0,04	0,04	0,15
Наличие и состояние средств размещения	2,27	4,05	53,85	16,56	13,21	21,85	32,62	61,89
Сфера питания	0,87	1,34	2,12	3,77	3,26	4,01	4,72	5,31
Наличие и состояние средств досуга и развлечения	0,85	1,26	3,13	2,76	2,65	2,42	3,01	3,18
Наличие объектов национальной культуры	0,004	0,012	0,004	0,014	0,024	0,028	0,001	0,007
Агротуризм	2,23	6,88	2,67	5,55	6,04	6,50	25,94	9,95
Визовый режим	1	3	2	3	3	3	3	3



Используя данные, полученные в результате анализа стран по 9 основным показателям, влияющим на развитие туристской отрасли, были рассчитаны показатели конкурентоспособности (таблица 3).

Таблица 3

**Показатели конкурентоспособности по i-ому параметру**

Показатели	$Q_i$						
	Финляндия	Болгария	Литва	Латвия	Эстония	Польша	Чехия
Санаторно-курортное лечение	2,18	2,44	2,36	2,23	0,5	41,58	1,64
Кемпинги	0,05	0,09	0,05	0,02	0,03	0,03	0,01
Природные и культурные ресурсы	0,93	0,24	0,31	0,62	0,44	0,43	0,13
Наличие и состояние средств размещения	0,56	0,04	0,14	0,17	0,1	0,07	0,04
Сфера питания	0,65	0,41	0,23	0,27	0,22	0,18	0,16
Наличие и состояние средств досуга и развлечения	0,67	0,27	0,31	0,32	0,35	0,28	0,27
Наличие объектов национальной культуры	0,33	0,99	0,29	0,17	0,14	3,04	0,54
Агротуризм	0,32	0,83	0,40	0,37	0,34	0,09	0,22
Визовый режим	0,33	0,5	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33

По формуле 2 были рассчитаны индексы конкурентоспособности (К). Очевидно, что чем ближе К приближается к единице, тем ближе по набору оценочных параметров данная отрасли соответствует эталонному образцу, а К характеризует степень отклонения оцениваемого продукта от этого идеала. В нашем случае, туристский комплекс Республики Беларусь близок по своим показателям к Финляндии, Болгарии, Латвии и Литве. По сравнению с Эстонией и Чехией индекс конкурентоспособности ниже, что объясняется тем, что Чехия обладает конкурентоспособными лечебными ресурсами, а Эстония имеет хорошо развитую инфраструктуру. Учитывая вышесказанное, можно предложить в качестве стран-эталонов Финляндию, Болгарию, Латвию и Литву. Результаты расчетов показали, что для Республики Беларусь  $K = 0,88$ . Это означает, что туристская отрасль Республики Беларусь уступает в развитии выбранному эталону. Следовательно, в развитии туристского комплекса РБ необходимо направить усилия на модернизацию материально-технической базы туризма, повышение имиджа страны на международном рынке, необходимы маркетинговые усилия для представления страны на международном рынке и эффективного продвижения тур-продукта.

#### **Список использованных источников**

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
2. Карчевская, Е. Н. // Развитие туризма в проблемном регионе: научно-методические подходы к территориальной организации и управлению / Е. Н. Карчевская. – Saarbrücken.: «LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG», 2011. – 172 с.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редколл.: Я. М. Александрович [и др.]. – Минск : Юнипак. – 200с.
4. Туризм в Республике Беларусь // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>
5. World Travel & Tourism Council // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/belarus2013.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/belarus2013.pdf).

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**М.Н. Ковалёв,**

канд. экон. наук, доцент

*Гомельский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

Рынок образовательных услуг Гомельской области характеризуется достаточно высоким уровнем конкуренции. Чтобы обеспечить плановый объем продаж и прибыли, необходимой для развития, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО» вынужден проводить исследования регионального рынка с целью изучения конкурентной среды и на этой основе принимать инновационные маркетинговые решения.

За основу методики исследования конкурентной среды была взята известная модель конкурентных сил отрасли М. Портера [1]. Основными конкурентными силами Филиала в регионе являются конкуренты (вузы и средние специальные учебные заведения), потребители, поставщики. Основными потребителями наших образовательных услуг являются молодые люди со средним образованием, желающие получить высшее образование, а также лица, имеющие высшее образование, у которых есть потребность в переподготовке по экономическому и юридическому направлению. Своего рода поставщиками являются средние общеобразовательные и средние специальные учебные заведения. Незначительную часть наших потребителей составляют студенты, которые переводятся в Филиал из других университетов.

При перекрестной классификации основными сегментами для филиала в порядке убывания по степени важности являются:

1. Получение первого высшего образования на базе общего среднего образования – выпускники школ г. Гомеля и Гомельского района.
2. Получение первого высшего образования на базе общего среднего образования – выпускники школ других районов Гомельской области.
3. Получение первого высшего образования на базе среднего специального образования – выпускники ССУЗов г. Гомеля, Гомельской и других областей.
4. Переподготовка на базе высшего образования – лица, имеющие высшее образование, проживающие в Гомеле и Гомельской области.
5. Получение первого высшего образования на базе общего среднего образования – выпускники школ других областей Республики Беларусь и других стран.

Основным рынком потребителей наших услуг является рынок г. Гомеля и Гомельской области.

В Гомельской области проживает около 1 млн 450 тыс. чел., 30 % из которых – в сельской местности. Административный центр области – город Гомель – по численности населения (около 500 тыс. человек) занимает в республике второе место после Минска.

В настоящее время в Гомельской области функционируют:

- 8 высших учебных заведений;
- 23 учреждения, обеспечивающие получение среднего специального образования;
- 37 учреждений профессионального образования;
- 463 средних общеобразовательных школ.

Основными «поставщиками» абитуриентов в вузы являются средние общеобразовательные школы. Двойное воздействие на конкурентную среду в сфере высшего образования оказывают средние специальные учебные заведения (ССУЗы).

С одной стороны, средние специальные учебные заведения составляют конкуренцию университетам, поскольку «забирают» значительную часть выпускников школ в два этапа:

- 1) после окончания 9 класса;
- 2) после окончания 11 класса.

С другой стороны, средние специальные учебные заведения «делегируют» часть своих выпускников в университеты для дальнейшего обучения.

На начало 2013/2014 учебного года в Гомельской области насчитывалась 457 (год назад – 463) средних школ, в том числе 68 – в г. Гомеле.

Численность учащихся на 1 сентября 2014 г. составила: 10 классов – 8907, 11 классов – 8252 (табл. 1).

Таблица 1

**Численность учащихся старших классов Гомельской области по годам**

Год выпуска	Число учеников в классах	
	10 класс	11 класс
2009		15162
2010	13477	14274
2011	10566	12455
2012	9474	10148
2013	8668	9095
2014	8480	8433
2015	8907	8252

Как видно из таблицы, в последние годы происходит быстрое сокращение численности выпускников средних школ. По нашей оценке, сделанной в 2014 г. на основе анализа динамики изменения численности старшеклассников, в следующем, 2015 году, в Гомельской области 11 классов будут заканчивать менее 8,5 тыс. человек. К сожалению, наш прогноз оправдался. В 2015 году будет достигнуто «дно» демографической «ямы» для этого возраста, что представляет для нас определенную угрозу.

Изучение структуры рынка позволяет определить, какие позиции занимает каждый из вузов, предоставляющих услуги по получению высшего экономического и юридического образования, что даст возможность принимать обоснованные решения по стратегии действий вуза.

В Гомельской области высшее образование по экономическим и юридическим специальностям можно получить в 5 учебных заведениях (табл. 2):

Таблица 2

**Перечень специальностей экономического и юридического направления, по которым ведется подготовка специалистов с высшим образованием в университетах г. Гомеля**

Специальность	Наличие специальности в вузе				
	ГФ МИТСО	БТЭУ ПК	БелГУТ	ГГУ им. Ф. Скорины	ГГТУ им. П.О. Сухого
Экономика и управление на предприятии	+	+		+	+
Экономика и организация производства					+
Финансы и кредит	+	+		+	
Бухгалтерский учет, анализ и аудит		+	+	+	
Маркетинг	+	+			+
Логистика	+	+			
Транспортная логистика			+		
Менеджмент		+			+
Коммерческая деятельность		+	+	+	
Таможенное дело			+		
Товароведение и экспертиза товаров		+			
Мировая экономика				+	
Правоведение	+			+	

1. Гомельский филиал УО ФПБ «Международный университет «МИТСО» осуществляет подготовку специалистов по следующим экономическим специальностям:

- Экономика и управление на предприятии;
- Финансы и кредит;
- Маркетинг;
- Логистика.

2. УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»:

- Экономика и управление на предприятии;
- Менеджмент;
- Бухгалтерский учет, анализ и аудит;
- Финансы и кредит;
- Коммерческая деятельность;
- Маркетинг;
- Логистика;
- Товароведение и экспертиза товаров.

3. УО «Белорусский государственный университет транспорта»:

- Бухгалтерский учет, анализ и аудит;
- Коммерческая деятельность;
- Транспортная логистика;
- Таможенное дело.

4. УО «Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины»:

- Мировая экономика;
- Бухгалтерский учет, анализ и аудит;
- Коммерческая деятельность;
- Экономика и управление на предприятии;
- Финансы и кредит;
- Правоведение.

5. УО «Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого»:

- Экономика и организация производства;
- Экономика и управление на предприятии;
- Менеджмент;
- Маркетинг.

Каждый из представленных вузов проводит обучение по смежным специальностям. Это обостряет конкуренцию на рынке высшего образования.

Кроме названных университетов города Гомеля серьезными конкурентами Гомельского филиала Международного университета «МИТСО» на рынке образовательных услуг являются:

- Бобруйский филиал БГЭУ;
- Мозырский государственный педагогический университет (МГПУ) им. И.П. Шамякина (специальность «Профессиональное обучение (экономика и управление)»);
- Полесский государственный университет (г. Пинск);
- вузы города Минска, в 18 из которых ведется подготовка специалистов экономического профиля, в 7 – юридического;
- Минский филиал Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ) с представительством в г. Гомеле.

Можно отметить, что на региональном рынке высшего экономического образования лидирует Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. По занимаемой доле рынка УО «БТЭУ ПК» на протяжении ряда лет являлся лидером, УО «ГГТУ им. П.О. Сухого» – претендент на лидерство, УО «ГГУ им. Ф. Скорины» и БелГУТ – рыночные последователи, а Гомельский филиал Международного университета «МИТСО» – занимает наименьшую долю на данном рынке.

На региональном рынке высшего юридического образования лидирует УО «ГГУ им. Ф. Скорины».

Важнейшей составляющей маркетинговых исследований является изучение потребителей, их потребностей и мотивов.

Устный экспресс-опрос среди студентов 1 курса дневной формы получения образования (ДФПО) показал, что примерно половина из них определилась в выборе будущей профессии к окончанию первого полугодия в 11 классе, а примерно четверть – еще в 10 классе. То есть ученики 10-11 классов в первую очередь являются целевой аудиторией нашего филиала, на которую следует воздействовать средствами маркетинговых коммуникаций.

В соответствии с результатами анкетирования абитуриентов в 2014 году удалось выяснить источники получения ими информации о Гомельском филиале Международного университета «МИТСО»:

- друзья и знакомые;
- справочник для поступающих в вузы «Абитуриент 2014»;
- сайт вуза;
- социальные сети в Интернет;
- реклама на транспорте;
- знакомые родителей, родители;
- выступления сотрудников филиала на родительских собраниях в школах;
- участие в Днях открытых дверей филиала;
- участие в Днях абитуриента, организуемых городским центром занятости;
- рекламные плакаты на остановках общественного транспорта;
- радио;
- телевидение;
- реклама в газетах.

Важным фактором, влияющим на конкурентоспособность университета на рынке образовательных услуг, является стоимость обучения студентов.

В таблице 3 представлены данные о стоимости обучения на очной (дневной) форме получения образования.

Таблица 3

**Стоимость за 1 год обучения на дневной форме получения образования  
в университетах г. Гомеля на 1 сентября 2014 г.**

Вуз	Стоимость по специальностям, тыс. руб.				
	Правоведение	Логистика (Транспортная логистика)	Маркетинг	Финансы и кредит	Экономика и управление на предприятии
БелГУТ		14400			
ГГУ им. Ф.Скорины	14058			14058	14058
ГГТУ им. П.О.Сухого			14200		14200
БТУ ПК		12 144	12 144	12 144	12 144
Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»	16512	15996	15996	15996	15996

Как видно из таблицы, стоимость обучения в УО «БелГУТ» составит 14,4 млн руб. за год, в ГГУ им. Ф. Скорины –14,058 млн руб., в ГГТУ им. П.О. Сухого – 14,2 млн руб., в БТУ ПК – 12,144 млн руб. Стоимость обучения на дневной форме получения образования обойдется для студентов Гомельского филиала Международного университета «МИТСО» специальности «Правоведение» в 16,5 млн руб. в год, экономических специальностей – без малого 16 млн руб.

Стоимость обучения на заочной форме получения образования для студентов Гомельского филиала Международного университета «МИТСО» специальности «Правоведение» составляет 9,58 млн руб. в год, специальностей экономического профиля – 9,08 млн руб. В то же время основной ближайший конкурент, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, установил цену 8,5 млн руб. в год (по состоянию на 1 сентября 2014 г).

Таким образом, если в прежние годы Филиал «лидировал» по стоимости обучения для студентов заочной формы получения образования, то начиная с 2013-2014 учебного года Гомельский филиал Международного университета «МИТСО» устанавливает наибольшую цену обучения в Гомеле по обеим формам получения образования.

С целью совершенствования профориентационной работы кафедрой маркетинга и логистики выполнено исследование профессиональных предпочтений выпускников школ.

По данным отделов образования Гомельской области в 2015 году 11 класс будут заканчивать 8252 человека, в т.ч. в г. Гомеле – 2830 (34,3 %).

В начале 2014/2015 учебного года Гомельским региональным центром тестирования и профессиональной ориентации учащейся молодежи (ГРЦГиПОУМ) было проведено **сплошное анкетирование** 11-классников области по программе «Профпрогноз». Было опрошено 8019 выпускников школ, гимназий и лицеев (97,2 %).

Результаты опроса, проведенного ГРЦГиПОУМ, показали, что только 55 учащихся или 0,7 % из числа опрошенных не планируют продолжить обучение. Для сравнения, в 2013 году таких выпускников было 84 из 9002 опрошенных или 0,9 %. Подавляющее большинство (99,3 %) опрошенных предполагают поступить в различные учреждения образования для продолжения учебы (таблица 3).

Таблица 3

**Данные о профессиональных намерениях выпускников средних школ Гомельской области в 2015 году**

Планируют поступление	Количество учащихся по годам	
	2013 год	2015 год
В учреждения ВО	6136	5941
в т.ч. по избранной специальности	5397	4485
В учреждения ССО	1612	1311
в т.ч. по избранной специальности	1080	765
В учреждения ПТО	1170	712
в т.ч. по избранной специальности	830	461

Из числа опрошенных 712 (8,9 %) юношей и девушек планируют поступление в учреждения профессионально-технического образования (ПТО). 1311 человек (16,3 %) планируют поступление в учреждения

среднего специального образования (ССО). Три четверти выпускников (5941 человек или 74,1 %) планируют поступление в учреждения высшего образования (ВО). В 2013 году после окончания школы планировали поступление в вузы 6136 человек (68,2 % из числа опрошенных). Налицо тенденция увеличения доли желающих получить высшее образование из числа выпускников школ в нашем регионе.

Однако 1456 человек из числа желающих продолжить обучение в вузах не определились на момент анкетирования с выбором специальности, что составляет почти четверть (24,5 %) от общего количества будущих абитуриентов.

В целом из числа тех, кто планирует продолжить обучение, 2253 человека (28,3 %) не выбрали для себя профессию или специальность.

Анкетирование ГРЦГиПОУМ показало, что наиболее востребованными специальностями для абитуриентов 2015 года явились: лечебное дело, правоведение, психология, фармация, современные иностранные языки, архитектура, физическая культура, программное обеспечение информационных систем, маркетинг, экономика и управление на предприятии (таблица 4).

С целью выявления профессиональных предпочтений у учащихся средних школ и оценки качества профориентационной работы в январе 2015 нами проведено **выборочное исследование в школах города Гомеля**.

По заранее разработанному плану выполнено анкетирование 303 учащихся 11 классов, что составило 10,7 % от общего числа выпускников средних школ Гомеля. В анкетировании приняли участие 179 девушек (59,1 %) и 124 юноши (40,9 %).

На вопрос о том, что планируют делать выпускники после окончания школы 263 респондента, что составляет 86,8 % из числа опрошенных, изъявили желание продолжить учебу.

Таблица 4

**Данные о наиболее востребованных специальностях учреждений ВО среди выпускников средних школ Гомельской области в 2015 году («Топ-10»)**

Специальность	Количество учащихся и их удельный вес из числа избравших специальность	
	Чел.	%
лечебное дело	464	10,3
правоведение	195	4,3
психология	97	2,2
фармация	93	2,1
современные иностранные языки	91	2,0
архитектура	89	2,0
физическая культура	87	1,9
программное обеспечение ИС	87	1,9
маркетинг	71	1,6
экономика и управление на предприятии	69	1,5

Собираются после окончания школы:

- пойти работать – 19 человек (6,3 %);
- служить в армии или выйти замуж – 11 (3,6 %);
- ничего не делать, отдыхать (жить за счет родителей) – 10 (3,3 %).

Хотели бы в будущем заниматься:

- умственным трудом – 237 человек (78,3 %);
- физическим трудом – 66 (21,7 %).

На вопрос «Знаете ли Вы, где найти информацию о будущей профессии?» ответили:

- «да» – 270 человек (89,1 %);
- «нет» – 33 (10,9 %).

На момент анкетирования 249 человек (82,2 % из числа опрошенных) определились с выбором будущей профессии. Однако только 231 из них, что составляет 92,8 %, смогли указать, в каком классе они определились:

- до 9 класса – 30 учащихся (13,0 %);
- в 9 классе – 39 (16,9 %);
- в 10 классе – 72 (31,1 %);
- в 11 классе – 90 (39,0 %).

Еще меньшее число выпускников (175 чел. – 70,3 % из числа определившихся или 57,8 % из общего числа респондентов) смогли и захотели указать свою будущую профессию:

- врач – 23 человека (7,6 %);

- программист – 18 (6 %);
- юрист – 17 (5,7 %);
- экономист – 14 (4,7 %);
- инженер – 12 (4 %);
- логист – 10 (3,3 %);
- переводчик с иностранного языка – 7 (2,4 %);
- строитель – 7 (2,4 %);
- педагог – 6 (2 %).

По 2–3 человека назвали в качестве своей будущей профессии: архитектор, маркетолог, эколог, повар, медсестра, парикмахер, спасатель, электрик. Кроме того, назывались: химик-технолог, водитель, военнослужащий, продавец, токарь, дворник, художник, предприниматель, журналист, машинист, официант, нефтяник, пограничник, оценщик недвижимости, историк, инспектор налоговой инспекции, логопед, кинозвезда.

Такие результаты в целом согласуются с результатами исследования, выполненного ГРЦГиПОУМ по программе «Профпрогноз».

Информацию о будущей профессии учащиеся получили главным образом (возможны были несколько вариантов ответа):

- из рассказов родителей, родственников – 159;
- из рассказов друзей, знакомых – 72;
- из бесед с учителем (на занятиях в школе) – 37;
- из Интернета – 181;
- из газет, журналов, средств массовой информации – 53;
- по радио, телевидению – 41;
- другие – 12.

Как и следовало ожидать, наиболее востребованным источником информации у современных молодых людей является глобальная информационная сеть Интернет. Неожиданно низкую оценку получили радио и телевидение. Только 37 (12,2 %) учащихся из 303 опрошенных назвал в качестве источника информации о будущей профессии школу.

На вопрос «Что в конечном итоге повлияло на выбор будущей профессии?» ответили:

- профессия родителей, продолжение династии – 36;
- хороший заработок – 150;
- творческий характер деятельности (интересная работа) – 113;
- престижность и мода на будущую профессию – 55;
- легкая работа – 35;
- возможность быстрого карьерного роста – 51.

Материальный стимул в виде достойной заработной платы обоснованно является важнейшим фактором при выборе профессии молодыми людьми. Отрадно отметить, что творческий характер будущей деятельности также влияет на профессиональный выбор.

На вопрос «От кого в школе Вы получаете наибольший объем информации о профессиях?» были получены следующие ответы:

- администрация – 40;
- классный руководитель – 168;
- педагог социальный – 48;
- учителя-предметники, в т.ч. учитель труда – 59;
- педагог-психолог – 35.

По существу учащиеся оценили роль участников профориентационной деятельности в школе как недостаточную.

Результаты данного исследования будут использованы в дальнейшем для совершенствования маркетинговой деятельности Гомельского филиала Международного университета «МИТСО».

#### **Список использованных источников**

1. Портер, Майкл Э. Конкуренция / Майкл Э. Портер; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

# ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА – ВАЖНЕЙШЕЕ ЗВЕНО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

С. Лобанок

студент 3 курса, специальность «Финансы и кредит», группа 1211,

Руководитель: Л.П. Хлюст, доцент кафедры маркетинга  
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

В настоящее время с развитием мирового рынка товаров и услуг возросла роль маркетинга. Одновременно с возрастанием маркетинга повысилась роль маркетинговых коммуникаций. Недостаточно просто производить товары и услуги – для увеличения прибыли необходимо максимально донести до потребителя все преимущества товаров и услуг. Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить связь между производителем и потребителем, дать потребителю узнать максимальную информацию о товаре либо услуге.

Маркетинговые коммуникации представляют собой процесс передачи целевой аудитории информации о продукте. Основными направлениями маркетинговых коммуникаций являются: реклама, PR (связи с общественностью), стимулирование сбыта, личные продажи, брендинг. В современных условиях глобализации, роль маркетинговых коммуникаций является одним из показателей успешности бизнеса.

Особо остановимся на таком виде маркетинговых коммуникаций как реклама в сети Интернет.

Реклама – это часть маркетинговых коммуникаций, слово реклама произошло от латинского «*reclamare*» и в переводе означает как выкрикивать, распространять информацию о товаре, либо услуге с использованием любых средств, а также в любой форме, адресованную определённому кругу лиц.

Современный человек встречается с рекламой постоянно в процессе посещения информационных порталов, торговых порталов, хостингов видео, социальных сетей и т.д.

Реклама в Интернет отличается от иных средств распространения информации. Поэтому выделяют следующие виды рекламы:

- баннерную рекламу;
- рекламные статьи;
- рассылка рекламы;
- контекстная реклама.

Баннерная реклама – это такой вид рекламы, который позволяет очень легко и просто как разместить рекламное объявление, так и заработать на такой рекламе. Как правило, такая реклама размещается на сайте сбоку либо вверху страницы, имеет большой размер, броский дизайн и ссылку на сайт рекламодателя. Цель её задержать внимание человека зашедшего на страницу сайта, а также заставить кликнуть по ссылке на рекламном баннере. Баннеры имеют несколько стандартных размеров для распространения через баннерообменные сети. Цены на такую рекламу в среднем на белорусском интернет-портале tut.by составляют 4.000.000 белорусских рублей в сутки. Желательно также размещать баннеры на специализированных ресурсах по тематике близкой, а в идеале – совпадающей с тематикой продвигаемого продукта. Также нужно отметить тот факт, что для рекламы необходимо выбирать тот информационный ресурс, у которого аудитория сходна с целевой аудиторией.

Рекламные статьи, в которой подробно рассказываются преимущества рекламируемого товара и приводятся убедительные доказательства со ссылкой на экспертов или других авторитетных лиц, чьё мнение может иметь решающее значение для данной целевой аудитории. Так же она должна быть интересной, похожей на обычную статью, и практически не навязчивой. Стоимость данной рекламы к примеру на tut.by составляет 228.000.000 белорусских рублей в сутки с учётом НДС.

Рассылка рекламы или попросту «Спам». Данная реклама имеет вид массовой рассылки посредством электронной почты, посланий содержащих рекламную информацию. К её плюсам можно отнести: минимальные затраты, большую аудиторию. Однако минусы у нее самые большие по сравнению с остальными видами рекламы в Интернет. Часто такие сообщения сразу удаляются адресатом еще до прочтения из-за четкого негативного отношения к таким письмам, вызванного огромным количеством подобных рекламных писем, получаемых адресатом.

Контекстная реклама – это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя сети Интернет. Контекстная реклама – это наиболее действенный способ для продвижения интернет-порталов. Ведь её главная особенность заключается в том, что контекстную рекламу могут видеть только те пользователи, которые реально заинтересованы в услугах или определенной информации на сайте. Теперь не вы ищите клиента, а он ищет вас и находит благодаря контекстной рекламе. В поисковых системах она дей-



ствует следующим образом. Когда пользователь вводит в поисковой системе запрос в результатах сверху или справа отображается реклама продукта или услуги, содержащая введенное слово пользователем. К примеру мы ищем автомобиль – это ключевое слово поиска и слева либо справа отображается информация: «Продам авто дешево», «Автомобили в кредит», «Купить автомобили в лизинг». Выбор поисковых компаний относительно невысок это: «Гугл Адвордс» и «Яндекс Директ». Минимальная цена данной рекламы на «Яндекс» составляет 300 российский рублей с учётом НДС.

Также необходимо продвигать медиа рекламу на популярном видео хостинге youtube.com. Данная реклама включает в себя форматы рекламы:

1. Медийная реклама — это баннер размером 300x250 пикселей, отображается справа от видео над списком похожих видеороликов;
2. Оверлеи In-video — прозрачный баннер с текстом внизу прямо в экране проигрывателя видео, при закрытии сворачивается в небольшого размера прозрачную стрелку;
3. TrueView In-Stream — реклама в видеоформате, отображается во время просмотра видеоролика (в начале, в конце или в заданный момент). Для длинных рекламных роликов есть кнопка «Пропустить», которая становится активна через 5 секунд от начала просмотра рекламы;
4. TrueView In-Display — реклама справа от окна проигрывателя видео, похожа на баннер медийной рекламы, но имеет меньший размер;
5. Стандартные объявления In-Stream — это видеоформат рекламы наподобие TrueView In-Stream, также отображается в начале, конце ролика или в заданный момент. Бывает как с кнопкой «Пропустить», так и без нее (для коротких рекламных видео);

Преимущества данной рекламы заключаются в следующем:

1. Огромная аудитория пользователей, а точнее весь мир;
2. Низкая цена, она формируется от количества показов, например, 5 долларов на 1000 просмотров видео (она может изменяться в зависимости от различных факторов). Также эта сумма делится между компанией и владельцем видео.

В современных условиях глобализации, роль маркетинговых коммуникаций является одним из показателей успешности бизнеса. Интернет-реклама имеет огромное значение в условиях глобализации, т.к. Интернет – это глобальная сеть, которая охватывает всю землю. Для того, чтобы прорекламить свой товар либо услугу в другой стране, нам не нужно никуда идти, нам просто нужно выйти в Интернет, найти необходимый «Интернет-ресурс» и разместить на нём свою рекламу. В условиях глобализации стираются привычные границы, которыми были связаны рекламодатели. Появляются единые для всего мира поисковые системы, файло-обменники, хостинги видео. В настоящее время рекламодателям очень выгодно использовать интернет-рекламу. В пользу это говорят такие показатели, как огромная посещаемость глобальной сети, большое количество разнообразных интернет-ресурсов. Возможность быстро разместить рекламу в любой точке мира, а также при этом минимально затратить на неё ресурсы, позволяет с уверенностью заявить о том, что интернет-реклама является важнейшим звеном маркетинговых коммуникаций в условиях современной глобализации.

## **МОДЕЛИ РЕФЛЕКСИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧАХ РЕФЛЕКСИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**М.В. Мальчик,**

доктор экономических наук, профессор,

**З.А. Толчанова,**

кандидат экономических наук, доцент,

*Национальный университет водного хозяйства и природопользования,*

*г.Ровно, Украина*

**Введение.** Любая производственная система в большинстве случаев является социальной системой. Задача управления социальными системами может оказаться непростой не только с точки зрения маркетинга, поскольку каждый элемент этой системы – человек – является в определенной степени автономным, рассуждающим, целенаправленным и принимающим решения. Причем решения эти не обязательно согласовываются со стратегией развития и целями предприятия. В экономической практике множество примеров, когда реализация самых благих и перспективных стратегий предприятия разбивались о непонимание или сопротивление сотрудников, и наоборот, когда личностные качества отдельных людей позволяли реа-

лизовать то, что, казалось бы, нереализуемо. Таким образом, одна из важнейших маркетинговых задач управления производством и внутренними факторами конкурентоспособности в целом состоит в управлении людьми, их поведением. Причем не «трудом», не обезличенным функциональным «персоналом», а именно каждым человеком – с учетом того, что он обладает собственными целями, интеллектом и способен принимать решения.

Однако, даже если производство полностью автоматическое, маркетинг предприятия предполагает взаимодействие с множеством субъектов во внешней среде: поставщиками, конкурентами, государственными органами, инфраструктурными предприятиями, потребителями, решения в которых принимается людьми. И если персоналом еще можно управлять, используя только административные формы воздействий, основанные на приказах и их обязательном выполнении сотрудниками, то влиять таким же образом на лиц, принимающих решения вне данной системы, невозможно. С другой стороны, известно, что люди в повседневной жизни, не связанные никакими административными отношениями, общаясь друг с другом, способны оказывать существенное влияние на поведение других людей. Механизмы оказания такого рода влияний основаны на знании образа мышления других людей, их чувств, стереотипов поведения и возможности предсказать их действия в зависимости от того или иного информационного воздействия. Такое информационное воздействие, которое является основанием для принятия решения субъектом и приводит к прогнозируемому решению, выгодному лицу, инициировавшему данное воздействие, будем называть рефлексивным воздействием.

Задачи рефлексивного управления предприятиями слабоизученные, поскольку являются больше предметом изучения психологии, а не экономики. [4] Большой вклад в систему рефлексивного управления внес В.А. Лефевр,[1] который вывел понятие рефлексии из сугубо философского в общесистемное междисциплинарное поле. Основными направлениями рефлексивного подхода на практике являются проблематика поддержки управленческой деятельности в условиях компьютеризации (субъектно-ориентированная концепция В.Е. Лепского), синергетика как одно из перспективных направлений интеграции наук, в сфере образования (работы Г.П. Щедровицкого и его последователей), в информационной безопасности – вскрытие негативов политического PR, СМИ и др. (научные труды В.Е. Лепского, А.М. Степанова).

Тем не менее, оценка экономической эффективности решения таких задач позволяет предположить, что для современного производства, функционирующего в условиях жесткой конкуренции, рефлексивное управление является важнейшим инструментом повышения конкурентоспособности промышленных предприятий и по мере истощения остальных ресурсов (факторов производства) его роль со временем будет только повышаться. Следовательно, экономическую науку и науку об управлении нельзя изучать в отрыве от психологии и не учитывать психологических моделей принятия решения человеком.

**Результаты исследования.** Решение большинства маркетинговых задач рефлексивного управления невозможно, не имея модели принятия решения субъектом, над которым проводится управление. Оказывая некоторое рефлексивное воздействие, управляющий субъект (манипулятор), предоставляет лицу, принимающему решение (ЛПР), свободу выбора одной из нескольких альтернатив, и важно иметь некоторую оценочную модель, которая могла бы определить, насколько данное управляющее воздействие приближает ЛПР к принятию той альтернативы, которая выгодна управляющему субъекту.

Рассмотрим общий биполярный случай, когда некоторое управляющее рефлексивное воздействие  $m$  направлено на побуждение ЛПР к определенному конкретному действию  $A$ , и перед ЛПР стоит две альтернативы: выполнить это действие или не выполнять его. Технически такое воздействие может быть оказано, например, в виде некоторого информационного сообщения, которое ЛПР получает из определенного источника. *Мгновенная реакция* ЛПР на такое сообщение может быть выражена двумя способами:

1<sup>0</sup> ЛПР принимает информацию сообщения, что влечет за собой ряд действий  $A$  со стороны ЛПР, являющихся адекватной (или прогнозируемой управляющим субъектом) реакцией на это сообщение;

2<sup>0</sup> ЛПР отвергает информацию сообщения (не доверяя ей). В этом случае, в зависимости от уровня недоверия к этой информации в дальнейшем возможны такие действия со стороны ЛПР:

- а) дополнительная проверка достоверности информационного сообщения;
- б) полное игнорирование полученной информации без попыток предпринимать какие-либо действия;
- в) осуществление действий, неадекватных информации данного сообщения (в частности, обратные  $A$ ), которые в зависимости от ранга рефлексии управляющего субъекта могут быть прогнозируемыми или нет.

Положим для начала, что решение ЛПР принимает *сразу*, поэтому его реакция проявляется в альтернативах 1<sup>0</sup> или 2<sup>0</sup>б. Альтернатива 1<sup>0</sup> направлена на изменение текущего состояния, альтернатива 2<sup>0</sup> – на сохранение. Данное предположение не является искусственным. Как отмечалось в 3.2 человеку свойственно мыслить стереотипами. Шаблонное мышление является результатом эволюции психологии человека, поскольку позволяет принимать решения быстро, основываясь на полученном ранее опыте и знаниях, не анализируя каждый раз заново все факторы [3]. Если бы каждое решение требовало анализа всех факторов, количество действий, которое в состоянии был бы выполнить человек, было бы крайне ограниченным, что

не позволило бы ему существовать и развиваться. Поэтому, если вопрос не настолько важен, что требует дополнительного детального изучения (а это время и ресурсы, которые у ЛПР всегда в дефиците), решение принимается на основании имеющихся у ЛПР шаблонов поведения. Субъект, осуществляющий рефлексивное управление может пользоваться этими шаблонами поведения, используя отдельные элементы информации, являющиеся «спусковыми механизмами» активизации того или иного шаблона поведения, что приводит к необдуманным, мгновенным решениям со стороны ЛПР.

Пусть  $P$  – вероятность выбора ЛПР альтернативы  $1^0$ . Выделим факторы, которые оказывают влияние на величину  $P$ .

1. Собственные знания ЛПР в данной предметной области, выражающиеся в рациональных (с точки зрения ЛПР) категориях. Очевидно, чем сильнее коррелирует действие  $A$ , к которому побуждает информационное сообщение, с собственными представлениями ЛПР о рациональности и ценности этого действия, тем с большей вероятностью оно будет осуществлено.

2. Окружающее ЛПР информационное пространство о данной предметной области: сообщения в СМИ, публикации в специализированных и профессиональных изданиях, мнения авторитетных экспертов. Если все эти источники информации согласуются с полученным информационным сообщением и оправдывают действие  $A$ , и являются, по мнению ЛПР, независимыми и непредвзятыми, то это, очевидно, повышает вероятность  $P$ .

3. Окружающее ЛПР информационное пространство о данной предметной области, которое, по мнению ЛПР, является связанным с источником информационного сообщения и/или не является непредвзятым: высказывания экспертов, публикации авторов, заинтересованных в действиях  $A$  со стороны ЛПР. Такие источники информации могут восприниматься ЛПР как давление, понуждающее к действию  $A$ , которое оценивается негативно. Чем интенсивнее такое давление, тем при прочих равных условиях более осторожен ЛПР в выборе действия  $A$ , и, следовательно, вероятность  $P$  может уменьшаться.

4. Уровень недоверия к источнику сообщения. Здесь, очевидно, чем меньше ЛПР доверяет источнику информации, тем меньше вероятность выбора действия  $A$ .

5. Иррациональные факторы, склоняющие ЛПР осуществить действие  $A$ , которые возникают при получении информационного сообщения и могут проявляться в форме желания ЛПР на осознанном уровне, но не быть обоснованными с рациональной точки зрения. В эту группу факторов можно включить интуицию, собственные субъективные предпочтения ЛПР, его психо-эмоциональное состояние в момент принятия решения. Очевидно, что данные факторы имеют прямое влияние на вероятность  $P$ .

6. Собственные интенции ЛПР, осуществить действие  $A$ , которые были у ЛПР до получения информационного сообщения  $m$ . Это осознанное ЛПР желание (готовность) осуществить действия  $A$ , которое ранее было обосновано рациональными факторами 1-3, а также иррациональными факторами 5. Можно сказать, что это та вероятность, с которой, по мнению ЛПР, он осуществил бы действие  $A$ .

Формализуем данные факторы для их количественной оценки.

1. Пусть ЛПР обладает некоторой функцией ценности последствий от действия  $A$ , которая выражает объективную (по мнению ЛПР) необходимость в этом действии, и которая принимает значение на интервале  $[0; 1]$ :  $f_0(A) = 0$ , если никаких объективных предпосылок к этому действию нет, или последствия от него дают сугубо негативный результат;  $f_0(A) = 1$ , если все последствия действия  $A$ , дают однозначно положительный результат. Пусть также у ЛПР имеются некоторые сомнения в достоверности собственных знаний о предметной области, которые позволяют ему сомневаться в точности оценки функции  $f_0(A)$ . Данный параметр также принимает значение на интервале  $[0; 1]$ :  $\alpha_0 = 0$ , если ЛПР чувствует себя абсолютно некомпетентным в данной предметной области;  $\alpha_0 = 1$ , если ЛПР абсолютно уверен в достоверности своих знаний и, соответственно, точности оценки функции  $f_0(A)$ .

Тогда величина  $\alpha_0 f_0(A)$  – отражает уровень воздействия фактора 1 – собственных знаний ЛПР в данной предметной области.

2. Пусть ЛПР получает информацию о данной предметной области из  $n$  независимых источников, не заинтересованных, по мнению ЛПР, в его действии  $A$ . Пусть  $f_1(A), \dots, f_n(A)$  – оценки полезности действия  $A$ , полученные от каждого из источников  $f_i(A) \in [0; 1]$ . Обозначим  $\alpha_1, \dots, \alpha_n$  – уровень доверия к источнику (его компетентности, авторитетности):  $\alpha_i = 1$ , если ЛПР абсолютно доверяет источнику и готов безоговорочно принять его мнение,  $\alpha_i = 0$ , если мнение источника полностью игнорируется ЛПР.

Тогда величина  $\max_{i=1, n} \alpha_i f_i(A)$  отражает уровень воздействия фактора 2 – влияния окружающего

ЛПР информационного пространства. Такая оценка может выглядеть несколько упрощенно, так как на практике можно иногда наблюдать и некоторый мультипликативный эффект, однако, в любом случае предложенная оценка не завышает степень влияния фактора 2 и в целом соответствует большинству реальных ситуаций.

Факторы 1 и 2 удобно объединить в некий общий фактор, отражающий ценность для ЛПР осуществления действия  $A$ . Этот фактор  $x_1 \in [0;1]$  оценивается величиной:

$$x_1 = \max_{i=0,n} \alpha_i f_i(A). \quad (1)$$

3. Пусть ЛПР получает информацию о данной предметной области из  $k$  независимых источников, которые заинтересованы, *по мнению ЛПР*, в его действии  $A$ . Аналогично фактору 2, функции  $f_{n+1}(A), \dots, f_{n+k}(A)$  отражают полезности действия  $A$ , полученные от каждого из источников;  $\alpha_{n+1}, \dots, \alpha_{n+k}$  – уровень компетентности источника. Пусть, кроме этого, ЛПР имеет некоторые оценки заинтересованности источников в действии  $A$ :  $\beta_{n+1}, \dots, \beta_{n+k}, \beta_i \in [0;1]$ :  $\beta_i = 1$ , если ЛПР абсолютно уверен, что информация из этого источника необъективна и направлена исключительно на понуждение ЛПР к действию  $A$ ,  $\beta_i = 0$ , если ЛПР абсолютно уверен, что данный источник объективен и не имеет никаких мотивов манипулировать им (для  $i = 1, n, \beta_i = 0$ ). Тогда величина  $\beta_i \alpha_i f_i(A)$  воспринимается ЛПР, как давление, понуждающее к выбору действия, выгодного третьим лицам.

Соответственно, величина  $\max_{i=n+1,n+k} \beta_i \alpha_i f_i(A)$  – отражает уровень воздействия фактора 3.

4. Уровень недоверия к источнику сообщения  $m$  будем определять величиной  $\beta_0 \in [0;1]$ , которая определяется аналогично величинам  $\beta_i$  при оценке фактора 3.

Факторы 3 и 4 также удобно объединить в некий общий фактор, отражающий, *по мнению ЛПР*, уровень принуждения к осуществлению действия  $A$ , которое выгодно манипуляторам. Этот фактор  $x_2 \in [0;1]$  оценивается величиной:

$$x_2 = \max \left( \beta_0; \max_{i=n+1,n+k} \beta_i \alpha_i f_i(A) \right). \quad (2)$$

Поскольку на практике, нельзя всегда однозначно разделить окружающее ЛПР информационное пространство на незаинтересованные и заинтересованные в манипуляциях источники информации, имеет смысл оценивать величины  $\beta_i$  для всех  $N = n + k$  источников информации. Тогда формулы (1) и (2) примут вид:

$$x_1 = \max \left( \alpha_0 f_0(A); \max_{i=1,N} \alpha_i (1 - \beta_i) f_i(A) \right), \quad (3)$$

$$x_2 = \max \left( \beta_0; \max_{i=1,N} \beta_i \alpha_i f_i(A) \right). \quad (4)$$

Заметим, что при  $\beta_i = 0 \vee 1$  формула (3) соответствует формуле (1). Кроме того, даже если некоторые источники информации в незначительной степени заинтересованы в осуществлении ЛПР действия  $A$  (величина  $\beta_i$  незначительно отличается от нуля), но при этом достаточно авторитетны ( $\alpha_i$  близко к единице), то они также могут оказывать влияние на фактор 2 и величину  $x_1$ , что вполне соответствует практическим наблюдениям.

5. Попытки формализовать иррациональные факторы, склоняющие ЛПР осуществить действие  $A$ , являются бессмысленными, поскольку действие этих факторов воспринимается ЛПР на подсознательном уровне, а на осознанном уровне проявляются в виде интенций, причины которых трудно объяснить даже самому ЛПР. Поэтому совокупное действие этих факторов условимся обозначать величиной  $\gamma_0 \in [0;1]$ . Интерпретировать крайние точки можно так: если ЛПР осознает полное отсутствие рациональной компоненты в действии  $A$  и при этом отсутствует всякое давление, принуждающее к выбору действия  $A$  (то есть  $x_1 = x_2 = 0$ ), то при  $\gamma_0 = 0$ , вероятность выбора действия  $P = 0$ , а при  $\gamma_0 = 1$ , вероятность  $P = 1$ .

6. ЛПР может задумываться над целесообразностью осуществления действия  $A$  еще до получения информационного сообщения  $m$ , тогда ЛПР осознает некоторый уровень готовности к осуществлению действия  $A$ , который зависит от значения  $x_1$  (формула (3)), значения  $x_2$  (формула (4) без учета  $\beta_0$ ) и значения  $\gamma_0$ . Тогда фактор, отражающий интенции субъекта осуществить действие  $A$  до получения им сообщения  $m$ , можно описать функцией:

$$x_3 = g(x_1; x_2; \gamma_0), \quad (5)$$

причем  $x_1$  и  $\gamma_0$  оказывает прямое воздействие на  $x_3$ , а  $x_2$  – обратное.

Заметим, что осознание субъектом своей готовности к осуществлению действия  $A$ , приводит к тому, что эта осознанная готовность становится интенцией к этому действию, а реальное значение готовности может измениться. Исходя из этого искомая функция  $P$  вероятности выбора альтернативы  $1^0$  при получении ЛПР информационного сообщения  $m$ , зависящая от  $x_1, x_2, x_3$  имеет ту же форму что и функция  $g$ :

$$P = g(x_1; x_2; x_3), \quad (6)$$

Это позволяет обосновать рекурсивность функции принятия решений, которая будет рассмотрена позже.

Заметим, что факторы 1-6, представленные выше, отражали влияние на принятие решения по выбору ЛПР альтернативы  $1^0$ , направленной на изменение текущего состояния. Если бы лицом, принимающим решение, изучалась альтернатива  $2^0$ , направленная на возможность сохранения текущего состояния, что привело бы к некоторому действию  $\tilde{A}$ , которое является альтернативой  $A$ , либо вообще бездействием, то методика оценки факторов 1-6 осталась бы прежней, однако исходя из формул (3)-(4), очевидно:

$$x_1(\tilde{A}) \geq (1 - x_1(A)), \quad (7)$$

$$x_2(\tilde{A}) \geq (1 - x_2(A)), \quad (8)$$

$$\gamma_0(\tilde{A}) + \gamma_0(A) \leq 1. \quad (9)$$

Таким образом, ценность альтернативы  $2^0$  ( $x_1(\tilde{A})$ ) не зависит от ценности альтернативы  $1^0$  ( $x_1(A)$ ), равно как и уровень принуждения к  $\tilde{A}$  ( $x_2(\tilde{A})$ ) не зависит от уровня принуждения к  $A$  ( $x_2(A)$ ). И только иррациональная компонента  $\gamma_0(\tilde{A})$ , по определению, должна быть не больше  $1 - \gamma_0(A)$ . Тот факт, что  $\gamma_0(\tilde{A}) + \gamma_0(A)$  может быть не равно единице объясняется тем, что на подсознательном уровне ЛПР чувствует, что его возможные действия не обязательно ограничиваются двумя альтернативами, и альтернатив может быть больше. Разница  $1 - (\gamma_0(\tilde{A}) + \gamma_0(A))$ , отражает степень неудовлетворенности ЛПР всеми осознанными альтернативами.

Анализ формул (3)-(4) позволяет сделать вывод, что предложенную методику оценки факторов можно применять не обязательно к биполярному выбору, но и в ситуациях, когда выбор стоит перед более чем двумя альтернативами. Однако, при биполярном выборе лицом, принимающим решение, будет оцениваться только одна из двух альтернатив, как правило, направленная на изменение текущего состояния (рассмотрение целесообразности действия  $A$ , потребность в котором инициализирована информационным сообщением). По крайней мере, в дальнейшем будем исходить именно из этой посылки, считая, что противоположная альтернатива лицом, принимающим решение, дополнительно не изучается, поскольку воспринимается, как обратная. Как видно, из (7)-(9) – это не так.

Кроме того, в зависимости от того, какая из двух альтернатив рассматривалась ЛПР, вероятности  $P(A)$ , найденные по формуле (6) могут оказаться разными. Обозначим:

$P(A)|_1, P(\tilde{A})|_1$  – вероятность осуществления ЛПР действий  $A, \tilde{A}$ , если им рассматривалась альтернатива  $1^0$ ;

$P(A)|_2, P(\tilde{A})|_2$  – вероятность осуществления ЛПР действий  $A, \tilde{A}$ , если им рассматривалась альтернатива  $2^0$ .

Тогда:

$$\begin{aligned} P(A)|_1 &= g(x_1(A); x_2(A); x_3(A)), & P(\tilde{A})|_1 &= 1 - P(A)|_1; \\ P(\tilde{A})|_2 &= g(x_1(\tilde{A}); x_2(\tilde{A}); x_3(\tilde{A})), & P(A)|_2 &= 1 - P(\tilde{A})|_2. \end{aligned} \quad (10)$$

При этом, учитывая, что  $x_1$  оказывает прямое влияние, из (3), очевидно, следует, что  $P(A)|_1 + P(\tilde{A})|_2 \geq 1$ .

Таким образом, еще одним фактором, оказывающим влияние на вероятность выбора альтернативы, является то, какая из двух альтернатив оценивается ЛПР. Данный (седьмой) фактор назовем *полярностью*, а ту альтернативу, которую оценивает ЛПР, будем называть *позитивным полюсом*.

Источник информационного сообщения  $m$ , оказывает на  $P(A)$  такое же влияние, как и любой другой источник информации, и никакой уникальной роли ему не отводится, однако получение информационного сообщения инициализирует запуск данного процесса принятия решения. И если предположить, что изна-

чально ЛПР находится в «информационном голоде» касательно данной предметной области и в принципе не задумывается о возможности действия  $A$ , или задумывается в некоторой отдаленной перспективе, то информационное сообщение  $t$  является инициатором и катализатором принятия решения.

Рассмотрим теперь, каким образом можно получить функцию (6) в явном виде. Для этого проанализируем поведение функции в крайних точках.

Если  $x_1 = x_2 = 0$ , тогда готовность к выбору, по определению фактора 5 равна  $\gamma_0$  и равна  $x_3$ :  $P(0, 0, x_3) = x_3$ . Это отражает ситуацию свободного выбора, когда субъект принимает решения, руководствуясь исключительно своими осознанными интенциями. Тогда получим две крайние точки:

- 1)  $P(0, 0, 0) = 0$ ;
- 2)  $P(0, 0, 1) = 1$ .

Если  $x_1 = 1$ , то независимо от значений  $x_2$  и  $x_3$ , готовность к выбору равна единице:  $P(1, x_2, x_3) = 1$ . Ситуация  $x_1 = 1$  по определению возможна, только если ЛПР абсолютно уверен в своей правоте и осознает абсолютную ценность позитивной альтернативы, либо же когда ЛПР абсолютно доверяет источнику информации, который декларирует абсолютную полезность позитивной альтернативы. Последняя ситуация объясняет эффект стадности в принятии решений и стремление следовать за авторитетами. В случае  $x_1 = 1$ , независимо от информационного сообщения, уровня принуждения и собственных интенций, будет сделан выбор в пользу позитивной альтернативы. Тогда получим еще четыре крайние точки:

- 3)  $P(1, 0, 0) = 1$ ;
- 4)  $P(1, 0, 1) = 1$ ;
- 5)  $P(1, 1, 0) = 1$ ;
- 6)  $P(1, 1, 1) = 1$ .

Если  $x_1 = 0$ , а  $x_2 = 1$ , тогда независимо от  $x_3$  готовность к выбору равна 0:  $P(0, 1, x_3) = 0$ . Именно здесь проявляется обратное воздействие фактора  $x_2$ : увеличение давления при отсутствии рациональной компоненты приводит к снижению влияния внутренних интенций – принуждение «убивает желание». Эту ситуацию также можно описать как вскрытие манипуляции, когда ощущаемое субъектом принуждение к выбору позитивного полюса прямо противоположно испытываемой потребности в этом. В этом случае независимо от первоначальных интенций, ЛПР данную альтернативу не выберет. В итоге получим еще две крайних точки:

- 7)  $P(0, 1, 0) = 0$ ;
- 8)  $P(0, 1, 1) = 0$ .

Если предположить, что каждая из описанных переменных при фиксированном значении остальных влияет на  $P$  линейно, тогда функция  $P$  имеет следующий аддитивно-мультипликативный вид:

$$P = g(x_1; x_2; x_3) = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_1x_2 + a_5x_1x_3 + a_6x_2x_3 + a_7x_1x_2x_3 \quad (11)$$

Подставляя крайние точки 1)-8) в (11), получим систему уравнений:

$$\begin{aligned} a_0 &= 0; \\ a_0 + a_3 &= 1, \Rightarrow a_3 = 1; \\ a_0 + a_1 &= 1, \Rightarrow a_1 = 1; \\ a_0 + a_1 + a_3 + a_5 &= 1 \Rightarrow a_5 = -1; \\ a_0 + a_1 + a_2 + a_4 &= 1 \Rightarrow a_2 + a_4 = 0; \\ a_0 + a_1 + a_2 + a_3 + a_4 + a_5 + a_6 + a_7 &= 1; \Rightarrow a_6 + a_7 = 0; \\ a_0 + a_2 &= 0, \Rightarrow a_2 = 0, a_4 = 0; \\ a_0 + a_2 + a_3 + a_6 &= 0 \Rightarrow a_6 = -1, a_7 = 1. \end{aligned}$$

Таким образом,

$$P = x_1 + x_3 - x_1x_3 - x_2x_3 + x_1x_2x_3,$$

откуда:

$$\begin{aligned} P &= x_1 + (1 - x_1 - x_2 + x_1x_2)x_3 = x_1 + (1 - x_1 - x_2(1 - x_1))x_3 = \\ &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_3. \end{aligned} \quad (12)$$

Данная модель совпадает с аналитической моделью биполярного выбора субъекта В.А. Лефевра [1-4], поэтому предположения, которые были сделаны при ее построении, можно считать в целом достоверными.

Существенным предположением, ограничивающим область применения модели (12), является предположение о том, что ЛПР осуществляет решение сразу, выбирая одну из альтернатив  $1^0$  или  $2^0$ , не имея возможности должным образом обдумать ситуацию. Оно справедливо только в некоторых ситуациях, принятие решений в которых ограничено во времени, не принципиально для ЛПР, не требует от него детально-

го изучения вопроса или осуществляется посредством автоматического мышления. Таким образом, эту модель можно применить в рефлексивном управлении только в ограниченных ситуациях, решение по которым для ЛПР не принципиально.

Однако, с помощью данной модели можно оценить, каким образом воздействие повлияет на общее восприятие ЛПР данной ситуации. Ведь, если даже нужное решение не будет принято, *склонность* к принятию этого решения у ЛПР может возрасти и дальнейшие рефлексивные воздействия могут привести к тому, что нужное решение все-таки будет принято.

Рассмотрим теперь, каким образом данная модель быть применена в рефлексивном управлении, если исключить первое предположение о мгновенном выборе.

До момента получения ЛПР информационного сообщения  $m$ , ЛПР не задумывается о необходимости принятия решения относительно осуществления действия  $A$ . Тогда вероятность осуществления этого действия  $P_0(A)$  согласно (5) и (12) составит:

$$x_3^0 = P_0(A) = g(x_1; x_2; \gamma_0) = x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)\gamma_0. \quad (13)$$

Вероятность  $P_0(A)$  проявляется в виде пока еще неосознанных ЛПР интенций  $x_3^0$ , направленных на осуществление действия  $A$ , и зависящих от факторов 1-3, 5. При получении ЛПР информационного сообщения  $m$ , склоняющего ЛПР к осуществлению действия  $A$ , запускается механизм принятия решения (рис. 1) и ЛПР осознает свои интенции  $x_3^0$ . Это приводит к тому, что вероятность выбора позитивной альтернативы становится равной

$$P_1(A) = x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_3^0,$$

что соответствует статической модели мгновенного выбора (12).

Пусть решение ЛПР принимает не сразу, однако справедливыми остаются предположения 2-5, сформулированные раньше. Тогда на некотором этапе осмысления ЛПР может осознать фактическую вероятность выбора им позитивной альтернативы, и эта вероятность становится новым значением интенций ЛПР.

То есть  $x_3^1 = P_1(A)$ , и тогда вероятность выбора ЛПР этой альтернативы изменится, став равной

$P_2(A) = g(x_1, x_2, x_3^1)$ . Таких этапов осознания может быть несколько. Еще раз подчеркнем, что поскольку предположение 2 о том, что ЛПР не получает дополнительной информации извне, остается справедливым, то значения  $x_1, x_2$  остаются неизменными на каждом этапе осознания. Пусть решение ЛПР принимается после  $t$  этапов осознания. Тогда вероятность выбора позитивной альтернативы на каждом этапе составит:

$$\begin{aligned} P_2(A) &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)(x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_3^0) = \\ &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_1 + (1 - x_1)^2(1 - x_2)^2 x_3^0, \\ P_3(A) &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)P_2(A) = \\ &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_1 + (1 - x_1)^2(1 - x_2)^2 x_1 + (1 - x_1)^3(1 - x_2)^3 x_3^0. \end{aligned}$$

Видно, что сумма всех слагаемых без последнего представляет собой геометрическую прогрессию со знаменателем  $(1 - x_1)(1 - x_2)$  и основанием  $x_1$ , тогда вероятность выбора позитивной альтернативы после  $t$  этапов осознания составит:

$$P_{t+1} = \frac{x_1(1 - [(1 - x_1)(1 - x_2)]^{t+1})}{1 - (1 - x_1)(1 - x_2)} + [(1 - x_1)(1 - x_2)]^{t+1} \cdot x_3^0. \quad (14)$$

Поскольку  $x_1, x_2 \in [0; 1]$ , при  $x_1$  или  $x_2$  существенно отличающихся от нуля, величина  $[(1 - x_1)(1 - x_2)]^{t+1}$  будет быстро стремиться к нулю. В пределе получим:

$$P_{\lim} = \lim_{t \rightarrow \infty} P_{t+1}(A) = \frac{x_1}{1 - (1 - x_1)(1 - x_2)}. \quad (15)$$

Таким образом, вероятность выбора ЛПР позитивной альтернативы при достаточно серьезном уровне осмысления проблемы не зависит от первоначальных интенций  $x_3^0$  и иррациональной составляющей  $\gamma_0$ , а определяется только переменными  $x_1, x_2$ .

Будем полагать, что пока осознанная ЛПР вероятность  $P_t$  существенно (по мнению ЛПР) отличается от его интенций  $x_3^{t-1}$ , решение не принимается и продолжается обдумываться. Как только ЛПР считает, что осознанная  $P_t$  совпадает с его интенциями  $x_3^{t-1}$ , принимается решение о выборе позитивной альтернативы с вероятностью  $P_{t+1}$ . Причем, из (4.14) видно, чем сильнее  $x_1$  или  $x_2$  отличаются от нуля, тем быстрее вероятность  $P_t$  сходится к константе  $P_{lim}$ . Так, при  $x_1 = x_2 = x_3^0 = 0,5$ , уже после первого осознания вероятность выбора отличается от  $P_{lim}$  всего на 1,5 %, а после третьего – на 0,1 %. В случае же, когда  $x_1 = x_2 = 0$ , как уже отмечалось выше, вероятность зависит только от иррациональных интенций ЛПР, и тогда  $P_{lim} = \gamma_0$ .

Исследование динамики модели (12) позволяют сделать еще ряд важных выводов:

1. При изначально больших значениях  $x_1$ , близких к единице, начальная вероятность выбора позитивной альтернативы  $P_1$  несущественно отличается от значения  $P_{lim}$ . При этом высокие значения  $x_2$  незначительно уменьшают величину  $P_{lim}$ , но  $P_t$  сходится к своему пределу быстрее, низкие значения  $x_2$  незначительно увеличивают значение  $P_{lim}$ , однако  $P_t$  сходится к пределу медленнее. Кроме того, начальная вероятность  $P_1$  и последующие  $P_t$  являются ниже предельной  $P_{lim}$ .

Стратегией управляющего субъекта в такой ситуации может быть: а) увеличение давления  $x_2$  для ускорения принятия решения сомневающимся ЛПР; б) уменьшения давления  $x_2$  для повышения вероятности выбора позитивной альтернативы. Определяющим фактором того, какая из двух стратегий предпочтительней является оценка управляющим субъектом интенций  $x_3$ : если они изначально высокие – предпочтительнее стратегия б), при низких начальных интенциях – стратегия а).

2. При изначально низких значениях  $x_1$ , близких к нулю, начальная вероятность выбора позитивной альтернативы  $P_1$  может существенно отличаться от значения  $P_{lim}$ . Влияние  $x_2$  аналогично первому выводу, однако, весовой вклад  $x_2$  существенно отличается от такового в предыдущем случае. Вероятность  $P_{lim}$  практически обратно пропорциональна  $x_2$ , следовательно, пользоваться стратегией увеличения давления для ускорения принятия ЛПР решения нельзя, поскольку это существенно уменьшает и начальную и предельную вероятности. Кроме того, при низких значениях  $x_2$ , существенно возрастает роль субъективных интенций ЛПР, которые определяют, будет ли вероятность  $P_t$  возрастать, приближаясь к  $P_{lim}$  (при изначально очень низком уровне интенций  $x_3^0$ ), или уменьшаться.

Однозначной стратегией управляющего субъекта в такой ситуации является уменьшение давления  $x_2$  для повышения вероятности выбора позитивной альтернативы. С другой стороны, стратегией может быть ограничение ЛПР во времени на принятие решения: чем на более раннем этапе осознания ЛПР примет решение, тем с большей вероятностью, будет произведен выбор позитивной альтернативы. Особенно этот вывод актуален при изначально высоком уровне интенций  $x_3^0$ .

Таким образом, модель (15), являющаяся динамическим видом модели (12), позволяет устранить предположение 1 о необходимости мгновенного принятия решения, что дает возможность ее использования при решении гораздо более широкого круга задач рефлексивного управления.

Кроме того, использование динамической модификации модели (12) также позволяет смягчить предположение 2 о том, что при принятии решения ЛПР не получает дополнительной информации извне. Если имеется возможность влиять на переменные  $x_1$ ,  $x_2$  и  $x_3$ , субъект, осуществляющий рефлексивное управление, может организовать такой поток информационных сообщений, который бы способствовал получению ЛПР выгодной для управляющего субъекта информации; наоборот, препятствовал бы получению той информации, которая для него не выгодна, или же дискредитировал источники невыгодной для управляющего субъекта информации.

Несмотря на то что, что модель (12) и ее модификации достаточно хорошо описывают рефлексии принятия решения, существует ряд ситуаций, ответ на которые применение данной модели не дает. В частности, например, модель не дает ответа на вопросы, почему срабатывает принцип взаимного обмена, принцип последовательности в поведении субъекта. Оказывается что оперирование только тремя переменными, описывающими ценность альтернативы ( $x_1$ ), принуждение к ее выбору ( $x_2$ ) и интенции ( $x_3$ ) не всегда бывает достаточно. Достаточно только в том случае, если субъект не испытывает *обязательств* к выбору данной альтернативы. Однако, часто можно наблюдать, что субъект выбирает альтернативу бессмысленную в плане полезности, явно против своих желаний, и при этом под открытым давлением! То есть не всегда выполняется условие  $P(0, 1, 0) = 0$ . Это происходит потому, что субъект испытывает внутренние обязательства перед другим субъектом, оказывающим на него давление. Он *должен*: соответствовать нормам морали, быть последовательным в своих высказываниях и поступках, быть благодарным, соответствовать определенным общепринятым нормам, принципам, законам. Более того в этой ситуации принуждение к выполнению обязательств, даже прямое, не оказывает негативного воздействия на  $P$ , а наоборот увеличивает готовность к выбору.



Таким образом, в модель (12) необходимо ввести четвертую переменную:

$x_4 \in [0; 1]$  – испытуемые ЛПР обязательства по принятию данного решения: формируются в результате действия принципов взаимного обмена и последовательности, чувств благодарности, признательности и т.д. Можно сказать, то  $x_4$  тоже является интенциями, но в отличие от *свободных* интенций  $x_3$ , формируемых собственными желаниями ЛПР, интенции  $x_4$  является *вынужденными*, обусловленными необходимостью выполнения действующих в данном социуме норм и законов.

Для построения четырехфакторной модели  $P = h(x_1, x_2, x_3, x_4)$  воспользуемся крайними точками 1)-8), описанными ранее. В этих точках  $x_4 = 0$ , поскольку воздействие фактора  $x_4$  в модели (12) не рассматривалось:

- 1)  $h(0, 0, 0, 0) = 0$ ;
- 2)  $h(0, 0, 1, 0) = 1$ .
- 3)  $h(1, 0, 0, 0) = 1$ ;
- 4)  $h(1, 0, 1, 0) = 1$ ;
- 5)  $h(1, 1, 0, 0) = 1$ ;
- 6)  $h(1, 1, 1, 0) = 1$ .
- 7)  $h(0, 1, 0, 0) = 0$ ;
- 8)  $h(0, 1, 1, 0) = 0$ .

В случае, когда  $x_4 = 1$ , готовность к выбору  $P$  равна нулю только тогда, когда отсутствует ценность  $x_1 = 0$ , желание  $x_3 = 0$  и принуждение  $x_2 = 0$ : субъект никогда не будет делать того, чего абсолютно не хочет, что при этом абсолютно бесполезно, если его никто не понуждает к этому. Однако, если в такой же ситуации имеет место открытое мощное давление, принуждающее выполнить обязательства  $x_2 = 1$ , и субъект чувствует, что действительно обязан их выполнить  $x_4 = 1$ , то готовность к выбору  $P$  равна единице, независимо от значений  $x_1$  и  $x_3$ . Отсюда имеем следующие крайние точки:

- 9)  $h(0, 0, 0, 1) = 0$ ;
- 10)  $h(0, 1, 0, 1) = 1$ ;
- 11)  $h(0, 1, 1, 1) = 1$ ;
- 12)  $h(1, 1, 0, 1) = 1$ ;
- 13)  $h(1, 1, 1, 1) = 1$ .

Остальные три крайних точки являются логическим следствием точек 2)-4) – при абсолютном отсутствии принуждения к выполнению действия, обязательства  $x_4$  не влияют на поведение функции (12):

- 14)  $h(0, 0, 1, 1) = 1$ ;
- 15)  $h(1, 0, 0, 1) = 1$ ;
- 16)  $h(1, 0, 1, 1) = 1$ .

Если, как и в модели (12), предположить, что переменная  $x_4$  влияет на склонность к принятию данного решения при фиксированном значении остальных переменных линейно, то общая модель оценки вероятности выбора позитивной альтернативы  $P$  будет иметь вид:

$$\begin{aligned}
 P = h(x_1; x_2; x_3; x_4) = & a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + \\
 & + a_5x_1x_2 + a_6x_1x_3 + a_7x_1x_4 + a_8x_2x_3 + a_9x_2x_4 + a_{10}x_3x_4 + \\
 & + a_{11}x_1x_2x_3 + a_{12}x_1x_2x_4 + a_{13}x_1x_3x_4 + a_{14}x_2x_3x_4 + a_{15}x_1x_2x_3x_4.
 \end{aligned} \tag{16}$$

Подставляя в (16) крайние точки 1)-16), получим систему из 16 линейных уравнений, решение которой дает коэффициенты:

$$\begin{aligned}
 a_0 = a_2 = a_4 = a_5 = a_7 = a_{10} = a_{13} = a_{14} = a_{15} = 0; \\
 a_1 = a_3 = a_9 = a_{11} = 1; \\
 a_6 = a_8 = a_{12} = -1.
 \end{aligned}$$

Отсюда имеем:

$$\begin{aligned}
 P = h(x_1; x_2; x_3; x_4) &= x_1 + x_3 - x_1x_3 - x_2x_3 + x_2x_4 + x_1x_2x_3 - x_1x_2x_4 = \\
 &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_3 + x_2x_4 - x_1x_2x_4 = \\
 &= x_1 + (1 - x_1)(1 - x_2)x_3 + x_2x_4(1 - x_1) = x_1 + (1 - x_1)(x_2x_4 + (1 - x_2)x_3)
 \end{aligned} \tag{17}$$

Таким образом, в ситуации, когда никаких обязательств нет ( $x_4 = 0$ ), модель по форме становится похожа на модель (12), и склонность к принятию данного решения будет уменьшаться с ростом принуждения ( $x_2$ ) и увеличиваться с ростом  $x_1$  и  $x_3$ . Однако, при наличии испытуемых ЛПР обязательств ( $x_4$ ), рост принуждения  $x_2$  приводит к тому, что влияние на  $P$  обязательств увеличивается, а влияние свободных интенций

уменьшается. Анализ данной модели позволяет выделить следующие ключевые направления рефлексивных воздействий на принятие решения:

1 – увеличение  $x_1$ . При этом возможно сравнительно небольшое увеличение и  $x_2$ . Это классический способ воздействия, связанный с изменением представлений ЛПР о ценности данного решения.

2 – увеличение  $x_3$ . При этом необходимо как можно сильнее уменьшить давление  $x_2$ . Это более тонкий способ воздействия, связанный со знанием и использованием психологических особенностей ЛПР.

3 – увеличение  $x_4$ . При этом необходимо как можно сильнее увеличить давление  $x_2$ . Это довольно грубый способ воздействия, но достаточно эффективный. Однако, если оценка обязательств  $x_4$  оказалась существенно завышенной, а исходные интенции ЛПР ( $x_3$ ) были велики, такое воздействие, «убив желание», способно оказать обратный эффект.

Направления рефлексивных воздействий 1-2, 1-3 можно совмещать. Совмещение направлений 2-3 является менее эффективным, поскольку в этом случае уменьшается мультипликативный эффект от изменения величины  $x_2$ .

Модель (17) даже в статическом виде позволяет объяснить очень многие практические ситуации в принятии субъектом решения, которые трудно объяснить только с точки зрения рационального поведения. Однако, одним из исходных условий построения модели было то, что решение принимается сразу, без осмысления. В примерах 1-3 показано, что это не всегда так, но при этом модель оказывается применимой. Рассмотрим особенности применения данной модели в динамике.

Пусть решение ЛПР принимает не сразу, тогда на некотором этапе осмысления ЛПР может осознать фактическую готовность принятия решения, и эта готовность становится новым значением интенций ЛПР, то есть  $x_3^1 = P_1(x_1^0, x_2^0, x_3^0, x_4^0)$ . Вероятность выбора ЛПР решения изменится, став равной  $P_2(x_1^1, x_2^1, x_3^1, x_4^1)$ . Причем она изменится даже в том случае, если значения  $x_1$ ,  $x_2$  и  $x_4$  остаются постоянными (то есть  $x_1^1 = x_1^0, x_2^1 = x_2^0, x_4^1 = x_4^0$ ). Пусть решение ЛПР принимается после  $t$  этапов осознания, при этом значения  $x_1$ ,  $x_2$  и  $x_4$  не изменяются. Тогда готовность к принятию решения на каждом этапе составит:

$$\begin{aligned} P_2 &= x_1 + (1-x_1)x_2x_4 + (1-x_1)(1-x_2)\left[x_1 + (1-x_1)x_2x_4 + (1-x_1)(1-x_2)x_3^0\right] = \\ &= x_1\left[1 + (1-x_1)(1-x_2)\right] + x_2x_4\left[(1-x_1) + (1-x_1)^2(1-x_2)\right] + (1-x_1)^2(1-x_2)^2x_3^0, \\ P_3 &= x_1 + (1-x_1)x_2x_4 + (1-x_1)(1-x_2)P_2 = \\ &= x_1\left[1 + (1-x_1)(1-x_2) + (1-x_1)^2(1-x_2)^2\right] + \\ &+ x_2x_4\left[(1-x_1) + (1-x_1)^2(1-x_2) + (1-x_1)^3(1-x_2)^2\right] + (1-x_1)^3(1-x_2)^3x_3^0. \end{aligned}$$

Видно, что сумма в квадратных скобках представляет собой геометрическую прогрессию со знаменателем  $(1-x_1)(1-x_2)$  и основанием в первой скобке 1, а во второй  $(1-x_1)$ , тогда готовность к принятию решения на этапе осознания  $t$  составит:

$$P_t = (x_1 + x_2x_4(1-x_1)) \frac{(1 - [(1-x_1)(1-x_2)]^t)}{1 - (1-x_1)(1-x_2)} + [(1-x_1)(1-x_2)]^t \cdot x_3^0. \quad (18)$$

Поскольку  $x_1, x_2 \in [0;1]$ , при  $x_1$  или  $x_2$  существенно отличающихся от нуля, величина  $[(1-x_1)(1-x_2)]^t$  будет быстро стремиться к нулю. В пределе получим:

$$P_{\lim} = \lim_{t \rightarrow \infty} P_t = \frac{x_1 + x_2x_4(1-x_1)}{1 - (1-x_1)(1-x_2)}. \quad (19)$$

Таким образом, вероятность выбора ЛПР решения при достаточном серьезном уровне осмысления проблемы и для модели (17) не зависит от первоначальных интенций  $x_3^0$ , то есть иррациональной составляющей, а определяется только переменными  $x_1, x_2, x_4$ . Это значит, что если решение ЛПР принимается не мгновенно, наиболее целесообразным являются 1 и 3 направления рефлексивного управления, связанные с увеличением  $x_1$  и  $x_4$ .

Полученная аналитическая модель рефлексии принятия решения и ее модификации могут найти широкое применение при решении ряда задач управления предприятием и его конкурентоспособностью, позволяет раскрыть механизм принятия решений человеком и разрабатывать схемы рефлексивных воздействий, повышающих вероятность принятия субъектами внешней среды выгодных для предприятия решений.

**Выводы.** Таким образом, доказана зависимость готовности к принятию ЛПР нужного предприятию решения от четырех факторов: субъективного представления о рациональности решения, испытываемого уровня давления, собственных интенций, испытываемых обязательств. Это позволило обосновать возможность синтеза моделей, с помощью которых можно прогнозировать и оценивать эффективность рефлексивных воздействий. Разработана аналитическая модель рефлексии принятия решений, основанная на модели биполярного выбора В.Лефевра и позволяющая оценивать вероятность принятия быстрых решений, прогнозировать и оценивать эффективность рефлексивных воздействий.

Разработана динамическая модель рефлексии принятия решений, основанная на аналитической модели рефлексии, которая позволяет определить динамику готовности ЛПР к принятию решения на разных этапах его осознания, что позволяет обосновать долгосрочные стратегии рефлексивных воздействий и их эффективность.

Анализ моделей рефлексии принятия решений позволил выделить возможные направления, по которым может строиться стратегия рефлексивного управления: увеличение представлений о полезности альтернативы, усиление интенций, формирование обязательств.

#### **Список использованных источников**

1. Лефевр, В. А. Рефлексия / В. А. Лефевр. – М. : «Когинто-Центр», 2003. – 496 с.
2. Лефевр, В.А. Формула человека / В. А. Лефевр. – М. : Прогресс, 1991. – 108 с.
3. Лефевр, В.А. Функции быстрой рефлексии в биполярном выборе / А. А. Лефевр, Дж. Адамс-Веббер // Рефлексивные процессы и управление. – № 1. – 2001. – С. 34–36.
4. Мальчик, М. В. Модели выбора в рефлексивном управлении конкурентоспособностью предприятий. Рефлексивные методы управления реализацией продукции / М. В. Мальчик, А. А. Мадых // Рефлексивные процессы в экономике: концепции, модели, прикладные аспекты: монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2010. – С. 228–247, С. 257–280.

## **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**В.К. Матюшевская**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Процессы глобализации, как известно, активно влияют на все стороны жизнедеятельности общества. Однако наиболее существенное развитие получила экономическая глобализация. Экономическая глобализация привела к существенным изменениям в структуре мирового хозяйства, изменению принципов и правил межгосударственного экономического сотрудничества, усилению позиций международных организаций и межгосударственных интеграционных объединений, увеличению масштабов мировой торговли, в том числе развитию научно-технического сотрудничества.

Одним из проявлений глобализации, взаимозависимости и взаимодействия экономик является начавшийся переход к новому технологическому укладу, связанному с формированием инновационной экономики. Отличительная особенность инновационной экономики – это восприимчивость к инновациям. Для инновационной экономики характерно то, что главным фактором ее формирования и развития является креативный, инновационный человеческий капитал. Это убедительно демонстрирует опыт стран с развитым инновационным сектором. Человеческий капитал является не только одним из главных факторов развития современной экономики. Ведущие экономисты относят его к главному производительному фактору. Именно человеческий капитал обеспечивает создание новейших технологий, развитие инновационных производств, науки, культуры, социальной сферы [1].

Доклады ООН о развитии человека показывают, что доля человеческого капитала в национальном богатстве высоко развитых стран составляет до 80 %. Большую часть инвестиций развитые страны осуществляют в человеческий капитал, именно это дает им решающее преимущество не только в интеллектуальном, но и в технологическом развитии, росте качества жизни населения. Увеличение инвестиций в человеческий капитал, первоочередное его инвестирование обеспечивает проведение фундаментальных исследований, разработку качественно новых технологий, а также быстрое воплощение научных идей в качественно новые товары и продукты. Решение данной проблемы связано с развитием человеческого потенциала государства.

Изменение принципов и правил межгосударственного экономического сотрудничества находит свое выражение в либерализации торговых отношений, снижении барьеров в торговле. Благоприятные условия

торговли привели к увеличению темпов роста мирового товарооборота. При этом следует отметить обострение конкурентной борьбы на мировых рынках. Для эффективного противостояния конкуренции активно формируются интеграционные объединения государств, в рамках которых создаются благоприятные условия для сотрудничества, условия для усиления позиций стран-членов интеграционного объединения в конкурентной борьбе. Функционирование интеграционных объединений государств предполагает, как правило, создание наднациональных органов, которым передается ряд экономических функций национальных государств. Это, в свою очередь может порождать проблему обеспечения национальных интересов, национальных суверенитетов. Именно этот аспект, на наш взгляд, ведет не к ослаблению или даже уничтожению государственных институтов, о чем часто пишут, рассматривая результаты влияния глобализации, а к усилению роли государства. По мнению большинства аналитиков, эта тенденция сохранится на долгосрочную перспективу.

В настоящее время недостаточно решать проблемы конкурентоспособности отдельных товаров или видов товаров. Речь должна идти о конкурентоспособности национальных экономик в целом.

Результаты функционирования экономики показывают, что обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке возможно только при переходе к инновационному пути развития экономики, основанному на использовании высокотехнологичных наукоемких производств. Поэтому особое внимание уделяется развитию инновационных производств, использующих наукоемкие технологии: телекоммуникации, информационные технологии, приборостроение, производства микроэлектроники, высокоточного машиностроения, измерительных приборов, светодиодной техники, техники на основе лазерных технологий, нанотехники и наноматериалов, систем искусственного интеллекта[3].

Формирование инновационной экономики требует развития соответствующей инфраструктуры: технопарки, инновационно-технологические центры, инновационно-промышленные комплексы, и другие организационные структуры, обеспечивающие инновационное развитие. В развитых странах инновационной деятельностью занимаются 60-80 % промышленных предприятий и более половины организаций сервиса.

Не менее существенным является освоение новых перспективных внешних рынков, выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами во всех регионах. Диверсификация экспорта – это и инструмент обеспечения экономической безопасности страны, и объективное направление роста экономики. В республике Беларусь продолжается активная работа по расширению географии поставок продукции белорусских предприятий. Например, в первом полугодии 2011 года начались поставки в 20 новых стран. Среди них Уругвай, Бахрейн, Боливия, Камбоджа, Панама, Перу. Наши экспортеры значительно укрепили свои позиции на рынках Афганистана, Вьетнама, Гондураса, Греции, Марокко, Эфиопии, Нигерии, Чили, Бангладеш, Австралии, Малайзии, Монголии. Отмечается прирост экспорта товаров в эти страны. На новые рынки вышли производители автобусов и троллейбусов, они стали поставляться в Венесуэлу; тракторы и седельные тягачи в Венгрию; грузовые автомобили в Болгарию и ЮАР; азотные удобрения в Аргентину, Кот-д'Ивуар и Бельгию. Продолжается целенаправленная работа по созданию сборочных производств за рубежом. Приоритет отдается совместным с иностранными партнерами предприятиям. Однако уязвимым местом наших производителей является обеспечение должного сервиса своей продукции.

Еще одна стратегическая задача – максимально увеличить в экспорте долю услуг, где мы традиционно имеем положительное сальдо, в том числе используя транзитный потенциал Беларуси. Экспорт услуг призван значительно компенсировать стоимость импорта товаров, а в перспективе – стать основным источником поступления валютной выручки в страну[4].

Однако если посмотреть такой показатель, как доля экспорта услуг Беларуси в мировом экспорте услуг, то данный показатель составляет приблизительно 0,1 %. Поэтому, говоря о развитии экспорта как приоритетного направления структурной перестройки национальной экономики, необходимо, в том числе обеспечить увеличение доли экспорта услуг в общем объеме экспорта товаров и услуг. Положительный баланс внешней торговли услугами Беларуси в настоящее время позволяет компенсировать порядка 40 % отрицательного сальдо товарного обмена.

Решение проблемы увеличения доли экспорта услуг связано с ускоренным развитием и расширением экспортного потенциала сектора услуг. Ведущая роль сектора услуг наряду с высокотехнологичными отраслями промышленности является мировой тенденцией развития. Опережающее развитие сферы услуг, с одной стороны, является мировой тенденцией развития, с другой стороны, услуги в 2–3 раза менее энерго- и материалоемкие, некапиталоемкие по сравнению с производством товаров. Обеспечить ускоренное развитие наукоемких производств и соответствующие этому уровню конкурентное положение по сравнению с высокоразвитыми странами в короткие сроки практически невозможно. Поэтому динамичное расширение сектора услуг может, на данном этапе, способствовать расширению экспорта услуг.

С 1 января 2015 года начала функционировать международная организация региональной экономической интеграции – Евразийский экономический союз (ЕАЭС). Государствами-членами этой организации стали Республика Беларусь, Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Армения, в соответствии с Договором о присоединении к ЕАЭС 29 мая 2015 года Кыргызстан официально вступит в ЕАЭС. Цель создания Союза – всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности

национальных экономик и создание условий для их стабильного развития. Учредительный договор о ЕАЭС предусматривает свободу движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы, а также проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, в частности унификация налогообложения граждан стран-членов Союза[2].

В соответствии с подписанным договором Союз осуществляет свою деятельность на основе принципа функционирования таможенного союза без изъятий и ограничений.

Органами Союза являются Высший Евразийский экономический совет, Евразийский межправительственный совет, Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК), суд Евразийского экономического союза. Постоянно действующим регулирующим органом Союза является Евразийская экономическая комиссия.

В рамках таможенного союза государств-членов функционирует внутренний рынок товаров, предусмотрены единый таможенный тариф Евразийского экономического союза и единое таможенное регулирование, а также единый режим торговли с третьими странами. Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС) формируется на основе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров Всемирной таможенной организации и единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств. Предусмотрено, что суммы ввозных таможенных пошлин подлежат зачислению в национальной валюте на единый счет уполномоченного органа того государства-члена, в котором они подлежат уплате в соответствии с регулирующими таможенные правоотношения международными договорами и актами, составляющими право Союза, в том числе при взыскании ввозных таможенных пошлин. Указанные средства распределяются между бюджетами государств-членов в соответствии с утвержденным протоколом о порядке зачисления и распределения сумм ввозных таможенных пошлин (иных пошлин, налогов и сборов, имеющих эквивалентное действие), их перечисления в доход бюджетов государств-членов.

В рамках функционирования внутреннего рынка во взаимной торговле товарами государства-члены не применяют ввозные и вывозные таможенные пошлины (иные пошлины, налоги и сборы, имеющие эквивалентное действие), меры нетарифного регулирования, специальные защитные, антидемпинговые и компенсационные меры, за исключением случаев, предусмотренных Договором о ЕАЭС.

При формировании внешнеторговой политики Стороны исходили из необходимости защиты прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности государств-членов, а также прав и законных интересов производителей и потребителей товаров и услуг.

В отношении внешней торговли товарами применяется режим наибольшего благоприятствования. В целях содействия экономическому развитию развивающихся и наименее развитых стран Договором предусмотрено предоставление тарифных преференций. В отношении ввозимых на таможенную территорию Союза преференциальных товаров, происходящих из развивающихся стран, применяются ставки ввозных таможенных пошлин в размере 75 процентов от ставок ввозных таможенных пошлин Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза. В отношении ввозимых на таможенную территорию Союза преференциальных товаров, происходящих из наименее развитых стран, применяются нулевые ставки ввозных таможенных пошлин Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза. Для целей предоставления тарифных преференций в отношении товаров, ввозимых на таможенную территорию Союза из развивающихся или из наименее развитых стран, применяются правила определения происхождения товаров из развивающихся и наименее развитых стран.

В отношении торговли услугами государства-члены осуществляют координацию, что не означает наднациональную компетенцию Союза в этой сфере. В 2015 году общим станет рынок около 25 секторов услуг. Будет создан единый рынок лицензий и разрешений на ведение предпринимательской деятельности. Планируется, что на рынке труда будут отменены любые квоты для граждан России, Казахстана и Беларуси.

В отношении отдельных видов сельскохозяйственных товаров, происходящих из третьих стран и ввозимых на таможенную территорию Союза, допускается установление тарифных квот, если аналогичные товары производятся (добываются, выращиваются) на таможенной территории Союза. Разработан порядок установления тарифных квот.

Таким образом, произошло расширение рынка Таможенного союза, созданы благоприятные условия для увеличения объемов внешней торговли.

Проводится работа по улучшению позиции Республики Беларусь по показателю «Международная торговля» рейтинга Всемирного банка «Ведение бизнеса». С этой целью анализируются факторы, отрицательно влияющие на временные и стоимостные показатели при осуществлении внешнеторговых операций. Уменьшается количество документов, оформляемых участниками внешнеэкономической деятельности, сокращается время на их подготовку и оформление, снижается плата, взимаемая с экспортеров и импортеров за проведение процедур, связанных с внешнеторговыми операциями. Результатом этой работы стало то, что в отчете «Ведение бизнеса 2013» Беларусь улучшила свое положение по показателю «Международная торговля» на 3 позиции.

Выход на внешние рынки и закрепление на них связан также с активным использованием инструментов маркетинга. С помощью маркетинга белорусская продукция могла бы иметь более высокую добавленную

стоимость, а продажи могли бы стать выгоднее. Слабость маркетинга большинства отечественных компаний чревата потерей ими уже завоеванных позиций и на белорусском рынке. Агрессивный вход на него новых игроков вполне может потеснить белорусских производителей. В качестве примеров можно привести пивоваренную, кондитерскую отрасли, легкую промышленность. Надо уже сегодня не только выпускать качественную продукцию, но и думать о маркетинге, о своем товаре и его продвижении.

Таким образом, приоритетное развитие наукоемких товаров и услуг, диверсификация экспорта могут решить поставленную в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы задачу увеличения экспорта.

#### Список использованных источников

1. Корчагин, А. И. Перспективы развития России. Человеческий капитал и инновационная экономика / А. И. Корчагин. – М. : ЦИРЭ, 2012. – 308 с.
2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
3. Шохов, А. Е. Инновации и инновационная экономика [Электронный ресурс] / А. Е. Шохов. – Режим доступа: <http://www.shokhov.com/2010/06/20/strateg/>. – Дата доступа: 10.03.2015 г.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mfa.gov.by/txport/> – Дата доступа: 10.03.2015 г.

## ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ И БЕЛАРУСИ

**А.С. Гладкая, О.В. Обыденникова,**

студенты 3 курса, специальность «Маркетинг», группа 1213,

Руководитель: **И.В. Говорень**, ст. преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Различия в рекламе разных стран обусловлены культурными традициями. Реклама – это часть коллективного бессознательного страны, источником вдохновения для создателей рекламы является повседневная жизнь людей, обычаи, привычки, потребности.

Реклама передает атмосферу в обществе, тенденции, идеалы, к которым стремятся люди той или иной страны. Эффективная реклама отражает ценности аудитории, на которую она нацелена.

Японская реклама всегда считалась передовой и инновационной. И она очень многогранна. Она может быть, как очень сложной, сочетающей в себе несколько непростых техник, так и простой, и легкодоступной.

Одна из наиболее ярких черт японской рекламы – необычное в обычном. То есть, самый простой предмет будет представлен как нечто таинственное, неопознанное. Также японская реклама не поддается всеобщей глобализации и всегда сохраняет свою самобытность.

Стоит отметить, что японцы никогда не будут использовать стандартный набор технических характеристик товара в рекламе. Только нестандартный подход и изворотливость мышления!

В японской рекламе доминирует образ. Любой элемент рекламного сообщения является частью целостной смысловой, в некотором роде философской, картины. Можно сказать, что, прислушавшись к шелесту листьев в японской рекламе, можно постигнуть глубокий эзотерический смысл. Удивительно тонкие, изящные детали придают японским роликам богатство красок и глубину.

Японский креатив кардинально отличается от всего прочего, реклама, сделанная в этой стране узнается моментально. Многовековые традиции не могли обойти стороной и индустрию креатива. В центре японской рекламы – образ. Она наполнена глубоким смыслом, философией.

Вместе с этим, довольно часто японская реклама – не иначе, как полное сумасшествие. Мало сказать: западному человеку сложно понять ее. Есть основания полагать, что видеоролики, производства Японии крайне опасны для психического здоровья.

В Японии создание рекламы не столь прозаично и целенаправленно, как на Западе. Японцы в своей рекламе используют, стаи птиц над горизонтом, тростник, который гнется на ветру. Эти кадры появляются, совершенно неожиданно и, казалось бы, нелогично в середине любого ролика – что бы в нем ни рекламировалось. Если для западного человека быстрая смена изображений – это не более чем стиль монтажа, то для японцев она полна смысла.

В Беларуси с рекламным делом всё обстоит не так успешно, существуют серьезные проблемы и трудности. Так, проблема в том, что многие из клиентов не замечают и не понимают предлагаемых им квалифицированных рекламных услуг и оказывают давление на рекламные агентства, чтобы получить стандартную, но привычную рекламу. Другая проблема — недостаточное количество профессиональных рекламистов. Сейчас любой молодой человек, который немного обучился владению компьютером, представляет

себя дизайнером, способным работать в области рекламы. Вал непрофессиональной рекламной продукции очень снижает ее общее качество. Серьезной проблемой для рекламистов являются и определенные экономические особенности нашей страны. Дело в том, что белорусская реклама очень дешевая. Для сравнения: если в Японии рекламный ролик стоит сорок тысяч долларов, то в Беларуси — только две тысячи, что определяет не малую разницу. Говорят, что реклама — это хорошо пересказанная, правда. Действительно, реклама может многое, однако она не в состоянии плохой товар сделать хорошим, она призвана продвигать хорошие изделия к потребителю. Нельзя сказать, что в Беларуси нет хороших изделий, поэтому должна быть и хорошая реклама.

В заключении можно сказать, что Японская реклама является более неординарной, нежели чем в Беларуси. Японцы используют методы в рекламе, которые не допустимы в нашей стране. В законе о рекламе существуют статьи запрещающие использование многих элементов, разрешающих в странах Азии. В культуре японцев даже не возникает вопросов, что реклама спиртных напитков или же других продуктов, может повлиять на поведение людей, в то время, как у нас это прослеживается, и разрешение на показ рекламы тех же спиртных напитков показывают в определенные периоды времени. Возможно, именно это и является причиной более низкого привлечение внимания на рекламу, чем в странах Азии.

#### **Список использованных источников**

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizhint.net/> – Дата доступа: 19.03.2015.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pda.teron.ru/> – Дата доступа: 19.03.2015.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://partal.by/> – Дата доступа: 19.03.2015.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ilm.kz/> – Дата доступа: 19.03.2015.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-life.ru/> – Дата доступа: 19.03.2015.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

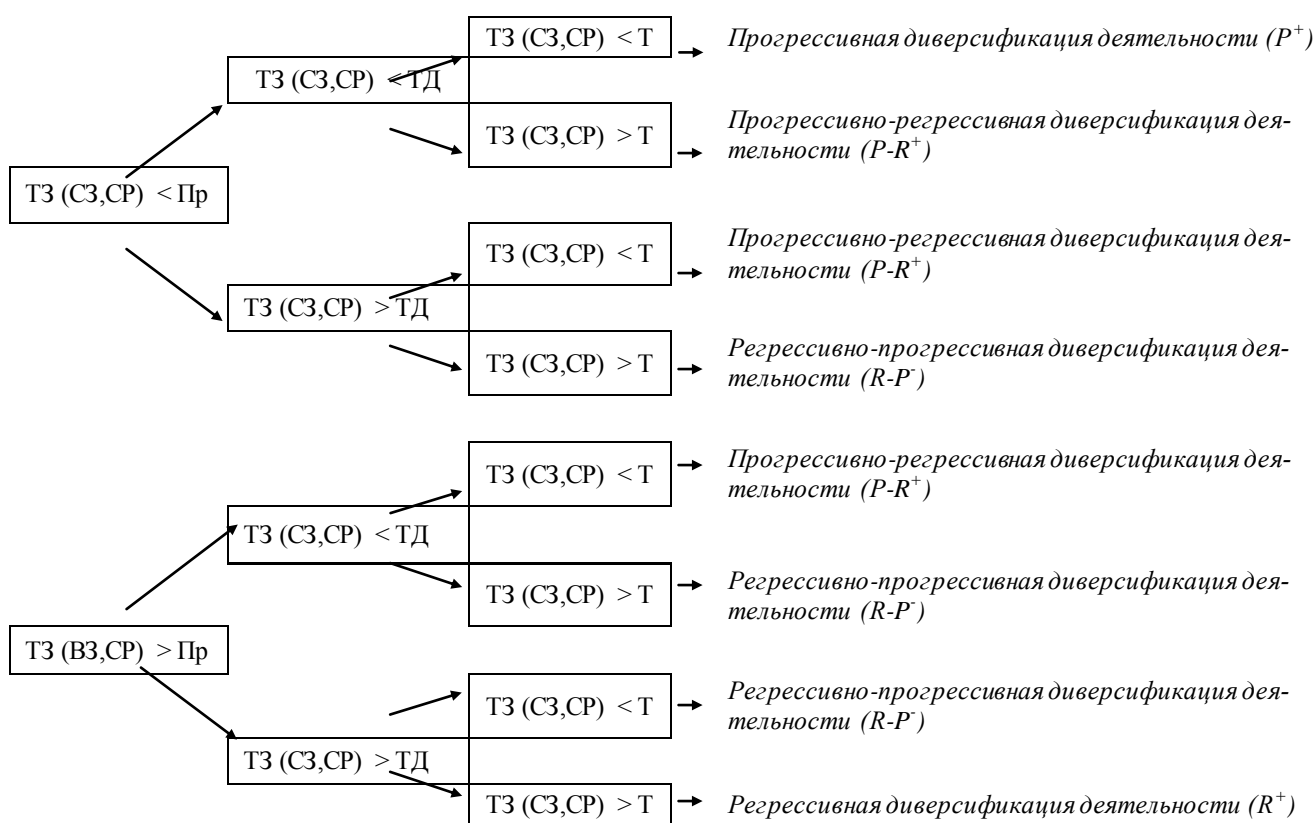
**А.И. Прудникова,**

аспирант

*Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк*

В современных условиях хозяйствования обеспечение конкурентоспособности является стратегической целью каждого торгового предприятия. Одним из механизмов достижения данной цели выступает диверсификация деятельности. Предполагая проникновение в новые сферы деятельности, она обеспечивает минимизацию рисков и повышение доходности предприятия. При этом, только эффективная диверсификация деятельности – источник конкурентоспособности и экономической устойчивости торгового предприятия [2].

Главным условием обеспечения диверсификационной эффективности является необходимость опережения темпов прироста диверсификационных результатов над соответствующими определённым направлению диверсификации деятельности диверсификационными затратами (ресурсами). При этом наибольший уровень диверсификационной эффективности достигается при наибольшем темпе опережения её результатов над затратами (ресурсами). Если по какой-либо составляющей эффективности определённого направления диверсификации деятельности данное условие не исполняется, то уровень его эффективности падает. В перспективе такое негативное соотношение на уровне одной составляющей может привести к его распространению на все составляющие эффективности диверсификационного направления. Это угрожает не только потерей эффективности, но и возникновением ситуации, когда диверсификация деятельности угрожает экономической устойчивости и конкурентоспособности предприятия [1;3]. Если же негативный характер соотношения диверсификационных результатов и затрат (ресурсов) у определённого направления диверсификации деятельности отсутствует, то можно говорить о его прогрессивности. А когда аналогичная ситуация наблюдается по всем диверсификационным направлениям, то наблюдается общая прогрессивность диверсификации деятельности торгового предприятия. Для практического исследования прогрессивности диверсификации деятельности торговых предприятий автором разработана методика, которая в структурном разрезе отображает сильные и слабые составляющие диверсификационной эффективности (рис. 1).



Условные обозначения к рисунку: ТЗ – товарные запасы; СЗ – сбытовые затраты; СР – совокупные ресурсы; ТД – торговый доход; Пр – прибыль от реализации; Т – товарооборот.

**Рис. 1.** Методика исследования прогрессивности направлений диверсификации деятельности торгового предприятия  
Источник: собственная разработка автора

Расчёт прогрессивности направлений диверсификации деятельности торговых предприятий позволил получить результаты, представленные в таблице 1.

Если рассматривать прогрессивный и прогрессивно-регрессивный характер как удовлетворительный, а регрессивно-прогрессивный и регрессивный как неудовлетворительный, можно сделать вывод, что для всех кластеров свойственно доминирование негативных соотношений результатов и затрат (ресурсов) диверсификации деятельности. При этом самая тяжёлая ситуация наблюдается у предприятий кластера А, у которых все диверсификационные направления регрессивные.

Таблица 1

**Результаты исследования прогрессивности диверсификации деятельности торговых предприятий**

№п/п	Торговое предприятие	Товарная диверсификация деятельности	Диверсификация целевых сегментов рынка	Диверсификация видов деятельности	Диверсификация деятельности
1	<b>Кластер А</b>				
2	ЧАО «Ритейлинговая компания «Евротек»	$R^+$	$R^+$	$R^+$	$R^+$
3	ООО «Квиза-Трейд»	$R^+$	$R^+$	$R^+$	$R^+$
4	ООО «Омега»	$R-P^+$	$R-P^+$	$R^+$	$R-P^+$
5	ООО «Ровекс»	$R-P^+$	$R-P^+$	$R-P^+$	$R-P^+$
6	ООО «Эко»	$P-R^+$	$R^+$	$R^+$	$R-P^+$
7	<i>Среднее по кластеру А</i>	$R^+$	$R^+$	$R^+$	$R^+$
8	<b>Кластер В</b>				
9	ООО «Торговая сеть «Фаворит»	$P-R^+$	$P-R^+$	$P^+$	$P-R^+$
10	ООО «КАРАВАН»	$R^+$	$P^+$	$R-P^+$	$R-P^+$
11	ООО «Край»	$R^+$	$P^+$	$P-R^+$	$P-R^+$
12	ДП «Маркет-Плазо»	$P-R^+$	$R^+$	$P-R^+$	$R-P^+$
13	ООО «Торговый дом «Амстор»	$R^+$	$P-R^+$	$P-R^+$	$R-P^+$
14	ООО «Фоззи-Фуд»	$R^+$	$R-P^+$	$R-P^+$	$R-P^+$
15	ООО «Таврия-В»	$R^+$	$P^+$	$P^+$	$P-R^+$
16	<i>Среднее по кластеру В</i>	$R^+$	$P-R^+$	$P-R^+$	$R-P^+$
17	<b>Кластер С</b>				
18	ООО «ФОРА»	$R-P^+$	$P^+$	$P-R^+$	$P-R^+$



19	ЧАО «Икс 5 Ритейл Групп Украина»	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>
20	ООО «Закарпатская продовольственная группа»	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>
21	ООО «Край-2»	R-P <sup>-</sup>	P <sup>+</sup>	R-P <sup>-</sup>	P-R <sup>+</sup>
22	ООО «Центр ТМ Пятый океан»	R-P <sup>-</sup>	R-P <sup>-</sup>	R-P <sup>-</sup>	R-P <sup>-</sup>
23	ООО «Восторг»	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>	R <sup>-</sup>
24	<i>Среднее по кластеру С</i>	R-P	P-R <sup>+</sup>	R-P	R-P

Источник: собственные расчёты автора

Более удачная ситуация свойственна двум другим кластерам, у которых одно или два диверсификационные направления имеют удовлетворительный характер. Например, у предприятий кластера В по двум диверсификационным направлениям наблюдается хоть и не абсолютная, но всё-таки прогрессивность их осуществления. Однако, товарная диверсификация предприятий указанного кластера является сугубо регрессивной. Что касается предприятий кластера С, то они уступают кластеру В, так как имеют одно прогрессивно-регрессивное направление диверсификации деятельности и два регрессивно-прогрессивных.

Рассмотрим полученные результаты в разрезе факторов прогрессивности диверсификационных направлений (табл. 2).

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее часто удовлетворительный характер прогрессивности встречается в пределах диверсификации целевых сегментов рынка – у 7 из анализированных предприятий (38,89 %), из них у 2 не выполняется одно из условий прогрессивности. После неё идёт диверсификация видов деятельности, у которой удовлетворительный характер прогрессивности имеют 6 объектов исследования (33,33 %), среди которых у 5 не выполняется одно из условий прогрессивности. Удовлетворительный характер товарной диверсификации деятельности свойственен только 3 торговым предприятиям (16,67 %) и у каждого не выполняется одно из условий прогрессивности.

Если рассматривать количество предприятий с неудовлетворительным характером прогрессивности диверсификационных направлений, то имеем следующие результаты: диверсификация целевых сегментов рынка – 11 предприятий (не выполняются два условия прогрессивности – 4, все условия прогрессивности – 7), диверсификация видов деятельности – 12 предприятий (не выполняются два условия прогрессивности – 5, все условия прогрессивности – 7) и товарная диверсификация деятельности – 15 торговых предприятий (не выполняются два условия прогрессивности – 5, все условия прогрессивности – 10). Неудовлетворительный характер прогрессивности именно товарной диверсификации деятельности является серьёзной угрозой для предприятий. Учитывая то, что реализация товаров и услуг является основным видом деятельности торговых предприятий, дальнейшая диверсификация деятельности в товарном направлении без стратегической ориентации приведёт к полной утрате её эффективности.

Таблица 2

**Исследование факторов прогрессивности диверсификации деятельности торговых предприятий**

Темпы прироста результатов опережают темпы прироста затрат (ресурсов)	Темпы прироста диверсификационных затрат (ресурсов) опережают темпы прироста:						
	Товарооборота	Торгового дохода	Прибыли от реализации	Товарооборота и торгового дохода	Товарооборота и прибыли от реализации	Торгового дохода и прибыли от реализации	Товарооборота, торгового дохода и прибыли от реализации
<i>Товарная диверсификация деятельности</i>							
-	-	-	5, 6, 9	4, 13, 16	17	3	1, 2, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 15, 18
<i>Диверсификация целевых сегментов рынка</i>							
7, 8, 12, 13, 16	-	-	6, 10	4	3, 17	11	1, 2, 5, 9, 14, 15, 18
<i>Диверсификация видов деятельности</i>							
12	-	13	6, 8, 9, 10	4, 7, 16	17	11	1, 2, 3, 5, 14, 15, 18
<b>Прогрессивная диверсификация деятельности</b>	<b>Прогрессивно-регрессивная диверсификация деятельности</b>			<b>Регрессивно-прогрессивная диверсификация деятельности</b>			<b>Регрессивная диверсификация деятельности</b>

Удовлетворительный характер

Неудовлетворительный характер

Условные обозначения к таблице:

предприятия кластера А: 1 – ЧАО "Ритейлинговая компания "Евротек", 2 – ООО "Квиза-Трейд", 3 – ООО "Омега", 4 – ООО «Ровекс», 5 – ООО "Эко";

предприятия кластера В: 6 – ООО "Торговая сеть "Фаворит", 7 – ООО "КАРАВАН", 8 – ООО "Край", 9 – ДП "Маркет-Плазо", 10 – ООО "Торговый дом "Амстор", 11 – ООО "Фоззи-Фуд", 12 – ООО "Таврия-В";

предприятия кластера С: 13 – ООО "ФОРА", 14 – ЧАО "Икс 5 Ритейл Групп Украина", 15 – ООО "Закарпатская продовольственная группа", 16 – ООО "Край-2", 17 – ООО "Центр ТМ Пятый океан", 18 – ООО "Восторг".

Источник: собственные расчёты автора

Возникновение такой ситуации объясняется тем, что ориентированная на сегодняшний день товарная политика в условиях диверсификации деятельности не отвечает рыночным потребностям, которые постоянно изменяются, а следовательно новые товары в будущем могут не обеспечить прогнозируемый объём продаж. Более того, к усугублению данной проблемы приводит несовершенная ценовая политика и политика качества, которые являются неотъемлемой составляющей товарной политики торговых предприятий и требуют постоянного усовершенствования [4;6].

Полученные результаты исследования эффективности и прогрессивности диверсификации деятельности торговых предприятий свидетельствуют о разной позиции каждого из них в попытке приблизиться к наилучшей практике её осуществления. Отрыв значений локальных составляющих эффективности каждого направления диверсификации деятельности от их наилучшего значения свидетельствует о конкурентных диверсификационных пробелах торгового предприятия. То есть, необходимым шагом является ликвидация диверсификационных пробелов и приближение уровня эффективности диверсификации деятельности предприятия к наилучшему среди конкурентов значению. Каждое торговое предприятие в зависимости от достигнутой ступени прогрессивности реализуемых направлений диверсификации деятельности может рассчитывать на реализацию своих потенциальных возможностей в определённом объёме и за определённый промежуток времени. Очевидно, что, чем более прогрессивными являются диверсификационные направления, тем легче и быстрее предприятие может приблизиться к конкуренту. То есть, неразрывной является связь между прогрессивностью направлений диверсификации деятельности и способностью торгового предприятия к быстрейшему использованию своих потенциальных возможностей.

Для практического оценивания уровня диверсификационных пробелов торговых предприятий предлагается использовать инструментальный таксономический анализа с одновременной его адаптацией в соответствии с сущностью исследуемой экономической категории [5]. Использование предложенного метода позволило получить результаты, которые отображены в таблице 3.

Таблица 3

**Результаты исследования объёма диверсификационного пробела торговых предприятий**

Торговое предприятие	Пробел товарной диверсификации деятельности	Пробел диверсификации целевых сегментов рынка	Пробел диверсификации видов деятельности	Совокупный пробел диверсификации деятельности	Вывод относительно размера пробела	Возможность ликвидации пробела в конкурентной среде
<b>Кластер А</b>						
ЧАО «Ритейлинговая компания «Евротек»	0,072	0,238	0,178	0,163	Высокий	Перспективная
ООО «Квиза-Трейд»	0,159	0,240	0,175	0,191	Высокий	Перспективна
ООО «Омега»	0,675	0,378	0,516	0,523	Средний	Перспективна
ООО «Ровекс»	0,071	0,251	0,172	0,165	Высокий	Перспективна
ООО «Эко»	0,592	0,399	0,531	0,507	Средний	Перспективна
<i>Среднее по кластеру А</i>	0,314	0,301	0,314	0,310	<b>Высокий</b>	<b>Перспективна</b>
<b>Кластер В</b>						
ООО «Торговая сеть «Фаворит»	0,068	0,269	0,155	0,164	Высокий	Текущая
ООО «КАРАВАН»	0,824	0,532	0,627	0,661	Низкий	Перспективная
ООО «Край»	0,865	0,975	0,523	0,788	Низкий	Текущая
ДП «Маркет-Плазо»	0,916	0,368	0,695	0,660	Низкий	Перспективная
ООО «Торговый дом «Амстор»	0,780	0,341	0,802	0,641	Низкий	Перспективная
ООО «Фоззи-Фуд»	0,701	0,374	0,697	0,591	Средний	Перспективная
ООО «Таврия-В»	0,478	0,332	0,253	0,354	Средний	Текущая
<i>Среднее по кластеру В</i>	0,662	0,456	0,536	0,551	<b>Средний</b>	<b>Перспективная</b>
<b>Кластер С</b>						
ООО «ФОРА»	0,938	0,353	0,989	0,760	Низкий	Текущая
ЧАО «Икс 5 Ритейл Групп Украина»	0,778	0,353	0,701	0,611	Низкий	Перспективная
ООО «Закарпатская продовольственная группа»	0,650	0,404	0,952	0,669	Низкий	Перспективная
ООО «Край-2»	0,859	0,906	0,475	0,747	Низкий	Текущая
ООО «Центр ТМ Пятый океан»	0,563	0,821	0,343	0,576	Средний	Перспективная
ООО «Восторг»	0,957	0,351	0,843	0,717	Низкий	Перспективная
<i>Среднее по кластеру С</i>	0,791	0,531	0,717	0,680	<b>Низкий</b>	<b>Перспективная</b>

Источник: собственные расчёты автора

Таким образом, можно сделать вывод о том, что все торговые предприятия имеют конкурентные пробелы в достижении эффективности диверсификации деятельности. Структурный анализ позволяет утверждать, что 50 % объектов исследования характеризуются низким размером диверсификационных пробелов, а средний и высокий размеры свойственны 28 % и 22 % предприятий соответственно. Например, предприятия кластера А имеют наибольшие пробелы, что объясняется их значительным отставанием от наилучших показателей диверсификационной эффективности. Учитывая, что диверсификационные направления этого кластера имеют регрессивный характер, то в ближайшем времени предприятия не имеют возможности в полном объёме ликвидировать диверсификационные пробелы. Поэтому их преодоление возможно в перспективе. С характеристикой средних потенциальных возможностей выступают предприятия кластера В. Относительно возможности их использования предприятия этого кластера имеют лучшие шансы, чем кластер А, потому что точно так же в перспективе они могут преодолеть меньшие диверсификационные пробелы. Для кластера С свойственны самые меньшие размеры пробелов, что объясняется их лучшими значениями диверсификационной эффективности. В таких условиях предприятия занимают лучшую позицию, так как несмотря на возможность ликвидации диверсификационных пробелов только в перспективе, им придётся преодолеть их наименьшие размеры.

Проведенная диагностика диверсификации деятельности дала возможность установить современные проблемы её эффективности. Совокупность установленных проблем служит основой для установления диагноза относительно состояния диверсификации деятельности для каждого из предприятий (табл. 4).

Таким образом, критическое состояние диверсификации деятельности наблюдается у 3 из общей численности предприятий. его критичность обусловлена негативным характером всех аспектов исследования диверсификации деятельности – снижение диверсификационной эффективности, регрессивность диверсификации деятельности и высокий уровень отставания от наилучших среди конкурентов результатов её проведения. Для 9 торговых предприятий характерно неудовлетворительное состояние диверсификации деятельности из-за невыполнения двух условий успешности её осуществления, а именно, падение эффективности и регрессивность диверсификации деятельности.

Таблица 4

**Современные проблемы эффективности диверсификации деятельности торговых предприятий**

Торговое предприятие	Проблемы диверсификации деятельности	Диагноз
ЧАО «Ритейлингвая компания «Евротек», ООО «Квиза-Трейд», ООО «Ровекс»	Падение эффективности диверсификации деятельности, регрессивность диверсификации деятельности, высокий размер диверсификационного пробела	Критическое состояние диверсификации деятельности
ООО «Омега», ООО «Эко», ООО «КАРАВАН», ООО «Торговый дом «Амстор», ООО «Фоззи-Фуд», ЧАО «Икс 5 Ритейл Групп Украина», ООО «Закарпатская продовольственная группа», ООО «Центр ТМ Пятый океан», ООО «Восторг»	Падение эффективности диверсификации деятельности, регрессивность диверсификации деятельности	Неудовлетворительное состояние диверсификации деятельности
ООО «Торговая сеть» «Фаворит»	Высокий размер диверсификационного пробела	Удовлетворительное состояние диверсификации деятельности
ДП «Маркет-Плазо»	Регрессивность диверсификации деятельности	Удовлетворительное состояние диверсификации деятельности
ООО «Таврия-В», ООО «ФОРА»	Падение эффективности диверсификации деятельности	Удовлетворительное состояние диверсификации деятельности
ООО «Край», ООО «Край-2»	Проблемы отсутствуют	Отличное состояние диверсификации деятельности

Источник: собственная разработка автора

У 4 предприятий наблюдается удовлетворительное состояние диверсификации деятельности, где не выполняется одно из условий успешности её проведения. И только 2 предприятиям благодаря отсутствию у них диверсификационных проблем удаётся достичь отличного состояния диверсификации деятельности.

То есть, для 16 из 18 исследуемых торговых предприятий существует необходимость в разработке конкретных мероприятий по преодолению проблем диверсификации деятельности.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что в современных условиях хозяйствования предприятия торговли имеют проблемы в достижении высокой эффективности диверсификации деятельности. При этом от их своевременной диагностики зависит не только уровень диверсификационной эффективности, но и стабильность функционирования предприятия в целом. Предложенная в рамках

проведенного исследования методика изучения прогрессивности направлений диверсификации деятельности торгового предприятия является тем инструментом, который позволяет решить данную задачу. В результате её использования возможным становится не только установление характера прогрессивности диверсификационных направлений, но и определение факторов её обуславливающих. Важным результатом исследования также является обоснование необходимости и проведение расчёта «отрыва» от наилучшей практики осуществления диверсификации деятельности конкурентами. При таком подходе повышается возможность достижения торговым предприятием лидирующей позиции по уровню эффективности диверсификации деятельности в условиях конкурентной среды. Преодоление выявленных в ходе исследования современных проблем эффективности диверсификации деятельности является залогом достижения высокого уровня эффективности диверсификации деятельности и конкурентоспособности торговых предприятий.

#### Список использованных источников

1. Володин, В. В. Повышение эффективности межотраслевой диверсификации с использованием проектного управления. (Монография) / В. В. Володин. – М. : ИНИОН РАН, 2005 – 184 с.
2. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент : учебник / А. Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
3. Орехов, С. А. Статистические аспекты исследования диверсификации корпораций. (Монография) / С. А. Орехов. – М. : ИНИОН РАН, 2001. – 188 с.
4. Петров, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А.Н. Петров. – СПб. : Питер, 2007. – 496 с.
5. Савчук, В. П. Диагностика предприятия: піддержка управленческих решений / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. – 175 с.: ил.
6. Текутьев, И. В. Оценка экономической эффективности диверсификационной политики предпринимательских структур в условиях реализации инвестиций: автореф. дис. канд.-та эконом. наук: 08.00.05 / Московская финансово-юридическая академия. – М., 2010. – 35 с.

## ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК ВИД МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**А. Свидинская,**

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312,

Руководитель: **Л.П. Хлюст**, доцент кафедры маркетинга

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В современных условиях невозможно принятие решений в области управления без учета динамической взаимосвязи между товаром, целевым потребителем и маркетинговым окружением. Одной из причин неудач фирм на современных рынках является использование старых форм маркетинга, популярных в прошлом.

Без полного понимания взаимосвязи между внутренними и внешними факторами маркетинговая деятельность не может дать необходимого результата. На практике, однако, достаточно трудно обеспечить правильное соотношение между ними. Для правильного построения комплекса маркетинга необходимо, чтобы каждый из внутренних элементов был согласован с каждым внешним. Кроме того, внутренние элементы должны быть сбалансированы между собой.

Главной задачей процесса коммуникации в организации является обеспечение руководителей и работников на всех уровнях управления необходимой для принятия и реализации управленческих решений информацией.

Любая компания действует на рынке в определенной системе отношений с другими субъектами: взаимодействует с государством, общественностью, партнерами, потребителями. Успех или неудача предпринимательской деятельности во многом зависят от того, насколько эффективно построены эти отношения, другими словами – насколько эффективно осуществляется процесс коммуникации между компанией и внешней средой.

В условиях глобализации экономики развивается и мегамаркетинг, сферой экономических интересов которого является мировой рынок. Появление новых средств коммуникации (Интернет) привело к активизации и качественному изменению инструментария маркетинг-продвижения (баннерная реклама и др.).

Маркетинговая служба на действующей фирме создается, как правило, по двум причинам:

- 1) под давлением рыночных обстоятельств (проблемы сбыта, усиление конкуренции и т.д.);
- 2) по инициативе современных топ-менеджеров (на опережение проблем).

В настоящее время очень популярной является интернет-реклама. Она является эффективной и востребованной. Тема интернет-рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций, определенно, является актуальной в современном мире.

Сложно представить нашу жизнь без рекламы. Мы сталкиваемся с ней постоянно: по телевидению, в газетах, на билбордах, и, конечно же, в Интернете.

Интернет дает возможность поместить рекламу именно там, где она принесет большую эффективность для определенного вида товаров или услуг.

Как способ продвижения своих товаров или услуг, реклама в интернете подойдет абсолютно любому типу рекламодателя: от мелкого частника до крупного холдинга. Различные форматы Интернет рекламы покрывают абсолютно весь спектр запросов рекламодателей, поэтому в Интернете можно поместить рекламу любого продукта, причём, не просто разместить, а именно там, где её эффективность будет максимальной.

Интернет-реклама имеет множество плюсов, некоторыми из которых являются:

1. Интернет-реклама является достаточно востребованной и постепенно становится важнейшим каналом донесения информации до потребителя;
2. Возможность измерить, в какое время и какое количество людей просматривает рекламу;
3. Интернет-реклама является бюджетной;
4. Возможность редактирования рекламных объявлений и баннеров в любое время.

Отличительным признаком современной рекламы как элемента системы маркетинга является не просто формирование спроса, а управление им внутри избранной группы потребителей.

В настоящее время специалистами наблюдается снижение эффективности традиционных форм, таких как теле- и радиореклама, реклама в прессе, средства директ-маркетинга. Одной из причин этого является увеличение рекламного рынка и в связи с этим, рекламное послание теряется в потоке с таким же сообщением.

Практически все рекламные средства в Интернете, кроме имиджевой и стимулирующей, выполняют функцию привлечения пользователей на сайт и продвижение их в Сети. Среда Интернет позволяет провести коммуникационный процесс с большей интерактивностью по сравнению с другими каналами коммуникации за счет быстрой обратной связи и возможности предоставления большого объема информации.

Существует множество разновидностей интернет-рекламы:

1. Веб-сайт. В настоящее время у большинства компаний, в не зависимости от их размеров, есть веб-сайты. В основном, первоначально это небольшие веб-страницы, которые позже становятся настоящими представительными сайтами;
2. Баннеры. Эффективность баннера принято измерять соотношением числа нажатий на баннер к числу его показов. Однако все баннерные показы, в том числе и оставшиеся без клика, "работают" на имидж рекламодателя;
3. Сервисы email-рассылок. В отличие от «спама» интернет-рассылки являются эффективной, востребованной и нераздражающей рекламой. Если она содержит оперативную и оригинальную авторскую информацию, то на нее подписываются сотни, а то и тысячи интернет-пользователей;
4. Поисковые системы. Это вид рекламы, который приводит на сайт только целевых посетителей. Содержимое сайта оптимизируется только под конкретные ключевые запросы, связанные с деятельностью компании;
5. Реклама в блогах. Является эффективной, так как она воспринимается не рекламой, а скорее рекомендацией.

Для привлечения внимания посетителя можно применять мультимедийные средства Интернета, такие как звук, цвет, объемная графика.

На сегодня в сетевом пространстве, как нигде, соблюдается принцип равных возможностей, абсолютно все фирмы при использовании сетевых ресурсов равны. Небольшая частная фирма в Интернете может выглядеть ничуть не хуже, чем крупный транснациональный концерн. Затраты на создание своего представительства в сети невелики и доступны практически всем. При этом шансы недобросовестных конкурентов на успех резко сокращаются, учитывая высокую информативность сетевой рекламы и ее демократичность.

Сеть открывает для руководителей предприятий совершенно новое поле для рекламной деятельности, превосходящее по своим возможностям все существующие виды рекламы, а подтверждением этому является бурный рост пользователей Интернет.

Существуют так называемые тематические площадки, которые направлены на более узкую аудиторию. Как правило, аудитория тематических площадок является наиболее специализированной и размещение рекламы на портале более эффективно, чем на ресурсах общего пользования. Существует также возможность размещения рекламы в узких тематических разделах, в результатах поиска и др. Услуги по бан-

нерной рекламе предлагают практически все отраслевые порталы. Тематические площадки, на которых есть периодические рассылки, как правило, предлагают также услуги по размещению рекламы в рассылках.

Реклама методом прямой почтовой рассылки – «директ мейл» – наиболее простой, доходчивый (адресный) и минимальный по затратам способ выхода на рынок. Вместе с тем письма только тогда сыграют свою роль, когда будут посланы по правильным адресам и тем лицам, которых вы имели в виду, начиная рекламную кампанию.

Для ответа в письмо «директ мейл» вкладывается открытка с адресом фирмы-рекомендателя и текстом, в свободные места которого (они составляются заранее) адресат вписывает сведения о желаемой дополнительной информации, а также о своей фирме и сотруднике, которому эта информация должна быть выслана. Почтовые расходы на пересылку этой открытки из-за границы рекламодатель обычно не оплачивает.

Интернет реклама, как и любая другая реклама, должна обозначить на рынке компанию, ее товар (услугу), и должна быть нацелена на увеличение объема продаж. Основное отличие рекламы в Интернете – специфическая область ее применения – глобальное Интернет-пространство.

Сегодня смело можно говорить об очередном взлете рекламных кампаний в Интернете. И если раньше под рекламой в Сети понимались в основном обычные баннеры, приводящие на Web-представительство компании, то сегодня спектр форматов Web-рекламы гораздо шире. Интернет реклама является сегодня необходимым атрибутом успеха в глобальной сети.

В результате Интернет-технологии оказывают значительное влияние на маркетинг предприятий. Если предприятие действует согласно устоявшимся представлениям о маркетинге и игнорирует влияние Интернет-технологий на экономическую среду, то качество поставляемой его маркетинговым комплексом информации снижается по мере роста виртуального пространства.

Если предприятие принимает решение о следовании изменениям внешней среды под действием Интернет-технологий, его маркетинговый комплекс оказывается под разносторонним влиянием и начинает меняться. Интернет-технологии стимулируют все предприятия к адаптации их маркетинга к новым условиям.

## **ПАБЛИСИТИ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО НАЛАЖИВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПОТОКОВ**

**В. Свирская,**

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312

Руководитель: **Л.П. Хлюст**, доцент кафедры маркетинга

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В эпоху глобализации развивается международный пиар (PR), направленный на достижение взаимопонимания между гражданами разных стран, невзирая на культурные различия. От имиджа страны зависит ее репутация, на которую реагируют зарубежные инвесторы, общественное мнение других стран. Поэтому деятельность современных дипломатов обязательно включает организацию публичных мероприятий, прославляющих достижения и культуру их страны. Важной особенностью правильно организованного пиара является то, что это работа направлена не столько на сиюминутный результат, сколько на достижение долгосрочных выгод.

В 20 веке вследствие роста всех видов человеческой деятельности, развития технических средств распространения информации методы влияния на общественное мнение приобретали все более самостоятельные рамки. Позднее PR сложились в самостоятельную науку. Деятельность PR существовала на протяжении всей истории человечества. Общественные связи с древних времен являлись одним из элементов управления и религиозного убеждения. Принято считать, что термин «public relations» родился в Америке в 1807 году, когда третий президент Томас Джефферсон в черновике своего «Седьмого обращения к конгрессу» заменил выражение «состояние мысли» на «общественные отношения». История отечественных связей с общественностью насчитывает чуть более двадцати лет.

Современные технологии пиара разрабатывались в Европе и Америке: во Франции и США. В 1900 году Гарвардский университет уже имел собственное бюро публицити. Офис публицити также в 1904 году был создан в университете штата Пенсильвания. В 1912 году было создано первое крупное бюро PR при Американском телефонно-телеграфном объединении [1].

PR-практика зародилась в Беларуси в 1990-х годах, когда первые отделы по работе с общественностью начали появляться в государственных структурах.

- Периодизация развития публичных отношений в Беларуси:
- доинституциональный период (1988–1991 гг.), когда оформляется лишь первый признак института – выделяются субъекты конкретной профессиональной сферы и возникают соответствующие отношения между ними и обществом;
  - первичная институционализация (1991–1994 гг.), стадия формирования начальной организации субъектов;
  - вторичная институционализация.

Появление в Беларуси публичных отношений было вызвано объективными условиями развития общественных отношений, институтов гражданского общества, а также социально-экономических, рыночных механизмов. Общество выработало определённую социальную апатию для защиты от давления пропаганды. Эта апатия осталась со времён СССР и до сих пор тормозит развитие демократического общества.

Однако процесс становления публичных отношений в Беларуси значительно затруднен в силу нескольких причин как объективного, так и субъективного характера.

Но, несмотря на серьёзные трудности, уже сейчас можно говорить о существовании в Беларуси PR как сферы профессиональной деятельности. Однако профессионалы в области публичных отношений находятся в очень сложном положении, так как они вынуждены не просто работать в трудных условиях, доказывая тем самым право PR на существование, но и постоянно стремятся сломать существующий в обществе стереотип негативного отношения к PR.

Паблицити часто воспринимают как синоним PR (Public Relations – Связи с общественностью). На ранних стадиях своего развития PR в основном и сводился к паблицити, поэтому неудивительно, что и теперь иногда путают паблицити с Public Relations.

Актуальность данной темы заключается в том, что вопросы о паблицити и способах его обеспечения с каждым годом приобретают все большую значимость.

Существует два в настоящее время широко употребляемых термина – паблицити и публичных отношений. Несмотря на то, что ими часто обозначают одно и то же, они всё же имеют отличия:

1. ПУБЛИК РЕЛЕЙШНЗ – общественные связи – организация общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия (учреждения, фирмы) и повышения ее репутации. Осуществляется разными путями, но прежде всего через средства массовой информации. Искусство взаимоотношений между государственными (управленческими), общественными структурами и гражданами в интересах всего общества;

2. ПАБЛИСИТИ – 1) неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или получение благоприятных презентаций на радио, телевидении или на сцене, которые не оплачиваются определенным спонсором; 2) публичность, гласность, известность, популярность. 3) Паблицити (англ. publicity – публичность) — одно из направлений PR, целью которого является формирование у целевых аудиторий узнаваемости публичной компании, продукта или бренда. [2].

Выбор стратегии в паблицити, которая соответствует возможностям, начинается с реальной оценки потребностей и возможностей как с эмоциональной, так и с практической точки зрения.

Лишь немногие из предпринимателей боятся паблицити. Большинство из них считают, что чем его больше, тем лучше. Им бы хотелось иметь публикации в газетах по всей стране, интервью по общенациональному радио и телевидению и сообщения в коммерческих, профессиональных и промышленных журналах. И все это в самый короткий срок.

Нельзя утверждать, что такое невозможно вообще. Всегда есть шанс получить паблицити в любом СМИ, как в местном, так и в национальном.

Цели и планы по получению паблицити должны соответствовать ресурсам времени сотрудника, назначенного для выполнения этих функций.

Существуют проверенные способы, которые позволяют использовать время эффективно и сократить его для проведения отдельных этапов программы паблицити:

- 1) необходимо сфокусироваться на основных целях и научиться говорить «нет», если какое-то предложение не соответствует основным интересам фирмы;
- 2) следует приготовить специальные листы с фактологическими и биографическими данными, фотографии, сосредоточить все собранное в одном месте и разложить в определенной последовательности еще до того, как начать контактировать с СМИ;
- 3) лучше сразу обеспечить СМИ всеми деталями, фактами, технической информацией;
- 4) следует планировать на определенное время только одно дело, заниматься им, и пока оно не закончится, не приниматься за другое;
- 5) надо планировать свое расписание так, чтобы не было наложения времени и не требовалось дополнительных звонков или договоренностей для его корректирования;
- 6) нужно планировать только то, что реально выполнить;
- 7) следует стыковаться с другими проектами, для которых уже проведена общая работа или подготовка.

В современном обществе, в условиях высокой загруженности информационного поля, практически каждый действующий социальный субъект стремится создать вокруг себя коммуникативное пространство и наладить коммуникацию с другими элементами социума.

Особенно актуально данное положение в сфере бизнеса, в которой от эффективности налаживания коммуникативных потоков во многом зависит экономическая успешность предприятия. При этом для бизнеса важно не только присутствовать на информационном поле, но и формировать определенный образ в глазах целевой аудитории, привлекать внимание, способствовать росту заинтересованности в деятельности организации.

Подобные тенденции приводят к тому, что на сегодняшний день одной из ведущих целей работы PR-специалиста является привлечение интереса к базисному субъекту PR, а именно: обеспечение его популярности, т.е. организация паблисити.

Паблисити обеспечивает не только известность компании или бренда, но и лояльность потребителей, престиж и доверие к ней целевой аудитории, чего не всегда можно добиться средствами рекламы [1].

Потребители, пресытившиеся рекламой, прекрасно осознают ее конечную цель и отсутствие в рекламе объективности, поэтому мало ей доверяют. Гораздо больше доверия вызовет газетная статья или видеоролик в телевизионной передаче, упоминающие компанию, ее продукцию или бренд не в рекламных целях, а с целью донесения какой-либо информации. СМИ используют эту информацию в своих целях, бесплатно оказывая компании услуги паблисити. СМИ бесплатно получают такую информацию от источников паблик рилейшнз, и в зависимости от ее актуальности и интереса для аудитории могут воспользоваться ею, но повлиять на СМИ в этом вопросе источники паблик рилейшнз не в силах – то, каким образом предоставленная информация будет опубликована, видоизменена или сокращена, целиком зависит от сотрудников СМИ. Читатели, зрители или слушатели, получая такую информацию, считают ее источником соответствующее СМИ.

Паблисити бесплатно для компании – ведь средства массовой информации используют его для своих целей – привлечения слушателей, читателей или зрителей к своему изданию, радиостанции или каналу, однако имеет один существенный недостаток – отсутствие контроля над публикацией информации.

Паблисити может быть заметка в газете о заключении компанией крупных контрактов, репортаж с благотворительной акции с участием представителей компании, передача о музыкальной группе, предваряющая ее гастроль, сообщение в местных СМИ о новых инициативах мэра и т.д. Источником такой информации являются отдел паблик рилейшнз компании, рекламный агент музыкальной группы, пресс-секретарь мэрии. Материалы, подготовленные для конкретных СМИ, передаются им в виде пресс-релизов, подборки фотоматериалов и очерков, интервью, видеозаписей.

Чтобы сформировать успешное паблисити, необходимо учитывать, что аудитория будет заинтересована только актуальной, профессионально поданной информацией, затрагивающей животрепещущие вопросы и проблемы, интересующие общественность. В меру провокативная, необычного формата информация заинтересует аудиторию гораздо больше, чем скучные цифры и известные, повторяющиеся факты. При этом информация, подающаяся малыми дозами, но часто, гораздо эффективнее однократной большой по объему информации: она воспринимается как объективная, а не заказная, и более действенна в формировании паблисити [2].

В классическом понимании, паблисити представляет собой заинтересованное внимание общественности к тому или иному объекту; формирование у целевых аудиторий узнаваемости публичной компании, продукта или бренда.

В связи с этим, паблисити считается наиболее эффективным и способным достичь поставленных целей в том случае, когда PR-специалисты так «широко афишируют и умело режиссируют событие», что не только привлекают внимание СМИ, но и в какой-то степени воздействуют на то, как это событие будет в них освещено.

Несмотря на имеющиеся недостатки, такие как: отсутствие жесткого контроля за осуществлением паблисити со стороны компании и одноразовое применение, данное направление PR-деятельности имеет ряд значимых преимуществ: низкие издержки, большой уровень доверия, большая информативность и большое читательское внимание.

Таким образом, ценность паблисити невероятно велика, ведь результатом правильно проведенной кампании является увеличение объема продаж, изменение взглядов потребителей и формирование положительного имиджа торговой марки.

#### **Список использованных источников**

1. Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации: курс интенсив. подгот.: учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Современная школа, 2010. – 224 с.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a48.htm> – Дата доступа – 18.03.2015



## ФОРМИРОВАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАК СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ

А. Сметанникова,

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312

Руководитель: Л.П. Хлюст, доцент кафедры маркетинга

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси

«Международный университет «МИТСО», г. Минск

Фирменный стиль, в современном его понимании, возник относительно недавно – менее ста лет назад, а сам термин устоялся в шестидесятых годах прошлого столетия, когда были переориентированы на мирные рельсы военные технологии и материалы, дающие производителям возможность резко увеличить производство разнообразной промышленной продукции высокого качества.

Однако отдельные элементы фирменного стиля использовались с древних времен. Кочевые народы ставили на скот уникальное тавро, а известные мастера помечали свою продукцию личным клеймом. Еще 3000 лет назад индийские ремесленники имели обыкновение запечатлевать свои подписи на художественных творениях перед их отправкой в Иран.

Ближе всего к использованию фирменного стиля подошли в средние века европейские дворянские роды. Каждый рыцарь имел собственный герб, и официальные послания писали исключительно на гербовой бумаге – прототипе фирменного бланка. Слуг старались одевать в «корпоративные» цвета. Кроме того, использовали различные символы, помогающие ассоциировать вещи с принадлежностью к той или иной правящей династии.

В середине XIX века в США и странах Западной Европы происходит научно-техническая революция, выведшая производственные процессы на качественно новый уровень. Промышленные мощности становятся так высоки, что одно предприятие теперь может обеспечить своей продукцией большие регионы. Крупных производителей уже не устраивает полный контроль над сбытом со стороны посредников. Начинают возникать предпосылки для возникновения общенациональных торговых марок.

Первым дизайнером, который полностью создал фирменный стиль, считается архитектор Петер Беренс. В 1907 г. Беренс занимая должность художественного директора концерна «AEG» (несуществующая ныне немецкая компания, специализировавшаяся в области энергетического машиностроения), впервые в истории провёл его полный «ребрендинг». Беренс спроектировал в едином стиле не только заводские и офисные здания, но и точки розничной продажи, офисную мебель, рекламные щиты, продукцию, упаковку и т.д. Практическая работа Беренса имела огромное значение для формирования нового вида дизайнера – деятельности, которая привела к упорядочиванию и стилизации промышленной продукции.

Во второй половине XX столетия сложилось целое направление маркетинговых коммуникаций – разработка фирменного стиля. Те шестидесятые стали новым временем, в полном смысле этого слова. Резко увеличивается спрос на промышленную продукцию и соответственное развитие массового производства, провоцирующие жесточайшую рыночную конкуренцию. Все это требовало нового подхода к рекламе товаров и их поисковому продвижению. Этим новым подходом и стал маркетинг, ориентированный на фирменный стиль [1].

Актуальность данной темы заключается в том, что сегодня, когда конкуренция в мире растет все больше и больше, основная задача фирменного стиля остается неизменной – найти что-то, чем компания будет выгодно выделяться среди «себе подобных» и сориентировать на это потребителей. Фирменный стиль является основой коммуникации любого бренда. Современное изменение коммуникационного поля, появление новых медианосителей, изменение способов и главное, изменение формы общения с потребителем, изменило и подходы к созданию фирменного стиля.

Развитие Интернета, мобильной связи, спутникового телевидения, социальных сетей сделало общение и получение информации простым и доступным. Конечно, и маркетологи не отстают: любой канал коммуникации наполнен рекламными сообщениями и прочим «информационным шумом» брендов и компаний.

Основные изменения, можно охарактеризовать следующим образом.

Во-первых, увеличилось количество и качество коммуникационных сообщений.

Конкуренция настолько обострилась, рекламы стало так много, что брендам стало все труднее и труднее общаться с потребителями. Можно отметить и дополнительные изменения, прямо влияющие на коммуникации с потребителем:

- потребители стали более дифференцированными по каналам коммуникации. Интернет, мобильные телефоны, карманные компьютеры сделали так, что люди все меньше и меньше смотрят телевизор или читают прессу, то есть используют «классические» рекламные носители;
- Интернет сделал мир информационно глобальным. Потребитель не только смотрит «локальную» рекламу, но и попадает в поток «информационного шума» других стран и континентов;
- вырос общий уровень качества коммуникаций, в том числе и качество фирменного стиля. Информационная глобальность очень сильно влияет на восприятие «локальных» брендов, точнее задает более высокий уровень рынка. Огромное количество новых брендов ежедневно запускаются по всему миру. И большинство их разработаны профессиональными брендинговыми агентствами. Брендам стало тяжелее дифференцироваться и сохранять свои позиции на рынке.

Во-вторых, появились новые каналы коммуникаций.

Появление Интернета и его развитие изменило саму форму подачи коммуникационных материалов, их содержание и сделало коммуникации интерактивными. Интернет более «качественный» канал коммуникации, поэтому он более интересен рекламодателям.

Брендинг также отражает эти тенденции. Появилось много логотипов и фирменных стилей, ориентированных только на Интернет.

В-третьих, изменилось мировоззрение покупателей.

Цифровые технологии очень сильно изменили мир. Люди получили неограниченный доступ к информации и новым технологиям. На смену поколению X пришло поколение Y. Поколение «миллениум» (Поколение Y) сейчас является основной покупательской группой (25-35 лет), диктуя свои правила и тренды. Это первое поколение «юзеров» — поколение Сети и мобильных телефонов. Быстрота изменений в мире, новые технологии, новые формы коммуникаций между людьми, превращение мира в «одну большую деревню» — все это оставило неизгладимый отпечаток на их мировоззрении. Что будет, когда им на смену придет поколение Z — поколение, которое не мыслит себя без компьютеров и мобильных телефонов, даже трудно сейчас предположить.

В-четвертых, изменились формы коммуникации между брендом и потребителем.

Под влиянием новых технологий и новых коммуникационных возможностей, классическая модель коммуникаций бренда претерпела значительные изменения. Раньше, бренд доносил свои ценности, используя односторонние каналы коммуникации, в виде некоего «монолог о себе и своих ценностях». Сейчас бренду недостаточно «декларировать» свои ценности коммуникациями. Позиция «монолог» потребителю уже не интересна. Потребитель хочет интерактивного общения с брендом, «диалога», когда между брендом и его потребителем существует взаимный обмен информацией и мнениями. Интернет и социальные сети сделали бренды открытыми своим потребителям и «клубы» потребителей требуют внимания к себе и требуют интерактивного общения с брендом.

Изменения в медиапространстве потребителей отразились не только на изменении каналов коммуникации бренда, формах коммуникации бренда, но и на формировании фирменного стиля бренда. Естественно, бренд, как и прежде, должен отражать категорию продукта, его позиционирование и ценности бренда, а также дифференцировать его от конкурентов, быть узнаваемым и запоминающимся.

Прежде всего, основные изменения затронули именно визуальную дифференциацию, узнаваемость и запоминаемость. Брендинговые агентства, стремясь к выделению бренда и продукта, стараются найти новые художественные формы и способы создания фирменного стиля [2].

Остановимся на современных тенденциях в создании логотипов и фирменного стиля.

1. Создание новых художественных форм реализации фирменного стиля.

Разнообразие и «креативность» визуальных решений позволяет значительно усилить коммуникационные возможности бренда за счет создания «эмоционального отклика» у потребителя. Человек запоминает, прежде всего, что-то необычное, то, что вызвало у него положительные эмоции или удивление. Фирменный стиль используется в различных средах и различных носителях. При разработке любого, даже самого необычного решения нужно уделять особое внимание тому, как фирменный стиль бренда будет «жить» в различных каналах коммуникации.

2. Изменение значения элементов в айдентике (айдентика – набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации компании, объединенных одной идеей) бренда.

Основой фирменного стиля всегда считался логотип. Художественные приемы или визуальные элементы, используемые в логотипе, использовались в качестве основы для формирования других элементов фирменного стиля. Современные фирменные стили не всегда за доминанту берут логотип. Существует уже огромное количество логотипов, и создать что-то совсем уж новое практически невозможно. А значит, на логотипе уже не всегда можно построить действительно эффективную систему визуальной дифференциации. Поэтому сейчас чаще всего основой фирменного стиля является именно визуальная система, которая может выражаться стилем иллюстраций/типографики или каким-либо художественным приемом, а логотип интегрируется в эту среду.

Конечно, полностью отказываться от логотипа не совсем правильно, да и не нужно, так как он все же играет одну из главных ролей в системе идентификации бренда.

3. Появление интерактивных (изменяющихся, движущихся, реагирующих) логотипов/фирменных стилей.

Изменяющийся логотип/фирменный стиль — прямое следствие развития каналов коммуникации и изменения коммуникационной среды.

Многие компании ведут свой бизнес только в сети Интернет или создают бренды, «живущие» только в цифровой среде. Сама суть цифровой среды подразумевает интерактивность. Интерфейсы программ, приложений, сайтов становятся все дружелюбнее пользователю, становятся удобнее и понятнее. Поэтому сама цифровая среда требует от разработчика большую интерактивность, изменимость, «живость» фирменного стиля.

Тем не менее, надо отметить, что интерактивные логотипы с изменяющейся геометрией (крутящиеся, перетекающие, реагирующие и т.д.) — тренд, который формирует будущее в разработке фирменных стилей.

4. Интерактивность визуальной системы бренда.

Бренды всегда пытались создать «свой мир» и стать «живыми» для потребителя, правда, это всегда реализовалось немного другими средствами, не затрагивающими доминанты фирменного стиля бренда.

Современный мир, мир «быстрых коммуникаций» диктует свои условия и свои способы взаимодействия между потребителем и брендом. Фирменный стиль становится интерактивным: изменяемым и «живым». Тем не менее, это становится реальностью настоящего времени [2].

Таким образом, в настоящее время, компаниям все сложнее и сложнее отличаться от своих конкурентов. Каждая компания придумывает что-то свое, но и это уже не удивляет потребителей. На рынки различных стран внедряются компании других стран, что увеличивает конкуренцию и не дает национальному продукту развиваться в полной мере.

На перспективу можно сказать, что для того, чтобы компании могли найти на рынке свою нишу, найти свою целевую аудиторию, им нужны люди, как можно более креативные, которые мыслят нестандартно, у которых много различных идей, очень смелых идей по формированию фирменного стиля компании.

#### **Список использованных источников**

1. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2004. – 512 с. – (Экономическое образование).
2. Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации: курс интенсив. подгот. : учеб. пособие/А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Современная школа, 2010. – 224 с.

## **К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ**

**О.В. Устименко,**

старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Для формирования предложений по повышению конкурентоспособности предприятия на рынке необходимо провести следующие мероприятия: выбор и обоснование метода оценки конкурентоспособности; расчет показателей конкурентоспособности и ее оценка; интерпретация результатов оценки конкурентоспособности; разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Изучив достоинства и недостатки методов оценки конкурентоспособности продукции, рекомендуется использовать один из графических методов – метод построения многоугольника конкурентоспособности. Данный метод обладает достаточной легкостью использования, наглядностью и характеризует целый комплекс показателей.

Накладывая многоугольники конкурентоспособности различных предприятий друг на друга можно выявить сильные и слабые стороны одного предприятия по отношению к другому.

Аналогично данный метод можно использовать для оценки конкурентоспособности товаров. Для определения характеристик, по которым будет производиться сравнение товаров, может использоваться экспертный метод или опрос потребителей.

Для количественного выражения характеристик применяется экспертный метод, используется метод шкалирования. Чаще всего используют семи- или пятнадцатибалльную шкалу. Безусловно, у данного метода моделирования конкурентоспособности продукции есть свои достоинства и недостатки. К достоинствам данного метода относятся простота, понятность, универсальность, открытость, что в конечном итоге позволяет в достаточной мере объективно моделировать конкурентоспособность продукции.

Если на рынке присутствуют не два, а более видов продукции, то количественный уровень любого из них может быть принят за базу сравнения, по отношению к которой и будет рассчитываться конкурентоспособность остальных образцов.

К достоинствам данного подхода относятся следующие обстоятельства:

- раскрыта логическая взаимосвязь между отдельными конкурентными преимуществами продукции предприятия и ее конкурентоспособностью;
- смоделирован механизм распределения конкурентных позиций на рынке продукции между предприятиями в зависимости от конкурентных преимуществ выпускаемой ими продукции;
- создан инструментарий для моделирования конкурентоспособности подавляющего большинства видов продукции на конкурентных рынках.

Практическая значимость данного подхода заключается в возможности получения максимально приближенных к действительности моделей конкурентоспособности продукции предприятия. В прикладных исследованиях на основании данных о важнейших параметрах конкретной продукции появляется обоснованная возможность моделирования и прогнозирования конкурентоспособности продукции предприятия.

Конкурентоспособность товара является определяющим фактором конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность товара – это совокупность свойств и характеристик изделия, отражающих его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение, и обеспечивающих преимущественную (по сравнению с товаром-конкурентом) возможность его реализации на конкретном рынке в рассматриваемый период. Среди показателей конкурентных преимуществ выделяются в порядке убывания их значимости следующие: качество товара, цена, эксплуатационные затраты, качество сервиса и обслуживания [1].

Оценка конкурентоспособности выпускаемой корпусной мебели ОАО «Гомельдрев» по сравнению с аналогами ХК «Пинскдрев» и ОАО «Молодечномобель» проводилась по 12 критериям: цена, надежность, долговечность, удобство размещения в квартире, цветовая гамма, репутация производителя, возможность доставки, наличие понятного руководства по сборке и экологичность материалов изготовления (таблица 1).

На основании проведенного анализа (табл. 1), выявлено, что показатель уровня качества у ОАО «Гомельдрев» по отношению к ХК «Пинскдрев» 0,96, по отношению к ЗАО «Молодечномобель» 0,99, а показатель уровня сервиса по отношению к ХК «Пинскдрев» 0,85, по отношению к ЗАО «Молодечномобель» 0,94.

Это означает, что у продукции ОАО «Гомельдрев» меньше на 7 % шансов быть проданной на рынке по отношению к ЗАО «Молодечномобель» и меньше на 19 % шансов быть проданной на рынке по отношению к ХК «Пинскдрев».

Для графического представления показателей конкурентоспособности продукции проведем ее оценку по 10-бальной шкале на рисунке 1.

Данные по оценке составлены в соответствии с показателями, приведенными в таблице 2.

Таблица 1

**Расчет уровня конкурентоспособности корпусной мебели ОАО «Гомельдрев» по отношению к ХК «Пинскдрев» и ЗАО «Молодечномобель» на основе верхнего предела цены**

Наименование параметра	Коэффициент весомости параметра	Значение параметров		
		ОАО «Гомельдрев» Программа мебели «Босфор – гранд» (дуб) <i>анализируемое изделие</i>	ЗАО «Молодечномобель» Программа мебели «Давиль» (дуб) <i>базовая модель</i>	ХК «Пинскдрев» Программа мебели «Верди» (дуб) <i>базовая модель</i>
Параметры качества				
Прочность, надежность	0,4	8	8	8
Функциональность	0,06	8	7	7
Удобство размещения и использования, комфортабельность	0,15	7	8	8
Дизайн	0,3	7	7	8
Экологичность использованных материалов	0,09	8	8	7
Параметры сервиса				
Удобство приобретения и доставки	0,2	6	6	7
Услуга по сборке	0,35	5	6	6
Репутация фирмы	0,16	6	6	7
Качество сервиса	0,29	6	6	7
Уровень качества ОАО «Гомельдрев»			0,99	0,96
Коэффициент нетоварных факторов ОАО «Гомельдрев»			0,94	0,85

Корпусная мебель				
Цена изделия тыс. руб.		Стол обеденный ГМ 6158Р (L2180/1680*В1130*Н767) 1.020.670	Стол обеденный ММ-126-24 (L1560/2140*В900*Н777) 1.319.550	Стол обеденный «Верди 3Р» (L1890/2290*В1000*Н776) 1.276.300
		Стул 6101Р (4 гр. ткани) (L489*В554*Н1030) 255.290	Стул ММ-126-26 (L550*В615*Н1074) 557.650	Стул «Идальго 4П 170-00» (L480*В520*Н1040) 355.590
		Шкаф комбинированный 6113 (L3010*В676*Н2355) 4.416.750	Шкаф комбинированный ММ-126 15/03 (L1650*В454*Н2121) 2.759.750	Шкаф комбинированный «Верди 3з» (L1762*В477*Н2012) 1.744.500
		Тумба под телеаппар. (L1416*В530*Н650) 731.050	Тумба 2935 ММ-126-18 (L1480*В520*Н850) 973.750	Тумба «Верди ТВ2» (L1498*В477*Н630) 489.400
Уровень конкурентоспособности		Стол обеденный ГМ 6158Р	1,2	1,02
		Стул 6101Р (4 гр. ткани)	2,03	1,04
		Шкаф комбинированный 6113	0,58	0,32
		Тумба под телеаппар.	1,23	0,54

Источник: [разработка на основании данных предприятия].

Оценка конкурентоспособности продукции ОАО «Гомельдрев» показала, что она конкурентоспособна по показателям: прочность, надежность, функциональность, экологичность использованных материалов. Продукция ОАО «Гомельдрев» неконкурентоспособна по показателям: удобство размещения и использования, комфортабельность, дизайн, удобство приобретения и доставки, услуга по сборке, репутация фирмы, качество сервиса, цена мебели.

На основании проведенного исследования можно рекомендовать ряд направлений повышения конкурентоспособности корпусной мебели ОАО «Гомельдрев» на внутреннем и внешних рынках.

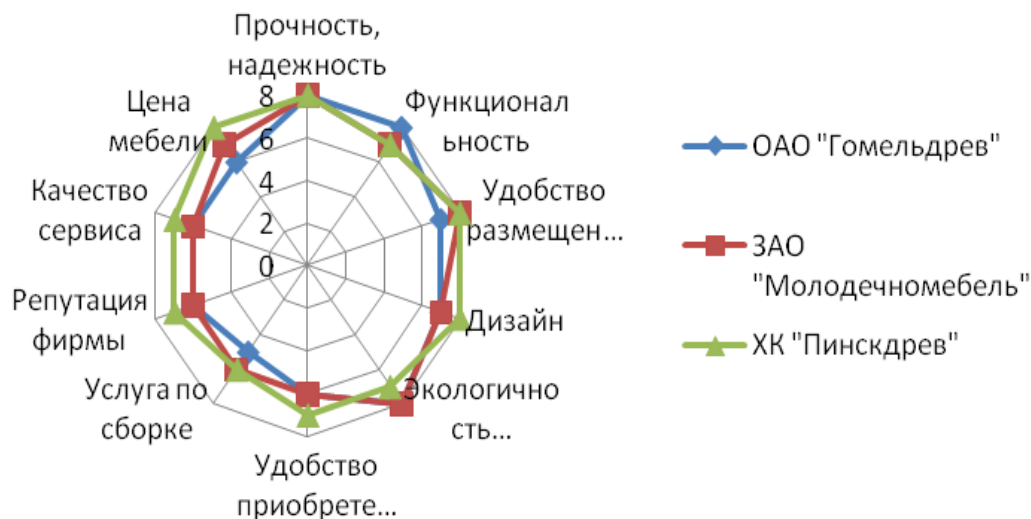
1. Рекомендуются произвести сегментирование рынков сбыта продукции с целью дифференциации товарного ассортимента для более полного удовлетворения требований рынка и потребителя.
2. Повышение качества выпускаемой продукции за счет модернизации производства, совершенствования технологических процессов, внедрения международных стандартов качества.

Таблица 2

**Расчет уровня конкурентоспособности корпусной мебели ОАО «Гомельдрев» по отношению к ХК «Пинскдрев» и ЗАО «Молодечномобель»**

Наименование параметра	Коэффициент весомости параметра	Значение параметров		
		ОАО «Гомельдрев»	ЗАО «Молодечномобель»	ХК «Пинскдрев»
1	2	3	4	5
Параметры качества				
Прочность, надежность	0,4	8	8	8
Функциональность	0,06	8	7	7
Удобство размещения и использования, комфортабельность	0,15	7	8	8
Дизайн	0,3	7	7	8
Экологичность использованных материалов	0,09	8	8	7
Параметры сервиса				
Удобство приобретения и доставки	0,2	6	6	7
Услуга по сборке	0,35	5	6	6
Репутация фирмы	0,16	6	6	7
Качество сервиса	0,29	6	6	7
Цена				
Цена мебели	1,0	6	7	8
Итого	-	19,2	20,64	22,5

Источник: [разработка на основании данных таблицы 1].



**Рис. 1.** Оценка конкурентоспособности основной продукции ОАО «Гомельдрев» и конкурентов

*Источник:* [разработка на основании данных таблицы 2].

По результатам опроса выявлены следующие «пожелания» потребителей белорусским производителям мебели: улучшить дизайн (25,3 %); улучшить функциональность (хотят видеть более трансформирующуюся мебель) (11,3 %); использовать натуральные материалы (10 %); разнообразить ассортимент (8,6 %); усовершенствовать механизмы фурнитуры (8,2 %).

Помимо перечисленных основных претензий: больше уделять внимания выпуску мебели эконом-класса, не бояться использовать нестандартные решения, при производстве отказываться от ДСП и больше использовать МДФ.

Были указаны и претензии к уровню обслуживания посетителей мебельных магазинов, а также претензии к неясности инструкции по сборке мебели. Некоторые потребители указали, что не отказались бы от дополнительной платной услуги по предоставлению специалиста по сборке мебели, так как в любом случае прибегают к данной услуге от частных лиц.

1. Постоянное и целенаправленное изучение конъюнктуры рынка корпусной мебели стран СНГ и дальнего зарубежья.
2. Проведение целевой рекламы продукции ОАО «Гомельдрев» на международных выставках, ярмарках, сети «ИНТЕРНЕТ», наращивание информационного присутствия в приоритетных регионах.
3. Организация совместных производств по выпуску новой продукции в регионах стран СНГ с максимальным использованием материалов и комплектующих, изготовляемых в регионах и, тем самым, снижение цены мебели.
4. Создание дилерской сети, позволяющей расширить сеть торговых посредников, увеличить степень охвата рынка корпусной мебели и привлечь финансовые средства различных структур для финансирования закупок продукции ОАО «Гомельдрев».

#### Список использованных источников

1. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 3-е изд. – М. : Маркет ДС, 2008. – 432 с.

## РОЛЬ МАРКЕТИНГА И МАТЕМАТИКИ В ОБРАЗОВАНИИ БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА

Л.П. Фалько

канд. пед. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Конечной целью современного экономического образования является формирование экономического мировоззрения, в котором математика используется как инструмент исследования, а маркетинг обеспечивает этот процесс необходимыми методиками обучения.

Мировая тенденция современного развития общества – это переход экономик ведущих стран от 4-го, индустриального, технологического уклада через 5-ый, постиндустриальный, к 6-му технологическому укладу, где преобладают информационно-коммуникационные и высокие технологии (7-ой – это технологии, которые определяют «экономику человека») [4].

Инновация – это результат сочетания разных видов деятельности: стратегического планирования, научных исследований, маркетинга, руководства проектом, работы в команде. Из вышесказанного следует, что университет должен обеспечить основу лозунга «образование через всю жизнь», так как новая экономика является экономикой знаний.

Основополагающими принципами современного образования являются: демократизация, гуманитаризация как основа возрождения культуросозидающей функции образования; гуманизация, направленная на создание максимально благоприятных условий для развития личности; дифференциация с учетом типичных индивидуальных различий обучающихся.

Основными составляющими современного образования, понимаемого как процесс развития человека, выступает в единстве обучение как процесс передачи опыта, знаний, умений и навыков; воспитание как процесс социализации личности и просвещения как процесс широкого приобщения к культуре [1].

Согласно концепции В.В. Краевского и И.Я. Лернера компонентами содержания образования являются: знания о человеке, природе, обществе, технике, мышлении и способах деятельности; опыт коммуникативной, умственной деятельности, способов деятельности, переходящий в случае усвоения личностью в интеллектуальные и другие умения и навыки; опыт творческой, поисковой деятельности; опыт общественных и личностных отношений, опыт эмоционально-ценностного отношения к деятельности и ее объектам, расширяющий сферы потребности человека и системы ценностей.

В процессе обучения будущих экономистов в вузе стоят задачи, прежде всего повышения уровня экономического образования и воспитания, экономической культуры обучающихся. В эти понятия вкладываются следующее содержание. Экономическое образование – непрерывный процесс обучения, который направлен на усвоение систематических знаний и умений. Экономическое воспитание – целенаправленный процесс формирования установленных норм поведения. Экономическая культура – наличие у человека определенных знаний и готовности к экономически целесообразной деятельности.

Математическое образование может сыграть решающую роль в формировании экономической культуры и экономическом воспитании будущих экономистов. Необходимость формирования целостного мировоззрения будущих экономистов происходит в процессе обучения в вузе. Этому способствуют междисциплинарные связи управления, экономики и математики. В современных условиях рыночных отношений, в условиях конкуренции при решении практических задач экономист должен иметь хорошую подготовку по менеджменту и маркетингу. Исследования, проведенные К. Соловьевым показали, что работодатели ценят умение ладить с людьми и хорошую маркетинговую подготовку [3].

Бесспорна аксиома: прежде, чем научиться управлять людьми, производством, деньгами, временем необходимо научиться управлять собой. Наукой об управлении собой, которая способствует самоорганизации, самоопределению человека в мире людей и организаций, является менеджмент.

Рассмотрим различия и сходство управленческой, экономической и математической культур.

Управление – это процесс планирования, организации, координации, мотивации и контроля, необходимый для достижения целей организации.

Экономика – это наука о том, как общество управляет имеющимися в его распоряжении ограниченными ресурсами.

Математическая культура отличается от управленческой и экономической культур. Экономика с точки зрения математики, строго говоря, наукой не является. Сколько экономистов – столько и экономик, т.е. логически следует, что экономика – это субъективная наука. С точки зрения математики научные знания должны быть объективными, следовательно, экономика – не наука.

Знания в математике строятся на абстрактных, часто близких к реальной действительности, аксиомах и законах логики. Экономика относится к гуманитарным наукам, когда человек часто поступает нелогично и изменяет со временем свой взгляд на мир. Однако, экономика и менеджмент успешно работают в жизни, не подчиняясь законам логики и математики.

Математика для экономиста является инструментом, используемым для моделирования реальных процессов и явлений в экономике. Экономика является прикладной наукой. Однако именно математика позволяет сравнивать различные экономические теории, видя их ограничения, области применения, достоинства и недостатки.

Математическая экономика – раздел математики, объединяющий задачи, которые возникают при исследовании математических моделей производства, распределения, обмена и других протекающих в экономике процессов [2]. Понятия, результаты, методы и модели математической экономики принято излагать в тесной связи с их экономическим происхождением, интерпретацией и практическими приложениями. Типичный пример таких моделей представляет собой межотраслевой баланс.

Анализ современных моделей математической экономики требует привлечения результатов из математического программирования, теории игр и других областей математики. В свою очередь математическая экономика стимулирует развитие многих разделов этих областей.

В современном образовании актуальной является проблема объединения науки, теории и практики. Одной из перспективных методик представляет собой андрагогика. Андрагогика – это метод гибкого и открытого взаимодействия педагога и ученика. Достоинством андрагогики является нацеленность на то, чтобы пробудить в учащемся желание учиться или побудить его в необходимости этого.

Синергетика – наука, изучающая самоорганизацию систем различной природы. Синергетика, как междисциплинарное научное мировоззрение и методология, нацеливает внимание исследователя на принципиальные основы возникновения, развития и самоусложнения организации, на выявление законов ее построения.

Проблема междисциплинарного синтеза естественнонаучного и гуманитарного знания в современных условиях становится необходимостью в деле выживания человечества. С кризисами современности: экологическими, экономическими, духовными можно справиться, обладая целостным мировоззрением. Стратегией поведения общества является решение реальных жизненных задач, а тактикой поведения является выбор экономического решения, используя математические знания.

В современном быстроменяющемся мире самое главное умение – это умение учиться, оставаясь открытым для опыта и сохранять способность изменяться.

#### **Список использованных источников**

1. Глейзер, Г. Д. Математическое образование как элемент культуры / Г. Д. Глейзер // Математическое образование: традиции и современность. – Н. Новгород, 1997. – С. 3.
2. Математический энциклопедический словарь. – М., 1988.
3. Соловьев, К. Менеджмент, маркетинг и математика в культуре идеального экономиста [Электронный ресурс] / К Соловьев. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua>. – Дата доступа: 20.02.2015.
4. Туккель, И. Л. Методы и инструменты управления инновационным развитием промышленных предприятий / Под ред. И. Л. Туккеля. – СПб. : БХВ – Петербург, 2013.

## **«ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЧЕНСКОГО ЗАВОДА ПОРОШКОВОЙ МЕТАЛЛУРГИИ»**

**О.В. Хренов,**

канд. техн. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Молодеченский завод порошковой металлургии (МолЗПМ) в 80-е годы прошлого столетия был, как писала советская пресса, флагманом металлургии и современных технологий не только в Беларуси, но и во всем Советском Союзе. В настоящее время испытывает большие трудности в заключении заказов и сбыта своей продукции. Известно, что в условиях глобализации и спада мировой экономики, не остается в стороне от этих процессов и промышленность нашей страны. Чтобы разобраться в причинах резкого сокращения рынка сбыта изделий МолЗПМ необходимо хотя бы кратко охарактеризовать возможности порошковой металлургии.



Порошковая металлургия (ПМ) является одним из наиболее эффективных направлений науки и техники по созданию новых перспективных материалов и производство изделий на их основе. Базовый вариант технологии порошковой металлургии включает в себя получение порошков, прессование заготовок, их спекание и окончательную обработку (калибровку, термообработку и т.п.), что позволяет получать готовые изделия необходимой прочности, точности и сложной формы, как правило, без дополнительной механической обработки, при незначительных затратах сырья и производственных расходов.

Основоположником порошковой металлургии в Беларуси и инициатором строительства МолЗПМ является академик Национальной академии наук Беларуси О.В. Роман.

Первая очередь МолЗПМ мощностью 5 тысяч тонн изделий из металлического порошка в год была введена в строй в 1984 году. Было освоено производство конструкционных, антифрикционных и фрикционных деталей для комплектации грузовых автомобилей МАЗ, БелАЗ и ЗИЛ, тракторов МТЗ, сельхозмашин завода «Гомсельмаш» и др.

В 1987 г. завод был выведен на полную проектную мощность, оснащен специальным технологическим оборудованием, в основном производства России, Германии, Швейцарии, Болгарии, позволяющим обеспечить полный технологический цикл производства изделий массой от 5 грамм до 8 кг. На заводе работало 1473 человека.

В 1990 году на заводе было произведено максимальное количество изделий из металлических порошков 283 наименования в объеме 7076 тонн для более 300 предприятий Беларуси, России, Украины, Прибалтики, Кавказа, Средней Азии. Значительное количество изделий завода шло на экспорт в Италию, Польшу, Болгарию, Чехословакию, Германию.

В 90-е годы наступило резкое снижение объема производства МолЗПМ. Анализ производственно-экономической деятельности МолЗПМ за последние 7 лет (2008 – 2014 гг.) показал спад производства изделий порошковой металлургии в количестве изделий (от 7,5 млн до 5,5 млн шт. в год), в тоннаже – характерный показатель производства порошковой металлургии – (от 755 т до 517 т изделий в год) и в рублях (от 56 млрд. до 34 млрд. руб. в год (действ. цены). Только за прошлый год снижение производства составило 14,4 % по сравнению с 2013 г. По сравнению с 1990 г. объем производства снизился в 10 раз.

Основная причина спада производства – сокращение рынков сбыта: потеря партнеров из Италии, Польши, Болгарии, Чехии, Словакии и Германии из-за вступления их в Еврозону; сокращение заказов в Беларуси и в странах СНГ (Россия и Украина) в связи с наличием у них более дешевых сырьевых и энергетических ресурсов.

Для оценки перспектив и возможностей рынка сбыта продукции МолЗПМ необходимо дать характеристику выпускаемых изделий.

Материалы, используемые в технологии порошковой металлургии условно можно разделить на 3 группы: конструкционные, антифрикционные и фрикционные. Каждая группа материалов способна выполнить свою функцию [1].

К группе *конструкционных материалов* относятся материалы, из которых изготавливаются детали конструкций (машин и сооружений), воспринимающих силовую нагрузку. Определяющими параметрами таких материалов являются повышенные механические свойства, твердость, жаропрочность, коррозионная стойкость.

*Антифрикционные материалы* используются для деталей машин (подшипники, втулки и др.), работающих при трении скольжения и обладающих в определенных условиях низким коэффициентом трения. Их называют самосмазывающимися: смазка находится в жидком состоянии внутри деталей или в самом материале в твердом виде (графит). Такой материал называют железо- или бронзографит.

*Фрикционные материалы* применяются для изготовления деталей, работающих в условиях больших сил трения скольжения и износа. Применяются в узлах трения машин: в тормозных устройствах и в коробках передач.

М.В. Мясникович в интервью научной информационно-аналитической газете Беларуси «Веды» сказал: «Следует учитывать нашу геополитическую данность. Беларусь – открытая экономика, которая с 2012 г. включена в Единое экономическое пространство с экономикой России и Казахстана. Мы обречены работать в условиях ВТО и мировой конкуренции. Консервировать идеологию промышленной политики «большого сборочного цеха» для Беларуси бесперспективно. Каждый участник открытого рынка стремится производить конечную продукцию с наибольшей добавленной стоимостью» [2].

Отличительные особенности рынка промышленного назначения (рынок ограничен, покупатели профессионалы, «рекламой их не купишь») и факторы окружающей обстановки (темпы научно-технического прогресса, политические события, деятельность конкурентов) [3, с.223-226] заставляют производителей разрабатывать инновационные технологии промышленного производства с привлечением научных исследований.

Для улучшения конкурентоспособности изделий МолЗПМ были проведены исследования и разработаны новые металлокерамические фрикционные материалы и фрикционные материалы на целлюлозно-бумажной основе. Фрикционные диски, полученные по новой технологии, имеют высокие триботехниче-

ские и эксплуатационные свойства при условии снижения себестоимости изделия и улучшения условий работы (без использования гальванопокрытия) [4]. Установлено, что использование данной технологии значительно уменьшает вредное воздействие на окружающую среду.

Металлокерамические фрикционные диски успешно прошли промышленные испытания в коробке передач тракторов «Кировец» всех модификаций. В настоящее время на МолЗПМ осуществляется серийная комплектация коробок передач тракторов «Кировец» на Петербургском тракторном заводе [5].

На автотракторных и предприятиях сельхозтехники Беларуси: Минский тракторный завод, завод дорожных машин «Амкордор», Могилевский автомобильный завод, Гомсельмаш, а также на Чебоксарском заводе промышленных тракторов (Россия), Харьковском тракторном заводе (Украина) успешно прошли испытания фрикционные диски для гидромеханических передач. Молодеченский завод порошковой металлургии серийно выпускает фрикционные диски для этих предприятий [6,7].

Промышленные испытания металлокерамических фрикционных дисков и фрикционных дисков на целлюлозно-бумажной основе на Белорусском автомобильном заводе (БелАЗ) (г. Жодино) потребовали дополнительного исследования триботехнических и износостойких свойств поверхностей трения [8,9]. Промышленные испытания фрикционных дисков на БелАЗе будут продолжены.

Благодаря инновационным технологиям изготовления фрикционных дисков, внедренных на МолЗПМ, удалось сохранить рынки их сбыта и увеличить объем их производства. Однако общий объем производства значительно снизился. Основная причина в том, что МолЗПМ проектировался для производства конструкционных, антифрикционных, фрикционных и пористых изделий для автотракторной и сельскохозяйственной техники всех предприятий Советского Союза. Из-за высокой стоимости порошков (заводы по их производству находятся в России, Украине, Германии, Швеции), повышения цен на энергоносители, доля заказов по производству конструкционных и антифрикционных деталей резко сократилась. Заводы стали производить эти детали металлообработкой из проката, использование металла составляет 60 % – 40 %, в то время как доля использования металла при производстве деталей методом порошковой металлургии – более 95 %, при этом высвобождаются металлообрабатывающее оборудование, рабочие места и значительно снижается вредное воздействие на окружающую среду.

По опыту лучших зарубежных заводов порошковой металлургии оптимальное соотношение изделий должно составлять: конструкционные – 50 %, антифрикционные и фрикционные – по 20 %, пористые изделия и инструмент – 10 %. Соотношение продукции МолЗПМ в настоящее время: 65 % – фрикционные диски, 30 % – конструкционные и антифрикционные, 5 % – пористые изделия.

Маркетинговая стратегия МолЗПМ должна быть направлена на максимальное укрепление и расширение рынка сбыта конструкционных и антифрикционных изделий. Перевод этих деталей с традиционной технологии (металлообработка проката) на технологии порошковой металлургии, как известно, дает большую экономию металла, энергоносителей, что значительно снижает себестоимость продукции. Улучшается экологическая ситуация – снижается количество металлической стружки и вредной смазывающе-охлаждающей жидкости (СОЖ).

Предложения по реорганизации завода в цех порошковой металлургии с объемом производства около 1 тыс. т в год находятся на рассмотрении в Министерстве промышленности Республики Беларусь. Для реализации этого предложения потребуется аренда или строительство производственных площадей. Старые требуют капитального ремонта, что в настоящее время дороже строительства новых. Более того, реорганизация связана с сокращением рабочих мест.

Предложенная реорганизация МолЗПМ повысит конкурентоспособность продукции завода и предприятий, где выпускаемые машины и оборудование будут укомплектованы порошковыми деталями. В первую очередь это касается автотракторной и сельскохозяйственной техники. Более того, расширение производства методом порошковой металлургии будет способствовать развитию «зеленой» экономики и экологической безопасности Беларуси.

### Список использованных источников

1. Хренов, О. В. Материалы и технология порошковой металлургии [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О. В. Хренов, Л. Н. Афанасьев, А. В. Лешок ; Белорус. нац. техн. ун-т, Каф. «Порошковая металлургия, сварка и технология материалов – Минск : БНТУ, 2010. – Режим доступа: <http://rep.bntu.by/handle/data/828>. – Режим доступа: 22.03.2015.
2. Мясникович, М. В. В ЕЭП мы должны стать инноваторами / М.В. Мясникович // Веды. – 2012. – № 26 (2990) 21 чэрвеня 2012 г. – С. 1.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – Новосибирск : Наука, 1992. – 736 с.
4. Хренов, О. В. Металлокерамические фрикционные материалы [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О. В. Хренов, А. А. Дмитриевич, А. В. Лешок ; Белорус. нац. техн. ун-т, Каф. «Порошковая металлургия, сварка и технология материалов. – Минск : БНТУ, 2011. – Режим доступа: <http://rep.bntu.by/handle/data/829>. – Режим доступа: 22.03.2015
5. Хренов, О. В. Металлокерамические фрикционные диски в коробке передач тракторов «Кировец» всех модификаций / О. В. Хренов, А. В. Лешок, Д. И. Антончик // Наука – образованию, производству, экономике : материалы

- Восьмой междунар. науч.-техн. конф. : в 4 т. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. нац. техн. ун-т ; редкол.: Б. М. Хрусталеv, Ф. А. Романюк. – Минск, 2010. – Т. 1. – С. 309.
6. Хренов, О. В. Испытание фрикционного материала для самосвала БелАЗ / О. В. Хренов, А. В. Лешок // Наука – образованию, производству, экономике : материалы Девятой междунар. науч.-техн. конф. : в 4 т. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. нац. техн. ун-т ; [редкол.: Б. М. Хрусталеv, Ф. А. Романюк, А. С. Калининченко]. – Минск, 2011. – Т. 1. – С. 289.
  7. Хренов, О. В. Фрикционный материал тормозного узла трения Амкодор / О. В. Хренов, А. В. Лешок // Наука – образованию, производству, экономике : материалы Девятой междунар. науч.-техн. конф. : в 4 т. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. нац. техн. ун-т ; [редкол.: Б. М. Хрусталеv, Ф. А. Романюк, А. С. Калининченко]. – Минск, 2011. – Т. 1. – С. 292.
  8. Хренов, О. В. Исследование условий переноса металлокерамического фрикционного материала МК – 5 на поверхность стального контртела. / О. В. Хренов, А. В. Лешок // Тезисы. Наука – образованию, производству, экономике: материалы Одиннадцатой Междунар. науч.-техн. конф., т.1, Минск, БНТУ, 2013. С. 320.
  9. Хренов, О. В. Оптимизация профиля шероховатости контртела при работе с фрикционным материалам МК – 5. Тезисы / О. В. Хренов, А. В. Лешок // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 11-й Междунар. науч.-техн. конф., т. 1 – Минск, БНТУ, 2013. – С. 318.

## **ТРАДИЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ КАК ФАКТОР ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ ПОДЛЯСКОГО ВОЕВОДСТВА**

**Elżbieta Zalesko,**

доктор экономических наук

*Высшая Школа Финансов И Менеджмента, Г. Белосток, Польша*

### **Введение**

В сегодняшней экономике есть явление всегда более сильной конкуренции между регионами для факторов развития – и в первую очередь, инвестиции в финансовый и человеческий капитал и туристов. Чтобы эффективно конкурировать с другими подразделениями местных органов власти, и региональные власти должны принять маркетинговые усилия, с тем чтобы привлечь внимание потенциальных инвесторов, туристов и местных жителей для своего собственного региона.

Эта проблема также относится к польской экономике и, в частности, к регионам с более низким уровнем экономического развития, к которым относится также Подляское воеводство.

В стратегии принятой правительством воеводства, среди наиболее важных задач является уровень развития, создавая хорошие условия для жизни жителей и возможности, предоставляемые их обоим, с учетом ресурсов и возможностей, которые возникают от польского членства в Европейском Союзе. Особенно подчеркнуть надо необходимость предотвратить увеличение дисбаланса по отношению к сильным провинциям, как это приведет к дальнейшей маргинализации Подляское воеводство и на всей территории Восточной Польши.[17]

Общая цель развития воеводства представлена в виде семи стратегических целей [17]:

- Повышение инвестиционной привлекательности региона.
- Развитие людских ресурсов в соответствии с потребностями рынка труда.
- Повышение конкурентоспособности компаний из региона Подляского на национальных и международных рынках
- Защита окружающей среды.
- Развитие туризма с использованием природного и культурного наследия.
- Использование положения границы провинции.
- Развитие сельского хозяйства и создание условий для многофункционального развития сельских районов.

Основные цели в области развития будут направлены на улучшение конкурентной позиции региона в стране, в том числе в области территориального маркетинга. Для содействия в регионе привлекательности места не только для жителей, но прежде всего для потенциальных инвесторов и туристов принимаются различные формы. Однако кажется, что заслуживает особого внимания показ культурного и кулинарного наследия воеводства, в том числе региональных и местных продуктов.

Учитывая вышесказанное, в исследовании принята гипотеза о том, что одним из основных элементов территориального маркетинга в Подляском воеводстве являются региональные и традиционные продукты.

## Маркетинг в органах местного самоуправления

В литературе маркетинг называется социальным процессом и управлением, через который фактический покупатель и группа будут получать то, в чем они нуждаются.[10]

На практике управления территориальным образованием, чаще используются маркетинговые подходы. Сейчас ключевым предположением является фокус государственных учреждений к потребностям внешних клиентов.

Маркетинг рассматривается во многих случаях в качестве процесса управления, целью которого является диагностика прогнозирования и удовлетворения потребностей и желаний клиентов. В свете определения территориальный маркетинг может быть определен как посёлок рыночной концепции управления, предназначенный для удовлетворения потребностей и желаний жителей и «гостей» через более раннюю диагностику и прогнозирование изменения и в то же время, на основе рационального использования в целом ресурсов. [4]

Территориальный маркетинг также упоминается в литературе как «общая скоординированных действий на местные, региональные или национальные усилия для создания процессов обмена и взаимодействия путем выявления, развития и удовлетворения потребностей и желаний людей.»[18]

В основе этого территориального маркетинга лежит убеждение, что ожидаемое удовлетворение потребностей и желаний внутренней и внешней справочной группы, путем предоставления им надлежащей с точки зрения экономической совокупность материальных и нематериальных ресурсов, это возможно после их диагностики с учетом текущих и будущих, но также их стимулирования и создания.[4]

Единиц, а также компании могут использовать элементы комплекса маркетинга, основными переменными приводятся в таблице 1.

Таблица 1

Территориальный микс

Элементы	Переменные
Органические	<b>История территории:</b> источники занятости, роль территории сыграл в истории. <b>Культура территории:</b> традиция развития в прошлом, выбранный источник развития, привычки, религия, городское население. <b>Степень юнионизации территории:</b> Роль территории в регионе, отделение, соседний город, расположение общественных услуг, роль политических организаций.
Географическое положение	<b>Влияние географических элементов</b> (например местности, его геологическое строение, климат, гидравлические сети) на: личность жителей (направление перемещения населения, отношения между жителями рельеф местности), место экономической активности (дорога структура, структура железнодорожных услуг воздуха).
Символический	<b>Визуальный образ территории</b> , например: ландшафты, наличие леса, горы, озера, реки, скалы, парки в городских центрах, и др. <b>Архитектура</b> старого и нового: присутствие компаний, дворцов, церквей, довольно больших команд, групп планирования большой архитектуры, типичных архитектурных стилей
Экономичный	<b>Исторический анализ экономической деятельности</b> , которые доминировали на земле, такие как: горнодобывающей промышленности, текстильной, наличие значительных промышленных судьбы. <b>Диагностика текущей экономической ситуации.</b>

Источник: [18]

Главная цель территориального маркетинга влияет на мнение, отношение и поведение «внешних» и «внутренней» групп заинтересованных клиентов путем разработки соответствующего набора мер и инструментов для стимулирования контактов, взаимозаменяемыми.[14]

Среди приоритетных стратегических целей территориального маркетинга упоминаются:[4]

- развитие и укрепление услуг, предоставляемых государственными учреждениями, в которых использование трудно для жителей и предприятия,
- формирование позитивного имиджа региона, муниципалитета и местных единиц,
- повышение привлекательности и позиция Комитета областей, районов, городов и сельских общин в их взаимной конкуренции.

В реализации последних двух целей (формировании позитивного имиджа региона, а также повышении привлекательности и позиции в их взаимной конкуренции) Государственные учреждения могут использовать факт, что изготовление традиционных и региональных продуктов происходит на их территории.

При планировании маркетинговой деятельности, вы можете обратить внимание на особенности и характеристику качеств этого региона – большая часть Подляского занимают деревни, для которых характерным является: [16]

- Подляске гостеприимство,

- Народная традиция
- благородная традиция — отношения и обязательства;
- архитектура: деревянные дома с соломенными крышами, деревянные заборы

Важные отличительные черты Подлясья среди других по-прежнему культивируются народные обычаи, такие как: [16]

- для обнаружения народных праздников: «звезда мальчиков Поющие шествие», «Марди Гра», «висячие сельди» и другие;
- народные костюмы;
- Народная музыка;
- продукты питания (сыр, стучать, черный пудинг, пирог, сало и т.д.) и популярным способом приготовления пищи и фольклора людей.

На протяжении веков в регионе проживали поляки, евреи, белорусы, русские, украинцы, литовцы или татары, что свидетельствует о высокой религиозной терпимости и ее территории в этом регионе. В таких условиях составил богатое культурное наследие и рецепты. Кроме того, производство региональных продуктов тесно связано с богатой природой. Есть в воеводстве, четыре национальных парка (Беловежа, Бебжи, Нарев и Вигерский) и район под названием «Зеленые легкие Польши». Разнообразная флора и фауна является естественным местом обитания таких животных как зубр, лось, аист. [16] Все это делает Подляское интересным местом для туристов из дома и за рубежом. Видимость культурной жизни в сочетании с кулинарными традициями может быть важным элементом в содействии Подляское воеводства.

### Традиционные и региональные продукты в Подляское

В странах с высоким уровнем развития на годы был отход от потребления продуктов питания, массового производства в промышленном масштабе для местной продукции известного происхождения, часто более дорогой, но в целом здоровее, вкуснее и более оригинальным.

Рост процветания способствует развитию сектора традиционных продуктов питания. В административном изменяет потребительские тенденции. Покупатель получить больший вес для присоединения к этому, что у них в корзине и не сколько это стоит. Предполагается, что в ближайшие 5 лет в польский рынок традиционных продуктов и эко-может быть увеличена в 2 – 3 раза и достигнуть 10 % акций всего агропромышленного производства. На данный момент, доля рынка более дорогих продуктов питания составляет около 3 %. На органических продуктах выбрала небольшое количество потребителей. Это расхождение является ответственность за доходы, потому что выше, включая большую долю расходов из других секторов. Польские потребители беднее, чем в Западной Европе. С увеличением уровня достатка польского общества участия для этих продуктов будет расти, потому что это довольно большое признание для таких продуктов и их покупку. Экономического развития способствует позитивное развитие органической пищевой промышленности. Самые популярные продукты включают выше цены, среди прочего, мед, продукты животного происхождения (мясо и яйца) и растительных продуктов (зерно, специи).[2]

Для местных продукт считается наиболее распространенными продукт или услугу, с которой приравнивается к жителям региона. Он производится не в промышленных масштабах, из местного сырья или с помощью местных методов изготовления. Местным продукт является продукт, который для жителей региона она ежедневно, часто, в то время как для тех, кто из вне специальные и специфические. Его производство часто заботиться о мелких сельскохозяйственных производителей, которая обеспечивает производство тоже, прибыльным и дает вам источник средств к существованию. Производство также поддерживает местную экономику, уменьшает транспортные расходы и положительно влияет на окружающую среду. Местные продукты должны быть лучшего качества, должны быть изготовлены из местного, свежего сырья (вполне возможно, что родной рас и старых сортов растений) и дешевле благодаря более короткие цепочки посредников и продаж среди местного населения. Это продукт или услуга, которая приравнивается к жителям региона. Она становится витриной региона посредством использования ее конкретный и уникальный характер и привлечение жителей в развитие местного предпринимательства.[8]

Подляское воеводство имеет давние традиции и потенциал, необходимые для производства этого вида товаров. Значительная часть рабочей силы в сельских районах, сельское хозяйство и переработка являются традиционными. На сегодняшний день преобладающих сельскохозяйственного производства. В настоящее время по-прежнему доминируют малые семейные фермы. Многие фермеры как органические фермы и получили сертификаты производителей здоровых продуктов питания.[1] Деятельность осуществляется в незагрязненных экологически районах, а доминирующей формой являются семейные фермы. Они параллельно с деятельностью свинца производство сельскохозяйственной продукции на основе традиционных методов. Местные Подляские производители имеют возможность использовать регулирование на национальном уровне и на уровне Европейского союза.

В государствах-членах Европейского союза, становится все более и более значительную роль играют производства, защиты и поощрения высокого качества. Одним из основных способов для осуществления политики в области качества в сообществе подчеркнув признаки, поддерживая высокое качество товаров продовольствия, происходящих из определенных регионов, а также с традиционным методом производства.

Система защиты и поощрения региональных и традиционных продуктов является одним из наиболее важных факторов, влияющих на устойчивое развитие сельских районов и осуществление компонента II общей сельскохозяйственной политики. Он способствует диверсификации занятости в сельских районах путем создания несельскохозяйственных видов деятельности в сельских районах средства к существованию и увеличить доходы фермеров. Это крайне важное значение, особенно для отдаленных районов или менее благополучных районах, потому что он предотвращает эти бесчеловечном земли. Благодаря системе защиты и поощрения региональных и традиционных продуктов, также защищает культурное наследие в деревне, которая во многом способствует повышению привлекательности сельских районов и развития туризма и сельского туризма.[7]

Политика качества реализована в Европейском союзе также дает уверенность покупателям, что они приобрели еду очень высокого качества. Кроме того он имеет уникальный, традиционный метод производства. Из-за большого разнообразия продуктов на рынке потребители стали ожидать, Кроме того, четкую и всеобъемлющую информацию о качество и происхождение сельскохозяйственного продукта или продуктов питания. Выявление и отбор отдельных продуктов сделать его легким для географических указаний, наименований происхождения и гарантированные традиционные продукты.[7]

В Польше, а также на всей территории Европейского союза система защиты региональных и традиционных продуктов основывается на двух положений, регулирующих правила регистрации и защиты:

- Постановление Совета (ЕС) № 510/2006 о защите географических указаний и обозначения происхождения для сельскохозяйственной продукции и продовольствия,
- Постановление Совета (ЕС) No 509/2006 по традиционным специальностям, гарантированные на сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.

В польском правовом порядке эти правила были реализованы в законе о регистрации и защите названий и обозначений для сельскохозяйственной продукции и продовольствия и для традиционных продуктов (ОJ 2005, № 10, пункт 68). Этот закон регулирует Национальный этап оценки приложений.

Эти положения были введены в польской правовой системе закон о регистрации и охраны названий и маркировки продуктов питания и сельскохозяйственной продукции и для традиционной продукции (ОJ 2005, № 10, пункт 68).Закон регулирует Национальный этап в оценке предложений.

Имена сельскохозяйственной продукции и продуктов питания могут быть записаны как:[5]

- Охраняемые обозначение происхождения-когда имя прямо или косвенно относится к региону, определенному месту или, в исключительных случаях, стране, где производится продукт, весь технологический процесс осуществляется в районе, к которому относится имя и характеристики продукта и качество продукции являются уникальными с конкретный географический район в котором она производится.
- Защищенные географического указания-когда имя продукта относится к региона, конкретного места или, в исключительных случаях, страны, где производится продукт. Продукт должен пользоваться репутацией, иметь особые характеристики или качества назначенного или результате географического происхождения. Качество продукта может быть результатом географического района (например, климат, растительность, рельеф), местные ноу-хау производителей, или других природных факторов или человека.
- Традиционные специальности процедуру-продукт может быть зарегистрирован если имя специфичен сам по себе, или выражает специфику сельскохозяйственного продукта или продуктов питания, и сам продукт специфичен, т.е. имеет функцию или набор функций, отличающая его от других продуктов той же категории и имеет традиционный характер, который может быть выражен с помощью традиционного сырья, традиционной композиции или традиционный метод подготовки.

Регистрировать имя сельскохозяйственного продукта или продуктов питания как обозначение происхождения или географического указания, традиционные специальности процедуру обеспечивают, что никто в польской и всего Европейского союза не могут незаконно использовать зарегистрированное имя торговли. Право использовать графический символ и зарегистрированное имя имеют только производители, которые приходят из зарегистрированных территории, производить продукцию в соответствии со спецификациями и с объявленной регистрацией сырья. Предоставление маркировки защищает от несанкционированного производителей, таким образом, использование имени продукта. Это позволяет подчеркнуть уникальность продукта и позволяют конкуренции на рынке Европейского Союза. Размещение логотипа на упаковке

ку продукта делает его узнаваемым для миллионов потребителей в Европейском Союзе, с высоким уровнем дохода и учитывая качество и уникальность отмеченные статьи.[5]

Два изделия производятся в Подляском воеводстве, которые имеют Охраняемое обозначение происхождения- мед, с защищенных географических указаний сыр «Домашний» и один продукт, который является традиционной специализацией – нерекацзевник.

Традиционные и региональные продукты работают в странах-членах Европейского союза как Специальный и гарантированное качество и социальных объектов, принадлежащих местном или региональном уровне. Принадлежит социальной в смысле открыт для всех, кто отвечает установленным самими производителями и часто и торговцев, которые требования в то же время заявить о своей готовности представить добровольного контроля спас себя в описании продукта. Общественная собственность означает также, что продукт основан на истории, традиции, или с характеристиками на сайте, который является собственностью местных или региональных и, таким образом, не может быть злоупотребляно кем-либо. Таким образом, отсутствует система традиционных продуктов, ничего общего с патентами, система защиты качества и бренда.

Далее в ЕС правила применяются к польским положения о традиционных продуктов. Продукты должны вноситься в список традиционных продуктов характеризуются качеством или уникальной характеристики и свойства, связанные с использованием традиционных методов производства. Традиционные методы считаются те, которые используются для по крайней мере 25 лет, таким образом, независимо от названия продукта и его возможной связи с Фондом записи – продемонстрировать 25-летней традиции производства продукта. Это не означает, что заявитель продукт для записи в списке необходимо производить его по крайней мере 25 лет. этот период относится к продукту и не к производителю.[12]

Среди товаров, которые включены в региональный список с 1385 – 58 происходит от воеводства, в том числе: дерево торт с Суховоли, сыр домашний с Корыщина, геральдические огурцы или Киндзюк. В списке являются молочные продукты (10), мясные изделия (11), рыбной продукции (2), фрукты и овощи (4), хлебобулочные и кондитерские изделия (10), масла и жиры (1), (3) меда, приготовленные блюда и блюда (11), напитки (3), другое (3) производится в Подляское воеводство. Это небольшая часть по всей стране, поэтому важная роль образования и повышения информированности местных производителей с точки зрения возможности их и характеристика продукции производства всего местного сообщества.

Преимущества для региона с сильным брендом можно охарактеризовать следующим образом:[19]

- Сообщите, характеризуется его самоуправления, влиять на решения, касающиеся части инвестиций, место жительства, досуг, Наука и т.д.
- обобщаются изображение района, рождается в сознании общее положительное или отрицательное изображение, которое определяет город, даже когда мы не знаем детали,
- Фикчированное изображение позволяет проверить данные положительные или отрицательные, которые мы получим позже.

Туристические продукты бренда могут принести следующие позитивные изменения [13]:

- увеличение различия между продуктами и укрепить преимущество бренда туристического продукта данного региона, с другой;
- чтобы стимулировать возвращение туристов в регионе наиболее важные решения о покупке привычки являются мотивированных клиентов покупать бренд, в память об удовлетворенности от предыдущего пребывания в регионе,
- расширение предложения с изображением бренда в регионе создает большую возможность введения под ее крылья новых продуктов, которые помогут сократить расходы,
- получить более высокую цену.

В повышении конкурентоспособности региона также используется где продукта является его земле поколения местных продуктов. Находится в привлекательных туристических местах, или связанные с одной, но сильной доминирующей достопримечательности, такие как: указанное событие, уже существующего бренда.

Выгоды для региона с традиционных и региональных продуктов это прежде всего[6]:

- решение о конкретнах и брендах в регионе,
- считаются и являются деликатесами и ценятся туристами,
- есть не анонимные и покупка такого продукта приводит связи между клиентом а культурное наследие региона,
- традиционные и региональные продукты могут обогатить меню питания местных общественных предприятия и туристических хозяйств, и, следовательно, весь регион
- процесс производства традиционного фольклора отнимает много времени и поглощает большое количество людей – создание новых рабочих мест в сельских районах,
- известный и узнаваемый продукт более рентабельное производство,

- известный продукт = определенное качества,
- производство традиционных и региональных продуктов предназначено для сохранения от забвения кулинарного наследия региона,
- совместные действия, направленные на туристические (продажи всеобъемлющего пакета туристических услуг) являются эффективным инструментом для привлечения посетителей.

Продвижение местных продуктов помогает для создания положительного образа в сознании жителей и организаций из за пределами региона. Бренд является не продукт, а набор ассоциаций, с которыми приобретенного изделия марки это чаще и больше денег, чем конкурирующие продукты. Кроме того покупатели знают, почему бренд продукт соответствует их ожиданиям. Стоимость бренда в их глазах информирует их об этом. Физические характеристики и производительность продукта являются лишь подтверждением правдивости бренда.[15]

В пределах Подляского воеводства осуществляет ряд инициатив, направленных на построение бренда в регионе, на основе региональных продуктов. Существует ряд повторяющихся событий, в которых жители региона, туристы из дома и за рубежом имеют возможность познакомиться с продукцией местного производства и их дегустации. Для них оба зарубежных поездок на ярмарки и другие мероприятия, направленные на содействие воеводства и ряд проектов, которые происходят в регионе.

Пасхальная ярмарка народного искусства в Белостоке это циклическое событие, организовано с 1991 года, в воскресенье до Вербного воскресенья. Каждый год в участников рынка приглашен в традициях фольклор сайта с Польши, Литвы и Беларуси. Цель мероприятия – содействовать среди жителей Подлясья богатые традиции народного искусства и ремесел, связанных с Пасхальными праздниками. на рынке в различных областях, представители ремесла, среди прочих, кузнечное дело, керамика, ткачество, скульптура, создателей, ложки, сита, дерево семьи. Ее продукция также производители традиционных пищевых продуктов: мед, сыры, мясо, хлеб, торты (муравейники), маринованные огурцы, польские и литовские травы. Это также: Праздник сыра и Клубничный фестиваль в Корыщине, праздник хлеба, праздник огурца, Праздник вкусов музей Подлясья Белостока, ярмарка Святого Иоанна в Белостоке и Доминика в Хорощи и многих других, которые накапливаются в умах потенциальных покупателей позитивного образа местных и региональных продуктов по всей провинции. Такие действия в долгосрочной перспективе будут переводить в повышение конкурентоспособности Польши.

### Завершение

Усиление конкуренции заставляет единиц местного самоуправления принять маркетинговые усилия, которые способствуют позитивного имиджа места (, города, округа, государственный) в умах туристов, инвесторов и жителей. Конкретные условия и традиционные методы производства и сопутствующих товаров от места происхождения, чтобы дать возможность использования региональных и традиционных продуктов как инструмент для поощрения. Подляское воеводство имеет целый ряд продуктов, которые уже существуют в умах покупателей не только местные, но успешно продаются на внутреннем рынке и даже на международном уровне. К ним, в частности, *pierekaczewnik*, сыр «Домашний», Киндзюк, огурцы или пасхальные яйца должны быть использованы для содействия всеи провинции.

### Список использованных источников

1. *Badania marketingowego ex-ante w ramach realizacji Programu Promocji Polski Wschodniej działania I.4, Komponent Promocja I Priorytetu Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej*” zrealizowanego dla Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S. A. ul Bagatela 12, 00-585 Warszawa. Badania przeprowadzono w okresie od 9 lutego – 15 marca 2010 roku. Realizatorem badania jest IBC Group Central Europe Holding S.A.
2. Bednarczyk H., *Polska – żywność ekologiczna i tradycyjna zwiększa swój udział w rynku*, [http://pl.ppolshu.ru/business/polska-zywnosc-ekologiczna-i-tradycyjna-zwieksza-swoj-udzial-w-rynku/#.VQ22ftKG\\_To](http://pl.ppolshu.ru/business/polska-zywnosc-ekologiczna-i-tradycyjna-zwieksza-swoj-udzial-w-rynku/#.VQ22ftKG_To)
3. Brelik A., *Marketing terytorialny a kreowanie regionów*, w: *ZESZYTY NAUKOWE SGGW, POLITYKI EUROPEJSKIE, FINANSE I MARKETING Nr 3(52) 2010*
4. Furman W., *Marketing w zarządzaniu rozwojem lokalnym*, Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, Białystok 2010
5. <http://ksow.pl/produkty-regionalne-i-tradycyjne.html>
6. <http://w-modr.pl/index.php?id=372>
7. <http://www.minrol.gov.pl/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne>
8. <http://www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny>
9. [http://www.wrotapodlasia.pl/pl/wiadomosci/region/Jarmark\\_Kaziukowy\\_XVI\\_Dni\\_Kultury\\_Kresowej.htm](http://www.wrotapodlasia.pl/pl/wiadomosci/region/Jarmark_Kaziukowy_XVI_Dni_Kultury_Kresowej.htm)
10. Kotler Ph., *Marketing, Management, Millenium Edition, Custom Editor for University Phoenix*, Pearson Custom Publishing, New Jersey 2002
11. Knecht Z., *Public relations w administracji publicznej*, C.H. Beck, Warszawa 2006
12. *Lista produktów tradycyjnych. Praktyczne informacje dotyczące umieszczania produktów tradycyjnych na Liście Produktów Tradycyjnych* przygotowane przez Wydział Oznaczeń Geograficznych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, MRiRW, Warszawa 2005



13. Marciszewska B., Potencjał turystyczny regionu a kreowanie jego wizerunku, w: Potencjał turystyczny. Zagadnienia przestrzenne, red. B. Meyer, Uniwersytet Szczeciński, Zeszyty Naukowe nr 590, Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, Szczecin 2010
14. Meffert H., Stadtemarketing – Pflicht oder Kür? Symposium „Stadtvisionen“, Stadtstrategien und Stadtemarketing in der Zukunft“. Münster, 2-3 Marts 1989, za: A. Brelik, Marketing terytorialny a kreowanie regionów, w: *ZESZYTY NAUKOWE SGGW, POLITYKI EUROPEJSKIE, FINANSE I MARKETING Nr 3(52) 2010*
15. Program rozwoju turystyki i zagospodarowania turystycznego województwa podlaskiego w latach 2010-2015. Część pierwsza – analityczna, Business Mobility International Spółka z o.o., Białystok, lipiec 2009
16. Siemięniako D., Wykorzystanie wybranych cech regionu podlaskiego w strategii marketingowej centrów handlowych, w: Mieczysław Adamowicz (red.), Produkty Marketingowe w Rozwoju Lokalnym i Regionalnym, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2007, s. 119-120
17. Strategia Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020. Dokument przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 30.12.2008 roku. Stanowi załącznik do uchwały nr 278-08, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2008
18. Szromik A., Marketing terytorialny - geneza, rynki docelowe i podmioty oddziaływania, w: Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów, pod. red. T. Domańskiego, Centrum Badań i Studiów francuskich, Instytut Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1997
19. Założenia Wieloletniego Planu Promocji Województwa Podlaskiego, Katowice, luty 2009

## **ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА ПОСРЕДСТВОМ РАДИОРЕКЛАМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**К. Шашкова,**

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312

Руководитель: **Н.А. Галабурдо**, ст. преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В современном мире информационных технологий и развития медиа, радио, тем не менее, остаются популярным видом средства массовой информации, которые выполняют не только развлекательную, но и информационную функцию. Ведь очень часто случается так, что мы не задумываясь включаем радио в автомобиле, офисе, дома просто для фона и невзначай можем услышать что-то интересное и полезное для себя.

Радиореклама – одно из самых массовых по охвату потенциальных потребителей – 90 % в Республике Беларусь средств распространения рекламной информации. Её интенсивному развитию во многом способствует увеличение количества радиостанций. Конкурируя друг с другом, они значительное внимание уделяют разнообразию и содержанию транслируемых программ, стремятся чётко дифференцировать свою аудиторию, выходя на новые сегменты рынка: по результатам моего опроса этим сегментом оказались потребители, которые водят автомобиль.

Радиореклама включает в себя:

- радиообъявление (информация, зачитываемая диктором),
- радиоролик (специально подготовленный постановочный радиосюжет продолжительностью от 15 до 60 с, который разыгрывается несколькими актёрами),
- радиорепортаж,
- специальные передачи рекламного характера.

Радио для современного слушателя – важнейший источник информации, в том числе и рекламной. Повсеместность и широкий охват аудитории радиостанций позволяет этому средству рекламы быть одним из самых эффективных, т. к. люди, после услышанной рекламы, часто заинтересовываются товаром, начинают узнавать о товаре больше из других источников, машинально им запоминается бренд той или иной марки, когда они слышат его на дне по несколько раз. С помощью радиорекламы можно продвигать разные товары и услуги, так как радио можно услышать везде: в автомобиле, дома, в офисе, в торговых и развлекательных центрах, в спортклубах и парикмахерских.

Многие считают радиорекламу менее популярной, чем видеореклама в автобусе или телереклама, но это совершенно не так. Нельзя не отметить факт того, что видео-реклама имеет большое преимущество в том, что телезритель наблюдает визуальную картинку, в то время как слушатель радио такой возможности не имеет, но у радиорекламы есть свои преимущества.

К основным преимуществам рекламы на радио можно отнести следующие:

- Широкий охват (больше, чем у прессы) – по эффективности занимает второе место после телевидения, но по охвату зачастую сравнивается с ним.
- Возможность сегментации слушателей. Обычно люди слушают одну-две радиостанции, предпочитают определенные программы. Размещая рекламные блоки во время программ с узкой целевой аудиторией, рекламодатель воздействует именно на этот сегмент потребителей.
- Мобильность. Во время прослушивания радио можно заниматься другими делами – вести автомобиль, заниматься домашними делами, выполнять техническую работу, отдыхать в кафе и пр.
- Оперативность. Радио-ролики изготавливаются в короткие сроки и так же быстро могут быть размещены.
- Экономичность. Реклама на радио гораздо дешевле размещения на телевидении и является одним из недорогих видов реклам. Проведенный сравнительный анализ цен на радиорекламу и телевизионную рекламу – на радиостанции «Радиус FM» и одном из популярнейших каналов белорусского телевидения «ОНТ» показал, что если стоимость 1 минуты рекламы (с НДС) на радио по состоянию на 01.02.2015г. сложилась на уровне 456 000 бел. рублей, то на телевидении от 82 800 000 до 84 200 000 бел. рублей [1]. Конечно же, следует отметить, что цены зависят от времени эфира. Самые высокие цены определены, на радиостанции это с 7:00 – 10:00; 12:00 – 14:00; 17:00 – 19:00, что предопределяется объективными причинами – люди едут на работу, на обед, с работы домой, а на телевидении это время с 20:00 – 20:30 – время выпуска новостей, рейтинговых передач. Цены как видно очень сильно отличаются.
- Основные слушатели радио – владельцы автомобилей, и они, как правило, являются наиболее желаемой целевой аудиторией.
- Радио — единственное средство массовой информации, которое не требует «присутствия» рядом с источником информации. Рекламу на радио можно слушать «фоном». Но в то же время услышанная информация фиксируется, а при её повторе воспринимается.

На фоне большого количества достоинств, реклама имеет и ряд недостатков:

- Нет визуальной информации. Представление только звуковой информации не дает слушателям возможности наглядно увидеть рекламируемый предмет в действии. Поэтому необходимо уделять большое внимание текстам, для легкого и понятного их восприятия на слух; звуковому и музыкальному сопровождению; тембру голоса диктора.
- Мимолетность. Многие не воспринимают рекламную информацию на радио, так как слушают ее невнимательно. Она может быть легко пропущена и забыта. Информацию нельзя вырезать, сохранить, прослушать еще раз, чтобы запомнить, например, контакты.
- Рекламный блок на радио, как и на ТВ, слушатели могут переключать.
- При перегруженности рекламными объявлениями, рекламный ролик может просто «затеряться».

Как показали исследования, проводимые радиостанциями Республики, успешность радиорекламы во многом определяется следующими факторами:

- Соответствием рекламного обращения интересам целевой аудитории;
- Музыкальным сопровождением и шумовыми эффектами, которые соответствуют специфике рекламируемого товара или услуги, т.к. это информация, которая в первую очередь воспринимается слуховыми центрами;
- Краткость и содержательность (не более 50-60 секунд), т.к. слишком длинное обращение потенциальный потребитель плохо воспринимает;
- Оригинальность и повторяемость. Как показал опрос 250 человек, это необходимо для того, чтобы слушатель запомнил название торговой марки;
- Понятность (без сложных технических терминов);
- Диктор должен обладать приятным тембром голоса, правильной дикцией и скоростью речи (оптимальным считается произношение двух с половиной слов за секунду, то есть рекламное объявление, которое длится 20 секунд, должно состоять из 40-45 слов);
- Важно использовать детали – нужно помочь слушателю воссоздать образ рекламируемого товара, поэтому целесообразно использовать описания таких характеристик товара, как габариты, запах, оттенки и др. (молочный шоколад тает у вас во рту, а не в руках).

Таким образом, можно сделать вывод, что успешность восприятия рекламного ролика зависит от первых секунд рекламного обращения, поэтому очень важно грамотно подобрать текст сообщения, в соответствии с целями и задачами рекламной кампании. Также очень важен выбор специализации радиостанции или конкретной программы, время вещания, количество повторов и т.д. Не менее важно разместить рекламу в правильное время, например размещение рекламных роликов в прайм-тайм (утренние часы) – предпо-

чительно для продвижения товаров и услуг потребительского назначения, реклама ночных клубов и развлекательных заведений – в послеобеденное и вечернее время.

Продвижение товаров и услуг с помощью радиорекламы эффективно для таких видов деятельности как:

- реклама услуг (для них не обязательна визуализация) – страхование, нотариальные и юридические компании, банки, транспортные услуги;
- медицинские учреждения, стоматологические клиники;
- продукты, связанные с аудиоинформацией (аудиотехника, музыкальные инструменты, продажа дисков);
- автомобили и аксессуары к ним, автозапчасти (большинство радиослушателей – владельцы автомобилей);
- рестораны и кафе, ночные клубы, казино, сауны;
- спортивные и фитнес-клубы;
- магазины, реализующие товары массового спроса – мебель, сантехника, товары для дома;
- сотовая связь;
- реклама кинопремьер, выставок и ярмарок, театральных спектаклей (в данном случае оперативность изготовления и размещения рекламы особенно актуальна).

#### **Список использованных источников**

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.megapolis-reklama.by/> – Дата доступа: 13.03.2015.

## **«ПРАВИЛО ВЗАИМНОГО ОБМЕНА» КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА**

**М. Шелестова,**

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312

Руководитель: **Н.А. Галабурдо**, ст. преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Правило взаимного обмена существует очень давно, доказано оно было Робертом Б. Чалдини. Один профессор университета провел интересный эксперимент. Он послал открытки к Рождеству множеству совершенно незнакомых ему людей. Хотя профессор и ожидал некоторой ответной реакции, отклик, который он получил, был поразительным – праздничные поздравительные открытки, адресованные ему, полились потоком от людей, которые никогда его не встречали и никогда о нем не слышали. Большинство тех, кто ответил на открытку, даже не пытались выяснить что-либо относительно личности неизвестного профессора. Хотя это исследование незначительно по своему масштабу, оно прекрасно показывает действие одного из наиболее могущественных орудий влияния людей друг на друга – *правила взаимного обмена*. Это правило гласит, что мы обязаны постараться оплатить каким-то образом за то, что предоставил нам другой человек.

В 21 веке правило взаимного обмена обрело новый характер. Многие фирм стали использовать его в качестве главного оружия.

Проведенные наблюдения в компании по установке очистительных фильтров для воды показало, что многие люди приобретают товар под впечатлением от полученной наглядной информации предоставляемой дистрибьютором, на основании сравнительного анализа воды из различных источников. Многим покупателю сложно принять решение об отказе от покупки, именно потому, что они сталкиваются с личностным контактом, ценят затраченное время дистрибьютора на презентацию, саму диагностику воды.

Применение правила взаимного обмена организацией по оказанию фитнес услуг для женщин позволило добиться чуть более 97 процентного (97,3) объема покупок от предлагаемых. Организация стала проводить первое занятие бесплатно на протяжении 30-45 минут, в зависимости от количества присутствующих людей, делать диагностику тела: процент жира в теле, расчет индекса массы тела, и презентацию, а так же предоставлять скидку в размере 50 % на годовой и полугодовой абонемент.

Широкое применение в практике правила взаимного обмена позволяет организациям добиться оптимального варианта, на фоне снижения затрат и максимизации прибыли.

Анализ показал, что многие люди помогают друг другу, только из побуждения «сегодня я ему помогу, завтра – он мне». Многие люди даже не осознают, что совершают покупки продукции исключительно по правилу взаимного обмена, а не потому, что в товаре существует реальная потребность.

Практическое воплощение правила взаимного обмена в розничной торговле проявляется через раздачу бесплатных образцов продукции, проведение дегустационных проб.

Использование правила взаимного обмена позволяет одновременно распространить два типа информации:

1. Явную информацию, которая характеризует товар, услугу с различных сторон и позволяет потребителю оценить степень удовлетворенности своей потребностью.
2. Скрытую информацию, в качестве которой выступает провокация потребителя на приобретение товара, так как реализуемый товар (услуга) потребителем начинает трактоваться как жизненно-необходимый, или улучшающий его уровень жизни, здоровья и т.д.

Так, например, компания по производству духов, создала новый аромат, который был никому не известен. В целях распространения товара компания в одном из гипермаркетов провела раздачу бесплатных образцов, но не в стандартном виде реализации пробников, а в подарочной упаковке. Каждый небольшой флакон с духами был упакован в красивую блестящую обертку из разноцветной фольги, в которую обычно заворачивают конфеты. Когда все пробники были розданы и прошла примерно неделя с момента проведения акции, данный товар буквально сметали с полок.

Предложение товара, услуги посредством задействования личных продаж и применения правила взаимного обмена провоцирует проявление у потребителя эмоций положительного и отрицательного характера. С целью избавления от отрицательных эмоций потребитель идет на приобретение товара и получает таким образом «душевное спокойствие»

Так одна из быстро растущих американских компаний, которая производит мелкую бытовую технику и предметы личной гигиены, осуществляет реализацию товара через широкую сеть поквартирной торговли. Компания, за несколько лет довела объем продаж до полутора миллиардов долларов, посредством использования бесплатных образцов в составе комплекта. Продавец оставляет данный комплект потребителю «на 24, 48 или 72 часа совершенно бесплатно и без каких-либо обязательств с его стороны. К концу испытательного периода представитель компании возвращается и собирает заказы на те продукты, которые потребитель желает приобрести. Потребитель в период пользования товаром испытывает положительные эмоции, которые одновременно сопровождаются отрицательными в виде возникших психологических обязательств перед продавцом за предоставленные блага. Потребитель чувствует себя обязанным продавцу, так как он попробовал эти продукты и не может отказать видя продавца второй раз, ему сложно сказать «нет», так как это приводит, как правило, к усугублению отрицательных эмоций и при этом потребитель лишается положительных.

Чтобы понять, как именно могут использовать правило взаимного обмена те, кто признает его в качестве орудия влияния, каковым оно, несомненно, и является, обратимся к эксперименту, проведенному профессором Деннисом Риганом (Regan, 1971) из Корнуэллского университета. Субъект, который участвовал в исследовании, должен был оценить качество ряда картин. Другой оценивающий – «Джо» – только представлялся таким же субъектом, будучи на самом деле ассистентом доктора Ригана. Эксперимент проводился в двух модификациях. В одном случае Джо оказывал маленькую непрошеную любезность истинному испытуемому. Во время короткого перерыва Джо покидал комнату на пару минут и возвращался с двумя бутылками «Кока-колы», одной для испытуемого и другой для себя. В другом случае Джо не оказывал испытуемому любезности; он просто возвращался после двухминутного перерыва с пустыми руками. Во всех остальных отношениях Джо вел себя одинаково.

Позднее, когда все картины оказывались оцененными и доктор Риган покидал комнату, Джо просил испытуемого оказать любезность ему. Он признавался, что продает лотерейные билеты и что если он распространит большую часть билетов, то выиграет приз в 50 долларов. Джо просил испытуемого купить несколько лотерейных билетов по цене 25 центов за штуку: «Пожалуйста, купите любое количество, чем больше, тем лучше». В ходе исследования было сделано интересное заключение относительно количества билетов, приобретенных у Джо испытуемыми в двух разных ситуациях. Без всякого сомнения, Джо с большим успехом продавал лотерейные билеты тем участникам эксперимента, которые воспользовались ранее его любезностью. Явно ощущая, что они чем-то обязаны Джо, эти люди покупали в два раза больше билетов, чем те, кому Джо не оказывал любезности. Хотя исследование Ригана представляет собой чрезвычайно простую демонстрацию того, как работает правило взаимного обмена, оно достаточно ярко иллюстрирует несколько важных характерных черт этого правила.

Подводя итог можно выделить две основные черты присущие «правилу взаимного обмена»:

1. Навязывает обязательства, от которых потребитель не может отказаться.
2. Иницирует неравноценный обмен.

Использование «правила взаимного обмена», а может и «правила взаимного обмана» позволяет компаниям увеличить прибыль в многократно раз.

#### Список использованных источников

- 1 Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха \ Роберт Б.Чалдини ; [пер. с англ. О.С. Епимахова] – М. : Эксмо, 2014.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ PR В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**К. Шулешко**

студентка 2 курса, специальность «Маркетинг», группа 1312

Руководитель: **Л.П. Хлюст**, доцент кафедры маркетинга

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Термин «Public Relation» был введен в начале 19 века третьим президентом США Томасом Джефферсоном. Под этим термином он понимал людей, умеющих управлять общественным мнением.

Развитие PR в Беларуси началось с создания в 1993 году Белорусской ассоциации по связям с общественностью (БАСО). Также в 1993 году создается Белорусский институт PR, продвигающий PR-технологии и повышающий профессиональное мастерство PR-специалистов.

Позже происходит пик развития белорусского PR – в Белорусском государственном университете открывается факультет журналистики специальность «информация и коммуникация», готовящий специалистов в области связей с общественностью.

Становление PR в Республике Беларусь в 90-е годы проходило в условиях социально-экономического кризиса, а также в условиях сложной политической ситуации. Основными проблемами развития PR того времени были:

1. Низкая политическая культура лидеров страны;
2. Замешанность PR в политических играх.

В своей статье «Этапы становления связей с общественностью в органах управления Республики Беларусь» [1, с.3] Савицкая Л.А. выделяет три этапа становления PR в Республике Беларусь:

1 этап – доинституциональный (1989-1993гг.). Данный этап предполагает выделение профессиональной сферы PR и возникновение отношений между данной сферой и обществом.

2 этап – первичная институционализация (1993-1996 гг.). Данный этап характеризуется формированием начальной организации субъектов. Здесь же налаживаются контакты с российскими и зарубежными специалистами в области связи с общественностью. Также выпускается первый журнал, посвященный PR-технологиям – «Популярность».

3 этап – вторичная институционализация. На данном этапе принимается первая декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (1996 г.), также формируется законодательно-правовая база, регулирующая сферу PR.

Позже стали выходить Положения «О пресс-службе Президента Беларуси», «Об управлении информации Национального собрания Республики Беларусь», «О Национальном пресс-центре Республики Беларусь».

29 июня 2001 года пройдет первая конференция «Роль и значение общественных связей в управленческом процессе».

На 2003 год PR –технологии становятся фактором общественной жизни страны, активно использовались политическими партиями, общественными организациями, различными фирмами.

В 2004 году в Беларуси PR-технологии стали применяться в узкоспециализированных сферах (например, оборона, здравоохранение, культура и т.д.).

Тема PR актуальна в настоящее время в Беларуси. Так как деятельность PR-специалистов может быть использована в целях повышения открытости государственного управления и приближения его к интересам общества. PR оказывает большое влияние на экономическое, политическое, социальное, культурное, научно-техническое развитие общества, меняет мировоззрение людей и так далее.

Стратегия Беларуси в отношении общества, используемая в деятельность служб связи с общественностью органов государственной власти, проявляется в определенной информационной политике. И это приобрело большое значение в настоящее время, так как человечество вступило в новую фазу развития – информационное общество.

- Подразделения связи с общественностью в государственных структурах Республики Беларусь включают:
1. Пресс-секретаря Президента Республики Беларусь;
  2. Руководителя пресс-службы Президента Республики Беларусь.

Эта же служба ответственна за ведение Интернет-сайта Президента, для чего создан Сектор по ведению интернет-сайта.

Основные задачи белорусского PR в системе государственного управления:

1. Истолкование деятельности государственных служб;
2. Обеспечение участия населения в государственных программах;
3. Просветительство общества в вопросах права, законодательства и других.
4. Содействие в поддержке населения государственной политики и программ.

PR в области политики охватывает следующую деятельность:

1. Поддержка, предоставление услуг политическим организациям, кандидатам и так далее на какой-либо выборный политический пост;
2. Практическая организация PR от имени клиента и развитие связей данного клиента с кандидатами на выборную должность с целью оказания влияния на регулирующую функцию законодательной либо исполнительной власти в отношении клиента;
3. Консультирование правительственных органов и их подразделений.

Часть PR-агентств Беларуси добавляют несколько пунктов к уже имеющимся:

1. Разрешение кризисных и конфликтных ситуаций в различных регионах;
2. Предоставляют весь комплекс услуг по организации выборочной компании;
3. Защита интересов клиента;
4. Борьба с неверной информацией.

Для реализаций выше перечисленной деятельности, PR-политики используют такие средства, как общение с журналистами, проведение пресс-конференций, проведение бесед и множество других классических средств.

В настоящее время Республике Беларусь сложилось агрессивное отношение общества к попыткам открытости со стороны общества. Но в связи с тем, что в Беларуси происходит становление демократических институтов и гражданского общества, требующих изменений во взаимоотношениях граждан с государством, необходима организация связи с общественностью в государственных структурах.

Следующей проблемой белорусской PR-политики то, что она является заложником политических игр, то есть власть выступает с краткосрочными инициативами, которые благоприятно воспринимаются населением. Однако более существенные проблемы белорусской экономике, при таком подходе никогда не будут актуальны.

Еще одной из проблем является нехватка квалифицированных PR-специалистов.

Однако в настоящее время в республике PR стали интересоваться государственные структуры и министерства. Специалисты данных организаций активно стали посещать ежегодные тренинги и семинары. Что положительно сказывается на развитии PR-политики в Беларуси.

В Беларуси существует потребность в организации деловой модели коммуникации между государством и обществом. А для этого необходимо решить все перечисленные выше проблемы белорусского PR. Решение этих проблем и создание данной модели коммуникации приведет восстановлению экономической и политической роли страны в мировом сообществе, что приведет к повышению уровня жизни белорусского населения, снизит социальное неравенство и позволит сохранить культуру Беларуси, а это, в свою очередь, приведет к изменению отношения общества к властям, повысит доверие общества.

Развитие PR в Республике Беларусь прошло три этапа, которые связаны со становлением PR как социального института.

В настоящее время PR в органах управления Республике Беларусь направлен на установление и поддержание взаимоотношений между государственной властью и обществом.

Так как в Беларуси существует нехватка финансовых и правовых ресурсов современной пресс-службе необходимо больше осваивать и использовать возможности информационной-политики, которые приведут к установлению доверительных взаимоотношений между органами управления и обществом.

#### **Список использованных источников**

1. Савицкая, Л. А. Этапы становления связей с общественностью в органах управления Республики Беларусь / Л. А. Савицкая // Вестн. НАН Беларуси. Сер. гуманитар. наук. – 2006. – № 5. – С. 32–34.
2. Лзутин, В. В. Роль PR в государственной системе / В. В. Лзутин // Журнал «Советник». – 2007. – №4. – С. 24–25.

## СЕКЦИЯ № 4

# ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

---

---

### СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

**В.В. Козлов,**  
заведующий сектором транспортной логистики  
*БелНИИТ «Транстехника» Министерства транспорта и коммуникаций  
Республики Беларусь, г. Минск*

Не будет громко сказано, но в нашей стране все – и государственные органы, общественные и научные круги, бизнес-сообщество прекрасно понимают значимость Республики Беларусь как важнейшего панъевропейского транзитера товаров и услуг между Европой и Азией, и той роли, которую в этой цепочке занимают национальные транспортные, транспортно-экспедиционные и логистические компании.

Здесь нужно понимать, что международный рынок логистических услуг давно сформирован, и перед Республикой Беларусь стоит непростая задача занять достойную нишу в международных внешнеторговых потоках. Продуктивность и успешность данного процесса, так или иначе, отразится не только на рейтинге республики по Индексу эффективности логистики LPI Всемирного Банка (LPI), но и на экономике нашего государства в целом.

В 2015 году завершается реализация мероприятий Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года.

Ученым и специалистам еще предстоит тщательно проанализировать успехи и недостатки этой программы, что выполнено и что было ошибочным, но уже только одним своим появлением на свет, Программа дала толчок многим процессам в науке, образовании и бизнесе.

Сегодня мы можем констатировать о работе 34 логистических центра различной направленности и функциональности с объемом складских площадей класса «А» и «В» более 450 тыс. м<sup>2</sup>, 19 кафедр логистики в ВУЗах, выпустивших за этот период более 11,5 тыс. логистов всех степеней, объем инвестиций только в 2014 году составил оценочно более 790 млн долл. США, создано 1,5 тыс. новых рабочих мест, переработано более 200 тыс. тонн транзитных грузов.

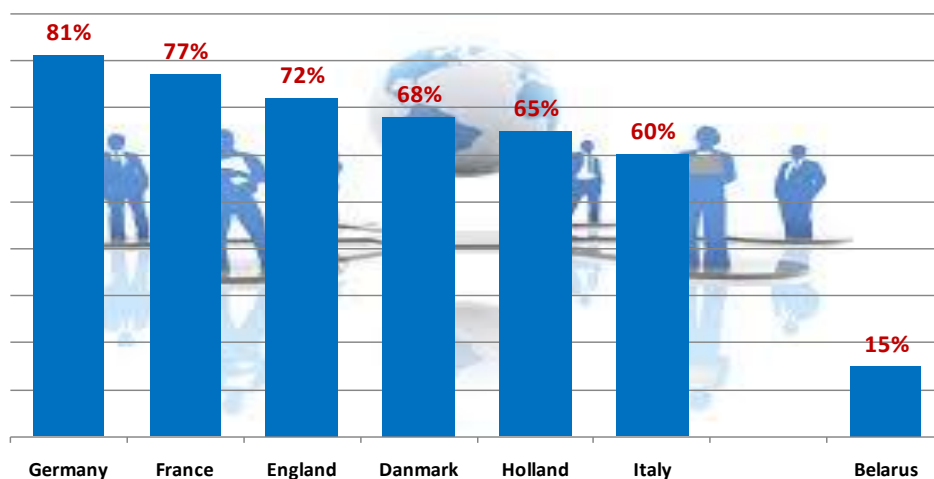
Данные цифры не могут не радовать, тем более что итоги 2015 года должны быть еще более весомыми – откроются 7 логистических центров (общая складская площадь составит более 640 м<sup>2</sup>), добавится порядка 1 тыс. рабочих мест с перспективой обработки до 500 тыс. тонн грузов в год.

В тоже время следует отметить о некоторых проблемах как явных, так и «скрытых» от официальной статистики или «завуалированных» от наблюдения.

Разговор пойдет о максимальной унификации национальной логистической системы с общеевропейскими подходами и тенденциями, а также о путях совершенствования по развитию логистики в нашей стране на долгосрочную перспективу.

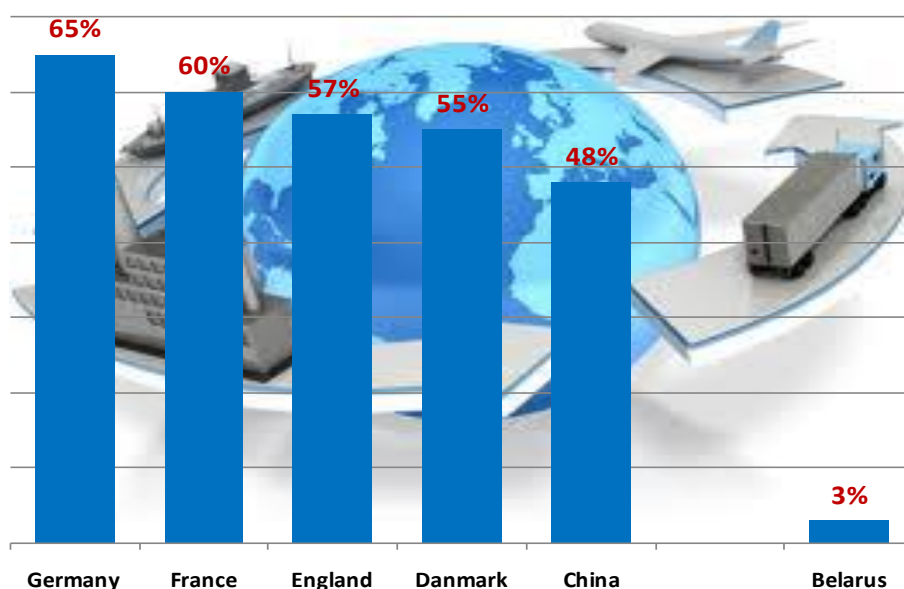
В частности, следует отметить, что национальный логистический бизнес значительно уступает мировому в оказании услуг по комплексному обеспечению логистики, включая закупку, таможенное оформление, сбыт, финансирование, информационные услуги, организацию и обслуживание цепочек поставок, организацию контрактной работы по ВЭД, управленческий и организационный консалтинг.

Так, по данным Европейской логистической ассоциации использование логистическими компаниями комплексности услуг в странах Евросоюза имеет долю около 70 %, в то же время, как показал анализ первых сертификаций логистических центров в рамках СТБ 2306, в Беларуси едва ли наберется 15 % (рис. 1).



**Рис. 1.** Процент комплексности логистических услуг оказываемых логистическим провайдером в некоторых странах Европы [1]

Доля аутсорсинга на рынке логистических услуг в Европе 65 %, в Китае – 48 %, в нашей республике – не более 3 %, притом, по расчетам экономистов, использование аутсорсинговых услуг позволяет сэкономить до 60 % финансовых затрат, в частности, на импорте товара (рис. 2).



**Рис. 2.** Доля аутсорсинга на рынке логистических услуг в Европе [2]

Данная тенденция говорит о некоторых особенностях ведения национального бизнеса:

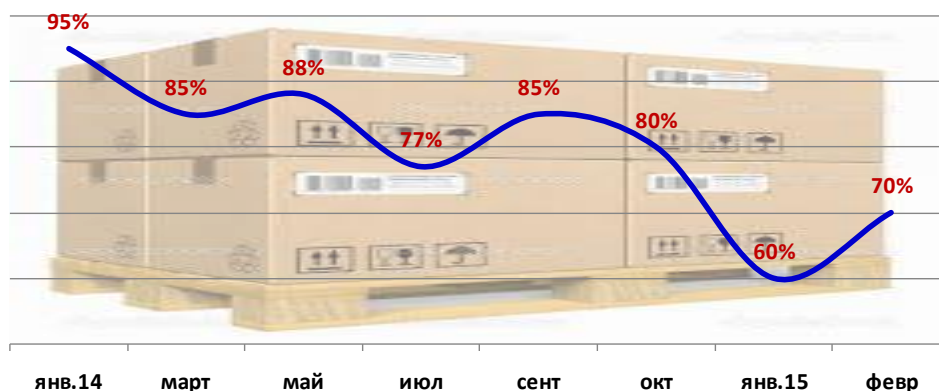
- собственники (владельцы) логистических центров в условиях экономической неопределенности, высоких процентных ставок по кредитам, при больших инвестиционных рисках ориентированы на скорейший возврат финансовых вложений. Соответственно, они используют высокомаржинальные услуги, нежели долгосрочные программные продукты и не видят (или не хотят видеть) дальнейших перспектив развития;
- из 74 функций (определенных СТБ 2306) которые можно выполнять логистическим оператором на логистическом центре выполняется от силы 15-20, при этом есть и правовые и технические возможности для этого, например, «кросс-докинговые» технологии пропагандирует и реализовывает только один ЛЦ «КЭпитал лоджистик»;
- на этапе планирования строительства некоторых логистических центров допущены стратегические ошибки, в частности, в выборе специализации, поскольку не было учтено наличие подъездных железнодорожных путей, не продумана возможность функционирования таможенных структур;
- не использованы в полном объеме принципы сетевого взаимодействия. Так, только на шести из 34 действующих логистических центров применяются интеграционные пакеты обмена данными с внешними средами.

Еще одним вопросом стоит тема реструктуризации транзитного потенциала нашего государства.



Слишком оптимистический прогноз нашего государства на перспективы развития II-го транспортного коридора (Европа-Азия) уже в 2014 году дал сбой – падение транзита ж.д. транспортом составил 3,5 %, авто – 2,5 %, при этом еще в 2012 году эксперты предсказывали о некоторых негативных тенденциях в экономике Европы и Азиатских стран, плюс, в 2014 году добавились проблемы экономического и политического характера в России.

Данные факторы незамедлительно сказались и на работе логистических центров, если например, в марте 2014 года средняя заполняемость составляла 85-95 %, то в этом марте чуть более 70 %, соответственно снизился и доход, и многим пришлось откорректировать свои корпоративные планы (рис. 3).



**Рис. 3.** Процент заполняемости логистических центров (выборка по пяти ЛЦ, собственное наблюдение)

Таким образом, следует еще раз пересмотреть концепцию не только развития логистики в государстве, но и многих устоявшихся постулатов в области транспорта, товаропроводящих сетей, различных интеграционных объединений и союзов, где Республика Беларусь принимает участие, образования и науки.

Соответственно, основой и фабулой построения дальнейшего стратегического развития национальной логистической системы может стать долгосрочная «Дорожная карта развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 года» – представление пошагового сценария достижения стратегических целей государства в сфере логистики.

Основой «Дорожной карты» в логистике могут служить Руководства и документы Всемирного Банка, Всемирного общества инженеров-логистов, Европейской логистической ассоциации, при этом концептуальным отличием, от ныне существующих в Республике Беларусь документов, будут следующие постулаты:

Пошаговость – т.е. поэтапное выполнение поставленных задач.

Временной лаг – он должен быть достаточным, накопления материальных и социальных благ, т.е. переход от сиюминутных выгод на принцип стратегического долгосрочного планирования.

Вариабельность решений задач (например – при оптимистическом развитии экономики государства или пессимистических вариантов).

На основе «Дорожной карты» можно разрабатывать различные сценарии функционирования различных государственных систем, например пограничных и таможенных, особенно это касается системы перемещения товаров и транспортных средств через границу, в контексте совершенствования административных (таможенных, пограничных, санитарных и пр.) операций, сделать их более простыми, быстрыми, прозрачными и менее затратными.

С учетом современных тенденций по глобализации рынка логистических услуг, развития национальных товаропроводящих систем, повышения уровня компетентности персонала оказывающих логистические услуги, в «Дорожной карте» целесообразно предусмотреть также решение ряда задач, сгруппированных по разделам видов деятельности и временной дифференциации:

- договорная и правовая база в сфере логистики;
- имплементация международных правовых норм в национальное право;
- маркетинговые исследования потоков товара;
- анализ рынка товародвижения (национального и международного);
- развитие международной торговой деятельности субъектов хозяйствования (импортно-экспортные операции);
- международные транспортные и торговые операции;
- таможенное администрирование перемещения транспортных средств и грузов, в том числе создание модели единого контроля при перемещении транспортных средств и грузов через границу (принцип «Единого пограничного агентства»);
- полный переход на безбумажные технологии;

- логистические центры и их эффективность, т.е. склад должен рассматриваться не изолированно, а как элемент национальной логистической сети;
- сбыт логистических услуг;
- наращивание экспорта транспортных и транспортно-экспедиционных услуг;
- интеграция с глобальными международными транспортными и логистическими компаниями;
- рентабельность логистических систем и их доля в ВВП;
- развитие рынка аутсорсинга услуг в логистической системе;
- внедрение технологий управления и автоматизации логистических процессов;
- привлечение инвестиций в логистическую инфраструктуру;
- современное логистическое образование – переход от концепции функциональной подготовки к концепции развития личности и непрерывного образования и введение системы ассессорства в высшей школе;
- информационное и коммуникативное пространство логистических систем – предполагается переход на четвертый уровень управления информационными потоками.

Такой подход позволит максимально учесть все существующие преграды для развития логистической системы страны, даст новые возможности бизнес-сообществу продвигаться по пути интеграции в систему мировых хозяйственных связей и укрепить свои позиции на мировом рынке, войти в 30-ку лучших стран мира по Индексу эффективности логистики.

#### **Список использованных источников**

1. Исследование аналитического агентства PricewaterhouseCoopers «Acknowledgements. The editorial board of this issue of our Transportation & Logistics 2030. Volume 3: Emerging Markets – New hubs, new spokes, new industry leaders? Электронный источник: [www.tl2030.com](http://www.tl2030.com).
2. Исследование аналитического агентства Ernst & Young «Outsourcing in Europe An in-depth review of drivers, risks and trends in the European outsourcing market» EYG no. AU1946 EMEA MAS 10003.

## **ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОСТЬ В ПОДГОТОВКЕ ЛОГИСТОВ**

**Е.А. Иванов,**

зав. кафедрой логистики, канд. экон. наук, доцент

**Д.В. Курочкин,**

магистр экон. наук, исследователь в области экономических наук,  
старший преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Сегодня мы просто не имеем право готовить логистов по устаревшим учебникам, с использованием старых технологий. Но и давать актуальные знания в отрыве от практики мы тоже сегодня не можем. Просто рассказать то, что написано в учебнике уже не достаточно, преподаватель логистических дисциплин не только должен знать в совершенстве теоретические аспекты преподаваемого предмета, но и владеть практическими аспектами тех или иных бизнес-процессов, иметь практический опыт работы в логистике. Это тот пример, когда преподавать историю должен историк с большим опытом преподавания и научной степенью, преподавать логику в высших учебных заведениях должен преподаватель с практическим опытом в логистике или практикующий преподаватель. В этом случае студенты получают не сухую теорию, которую они могут сами почитать в книге или в Интернете, а практическую логику. Поэтому практикоориентированность в подготовке специалистов, должна стать трендом № 1 в образовании.

Показательным примером реализации практикоориентированности в подготовке логистов является кафедра логистики Международного университета «МИТСО». Подготовка логистов в Международном университете «МИТСО» начата с 2008/2009 учебного года, именно с этого года был принят образовательный стандарт по специальности «Логистика» и состоялся первый набор. Учредителем университета является – Федерация профсоюзов Беларуси, филиалы открыты в Витебске и Гомеле. Сегодня в университете обучается более 800 студентов по специальности «Логистика». Ежегодно кафедра логистики выпускает более 200 специалистов-логистов.

В июле 2014 г. кафедра логистики открыла филиал кафедры на логистическом центре «Щомыслица». Положением о филиале кафедры предусматривается организация и проведение экскурсий и практических занятий на логистическом центре, предоставление мест прохождения ознакомительной, производственно-

экономической и преддипломной практик, привлечение специалистов логистического центра для чтения лекций и ведения практических занятий по логистическим дисциплинам, курсовых и дипломных работ, последующее трудоустройство выпускников кафедры логистики. Уже в 2014/2015 учебном году 5 студентов-выпускников специальности «Логистика» под руководством ведущих специалистов готовят дипломные работы по актуальным темам совершенствования деятельности логистического центра «Щомыслица».

С сентября 2014 г. практические занятия для старших курсов по дисциплинам «Складская логистика», «Транспортная логистика» проводятся на филиале кафедры логистики – логистическом центре «Щомыслица». Для младших курсов в целях знакомства с будущей профессией организованы экскурсии на логистические объекты – логистический центр «Прилесье», логистический центр «Королев Стан», логистический центр «Щомыслица».

В целях реализации модели «от теории к практике» кафедра логистики приглашает к проведению открытых лекций, семинаров, мастер-классов ведущих специалистов в области транспортно-экспедиционной деятельности, логистики и управления цепями поставок, информационных технологий. Например, с сентября 2014 г. по февраль 2015 г. в Международном университете «МИТСО» состоялись открытые лекции, семинарские занятия, мастер-классы представителей следующих компаний: ООО «Кэпитал Логистик» (3PL-провайдер), БелНИИТ «Транстехника», ОАО «Белмагистральавтотранс», ООО «Крафттранс», консалтинговая группа «Здесь и сейчас», компания 4logist.com, компания Belgruz (ООО «ТЭП «Белгрузавтотранс»), РОО «Белорусская ассоциация производителей и поставщиков складского оборудования», Ассоциация международных экспедиторов и логистики «БАМЭ», Центр «БАМЭ-Экспедитор», ООО «Электросервис и Ко» (сеть магазинов «Электросила»), ООО «Складэксперт», ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и др. [1].

Все чаще в учебном процессе стали использовать метод кейсов (case method – кейс-метод, case-study – кейс-стади, метод конкретных ситуаций) – техника обучения, использующаяся для описания реальных экономических и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Использование кейсов в учебном процессе позволяет помочь студенту избавиться от шаблонных решений в логистике. Скажем, если есть проблема с нехваткой складских площадей, обязательно предложат увеличить их, нанять дополнительный персонал, закупить технику, оборудование и т.д., т.е. идти привычным экстенсивным путем. Если есть проблема с ростом затрат, обязательно начнем сокращать грузчиков, комплектовщиков, кладовщиков. Однако о повышении эффективности работы склада, оптимизации складских процессов, синхронизации всей цепи поставок почти никто не вспоминает, ведь есть «простые и быстрые решения». Необходимо избавляться от шаблонного мышления и учиться управлять цепочками поставок, просчитывать маржинальность дохода в цепи поставок, синхронизировать потоки, управлять спросом, разрабатывать эффективные логистические стратегии, строить логистические системы и их моделировать, оптимизировать не только отдельные бизнес-процессы, но и делать это системно в рамках всей цепочки поставок, согласовывать деятельность функциональных подразделений компании (межфункциональная логистическая координация), а также действия фокусной компании в цепи поставок с поставщиками и логистическими посредниками (межорганизационная логистическая координация) и т.д.

С 2014/2015 учебного года в состав кафедры вошли специалисты-практики, имеющие большой опыт работы в логистике: Козлов Валерий Васильевич – заведующий сектором транспортной логистики Белорусского научно-исследовательского института транспорта «Транстехника» Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, Сорока Игорь Николаевич – заместитель директора по складской логистике ООО «Смартон», директор консалтинговой компании «S-consult», консультант по логистике, руководитель многих проектов по логистике.

Кафедра логистики отслеживает тенденции развития логистики, актуальности дисциплин логистического профиля, совершенствует подготовку логистов, прислушивается к мнению работодателей – логистических операторов, транспортно-экспедиционных компаний, логистических центров относительно необходимости введения новых дисциплин в рамках образовательного стандарта по специальности «Логистика».

С 2015/2016 учебного года кафедра логистики предложит студентам специальности «Логистика» ряд практикоориентированных курсов по выбору: «Логистика биржевых товаров», «Мультимодальные перевозки», «Облачные технологии в логистике», «Управление логистическими системами», «Логистический консалтинг и аудит», «Транспортно-экспедиционная деятельность», «Страхование в логистике» и ряд других. Вести спец. курсы будут специалисты-практики, обладающие значительным опытом работы в соответствующих областях. Так, например, Ассоциацией биржевых логистов и брокеров «БЛБ» и ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» поддержана инициатива кафедры логистики о введении нового спец. курса «Логистика биржевых товаров». С сентября 2015 г. новый лекционный курс будет проходить в Международном университете «МИТСО», а практические занятия – на базе ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа».

Кафедрой логистики Международного университета «МИТСО» налажено сотрудничество с Центром повышения квалификации руководящих работников и специалистов «БАМЭ-Экспедитор», Государствен-

ным институтом повышения квалификации и переподготовки кадров таможенных органов Республики Беларусь, Государственным институтом повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов Министерства торговли Республики Беларусь, кафедрой таможенного дела Белорусского государственного университета, кафедрой логистики Полоцкого государственного университета, Министерством торговли Республики Беларусь, Министерством транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, БелНИИТ «Транстехника», Белорусской железной дорогой, а также такими некоммерческими организациями как, Ассоциация международных экспедиторов и логистики «БАМЭ», РОО «Белорусская ассоциация производителей и поставщиков складского оборудования» и др.

Однако, не все откликаются на просьбы сотрудничества. В Беларуси на сегодняшний день действует более 30 логистических центров, однако взаимодействуют с университетами лишь единицы. Большинство логистических компаний также закрыты для университетского сектора, и нужно искать подходы и убеждать их в преимуществах такого сотрудничества. Многие компании еще не имеют программ стажировок студентов с возможностью дальнейшего трудоустройства, не сформулирована и политика в отношении молодых специалистов. Не все еще понимают, что развитие персонала и формирование штата высокопрофессиональных специалистов является одной из стратегических задач компании. На Западе многие корпорации и крупные предприятия уже борются между собой за право сотрудничества с факультетом или кафедрой логистики, понимая, что таким образом решают кадрового обеспечения.

Как отмечает Иванов Е.А., заведующий кафедрой логистики Международного университета «МИТСО», кандидат экономических наук, доцент: «В Беларуси необходимо преодолеть потребительское отношение будущих работодателей к выпускникам высших учебных заведений. Вы хотите видеть у себя на предприятиях выпускников креативных, всесторонне подготовленных и, к тому же, имеющих опыт практической работы? Так давайте сообща готовить таких специалистов! Давайте по опыту европейских стран и ведущих мировых компаний с младших курсов готовить студентов к работе на конкретном предприятии, заключая долгосрочные договора на предоставление мест для прохождения практики – от ознакомительной до производственной в зависимости от возможностей организации. Это позволит адаптировать будущего выпускника к специфическим особенностям его будущей профессии. Только совместными усилиями высших учебных заведений и потенциальных работодателей мы сумеем подготовить выпускников, востребованных на рынке труда» [2, с. 53].

Кроме практикоориентированной подготовки логистов, в проведение реальных практических исследований должны включаться и кафедры. Например, кафедра логистики принимает участие в ежегодной Белорусской транспортной неделе, в семинарах по вопросам развития логистической системы республики; проводит на регулярной основе мониторинг и анализ состояния современной логистической инфраструктуры (логистических комплексов, логистических центров, складских терминалов и т.д.) в Республике Беларусь и представляет аналитическую информацию в БелНИИТ «Транстехника», Министерство торговли Республики Беларусь, Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь; принимает участие в разработке направлений по повышению рейтинга Беларуси в Индексе эффективности логистики (Logistics Performance Index); участвует совместно с БелНИИТ «Транстехника» в разработке дорожной карты развития логистической системы Республики Беларусь до 2030 г.

Таким образом, кафедра логистики уделяет большое внимание практикоориентированности в подготовке логистов. В подтверждение тому – открытие филиала кафедры логистики на логистическом центре «Щомыслица», выступление ведущих практиков в области транспортно-экспедиционной деятельности, логистики, информационных технологий в стенах университета, проведение практических занятий по дисциплинам логистического профиля на логистических центрах, участие профессорско-преподавательского состава в реальных исследованиях в соответствии с профилем кафедры и др.

Направленность в обучении на практикоориентированность уже дает свои результаты, студенты в реальности, а не картинке видят во время практического занятия на филиале кафедры логистики – логистическом центре «Щомыслица», что такое консольные, фронтальные стеллажами, изучают размеры транспортной тары (паллет, контейнеров), характеристики используемой на складе техники, учатся работать с системой управления складом WMS по заранее сформированным учебным запросам на отборку товара и многое другое. А на кафедру логистики Международного университета «МИТСО» уже равняются другие университеты, имеющие в своей структуре профильные кафедры логистики, подтверждением тому предложения о сотрудничестве, просьбы принять и студентов других учреждений образования на мастер-классы специалистов-практиков.

Выступление специалистов ведущих логистических, транспортно-экспедиционных компаний и IT-компаний позволяет студентам услышать о логистике из первых уст практиков, имеющих определенный опыт работы в логистике. Посещение таких занятий вызывает интерес не только у старших курсов, но и у младших, только начинающих свой путь в логистике студентов. Например, 4 декабря 2014 г. для студентов очной и заочной формы обучения специальности «Логистика» состоялся семинар на тему: «Опыт компании «Электросила» и основные тренды в логистике». Семинар проводил Авраменко Денис Валентинович – зам. директора по логистике ООО «Электросервис и Ко» (сеть магазинов «Электросила»). Представитель ком-

пании поделился своим опытом и успехами в построении логистической системы, рассказал об используемом программном обеспечении в компании, о тех инновациях в области логистики, которые позволили оптимизировать затраты, представил свои прогнозы развития логистики на ближайшую перспективу, а также ответил на вопросы студентов. Семинар собрал в аудитории более 100 студентов разных курсов специальности «Логистика» как очной, так и заочной формы получения образования [3].

Следовательно, современное образование должно быть ориентировано на практику и для этого предстоит еще много чего сделать. Необходимо приглашать на мастер-классы, семинарские занятия специалистов в области логистики, управления цепями поставок, транспортно-экспедиционной деятельности, открывать филиалы кафедр на логистических центрах. Ведущие кафедры логистики должны не просто вести «бумажные» исследования, но и оказывать предприятиям реального сектора экономики услуги логистического консалтинга, проводить аудит логистических систем. Нужно открывать научно-практические и международные центры логистики в профильных университетах, которые могли бы работать по принципу самофинансирования, выполняя исследования в области логистики и предоставлять услуги логистического консалтинга.

#### **Список использованных источников**

1. Кафедра логистики // Международный университет «МИТСО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mitso.by/about/kafedry/10006-kaflogistiki>. – Дата доступа: 18.01.2015.
2. Курочкин, Д. В. Проблемы подготовки логистов в Республике Беларусь / Д. В. Курочкин, Е. А. Иванов // Дистрибуция и логистика. – 2013. – №. 6 (103). – С. 50–53.
3. Впервые в международном университете «МИТСО» компания «Электросила» поделилась своим опытом в логистике // Ассоциация международных экспедиторов и логистики «БАМЭ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baifby.com/posts/938>. – Дата доступа: 18.01.2015.

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СКЛАДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Е.А. Иванов,**

зав. кафедрой логистики, канд. экон. наук, доцент

**Д.В. Курочкин,**

магистр экон. наук, исследователь в области экономических наук,

старший преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Кафедра логистики Международного университета «МИТСО» на регулярной основе проводит мониторинг и анализ состояния современной складской инфраструктуры (логистических комплексов, логистических центров, складских терминалов и т.д.) в Республике Беларусь.

II ежегодное исследование современной складской инфраструктуры в Беларуси проводилось кафедрой логистики с декабря 2014 г. по январь 2015 г. Анализировалась информация, предоставленная логистическими центрами (анкетирование), а также содержащаяся на официальных сайтах логистических операторов. Экспертами выступили Иванов Е.А. – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой логистики Международного университета «МИТСО», Козлов В.В. – заведующий сектором транспортной логистики Белорусского научно-исследовательского института транспорта «Транстехника» Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь.

По состоянию на 9 января 2015 г. в Республике Беларусь функционируют 34 логистических центра (15 логистических центров создано в рамках Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года, и еще 19 – вне Программы). Из них: в рамках Программы – 3 логистических центра создано в Бресте (вне Программы еще – 1 в Бресте и 1 в Барановичах Брестской области), 1 – в Гомеле, 10 – в Минском районе (вне Программы – 13), в Минской области – 1 (вне Программы – 4, из них 2 – в Заславле, 1 – в Марьиной Горке, 1 – в Червенском районе). Из всех действующих логистических центров – 8 являются государственными, остальные созданы за счет инвестиций национальных и иностранных инвесторов. Среди отечественных инвесторов – производственные предприятия, транспортно-логистические компании, логистические операторы, дистрибьюторы, ритейлеры, девелоперы, иностранных – инвесторы из России, Азербайджана, Украины, Литвы, Ирана. Самыми привлекательными регионами для строительства логистических центров являются Минский (за МКАД, вблизи II и IX трансъевропейских транспортных коридоров) и Брестский (граница с Польшей) регионы.

Из 34 действующих логистических центров, десять располагают на своей территории складами временного хранения, таможенными складами и пунктами таможенного оформления (СООО «Брествнештранс», ОАО «Белмагистральавтотранс», ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-логистик», РТЭУП «Белинтертранс – транспортно-логистический центр», четыре логистических центра РУП «Белтаможсервис», СП «Доминик ООО, СП «Транзит» ООО). Шесть логистических центров имеют железнодорожные и автомобильные подъездные пути (СООО «Брествнештранс», ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-логистик», РТЭУП «Белинтертранс – транспортно-логистический центр», РУП «Белтаможсервис – 2», ООО «Евроклад Сервис», СП «Транзит» ООО), остальные – только автомобильные. Биржевыми складами располагают – 3 логистических центра (ООО «Евроклад Сервис», ООО «Л-БИТ Групп», ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-логистик») (табл. 1).

Таблица 1

**Технико-экономическая действующих логистических центров в Республике Беларусь**

Объект логистической инфраструктуры	Удаленность от основных автомагистралей	Наличие подъездных путей	Характеристика складской инфраструктуры*	Перечень логистических услуг
<b>Характеристика действующих логистических центров, созданных в соответствии с Программой развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года</b>				
<b>БРЕСТСКАЯ ОБЛАСТЬ</b>				
Транспортно-логистический центр «Брест-Белтаможсервис», г. Брест, ул. Лейтенанта Рябцева, 45 (РУП «Белтаможсервис»)	В 0,6 км от автодороги М-1/Е30	Автомобильные	СВХ класса «А» – 1,5 тыс. м <sup>2</sup> , ТС – 0,2 тыс. м <sup>2</sup> , СОП – 0,6 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Транспортно-логистический центр «Брествнештранс» г. Брест, ул. Дубровская, 36 (СООО «Брествнештранс»)	В 1 км от погранперехода Козловичи	Автомобильные и железнодорожные (узкая и широкая колея)	СВХ и ТС – 20,0 тыс. м <sup>2</sup> , КТ – 50,0 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Транспортно-логистический центр «Транзит», г. Брест, ул. Красногвардейская, д. 148 (СП «Транзит» ООО)	г. Брест	Автомобильные, железнодорожные (узкая и широкая колея)	СВХ – 1,5 тыс. м <sup>2</sup> , КТ – 10,0 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Складская, транспортная, таможенная логистика
<b>ГОМЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ</b>				
Транспортно-логистический центр «Гомель-Белтаможсервис», г. Гомель, ул. Борисенко, 3 (РУП «Белтаможсервис»)	В 1,5 км от автодороги М-10, 6 км от кольцевой дороги г. Гомеля	Автомобильные	СВХ класса «А» – 1,4 тыс. м <sup>2</sup> , ТС – 0,3 тыс. м <sup>2</sup> , СОП – 1,5 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
<b>МИНСКАЯ ОБЛАСТЬ</b>				
Транспортно-логистический центр «Белтаможсервис», Минский район (РУП «Белтаможсервис»)	17-й км автодороги Р-1 Минск-Дзержинск, в 9 км от МКАД в сторону г. Дзержинска	Автомобильные	СВХ класса «А» – 1,9 тыс. м <sup>2</sup> , ТС – 1,1 тыс. м <sup>2</sup> , СОП – 3,3 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Транспортно-логистический центр «Белтаможсервис – 2» Минский район, д. Щитомирчи (РУП «Белтаможсервис»)	В 3 км от МКАД по автодороге Р-23 Минск-Микашевичи	Автомобильные и железнодорожные	СВХ класса «А» – 10,4 тыс. м <sup>2</sup> , ТС – 1,1 тыс. м <sup>2</sup> , СОП – 9,7 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Транспортно-логистический центр «Л-БИТ Групп», Минская обл., Воложинский район, п. Раков (ООО «Л-БИТ Групп»)	В 20 км от МКАД, автодорога Минск-Гродно	Автомобильные	СОП класса «А» – 16,3 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 2,7 тыс. м <sup>2</sup>	Транспортная, складская (в т. ч. биржевая) логистика
Логистический центр «БЛТ-Логистик», Минский район, п. Обчак, 1 (СООО «БЛТ Логистик»)	В 1,5 км от пересечения автодорог М-1/Е30 и М-4	Автомобильные	СОП класса «А» – 27,0 тыс. м <sup>2</sup> , СХ – 2,3 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 2,5 тыс. м <sup>2</sup>	Аренда складских площадей. Складская логистика
Логистический центр «Прилесье», Минский район, (ИООО «Логистический центр «Прилесье»)	В 8 км от МКАД по автодороге М-4 Минск-Могилев	Автомобильные	СОП класса «А» – 35,0 тыс. м <sup>2</sup> .	Аренда, продажа складских площадей
Логистический центр «Озерцо-логистик», Минский район, д. Богатырево (ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-логистик»)	В 1,2 км от МКАД	Автомобильные и железнодорожные	СОП – 14,5 тыс. м <sup>2</sup> , ТС – 0,6 тыс. м <sup>2</sup> , СВХ – 4,0 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская (в т. ч. биржевая), таможенная логистика
Торгово-логистический центр «Глобус Парк», Минский район, аг. Щомыслица (ООО «ИнтерСтройПорталПлюс»)	В 3 км от МКАД, вблизи автодороги М-1	Автомобильные	СОП класса «А» – 20,0 тыс. м <sup>2</sup>	Аренда, продажа складских площадей. Транспортная, складская логистика

Транспортно-логистический центр «Белмагистральавтотранс» г. Минск, п. Колядичи (ОАО «Белмагистральавтотранс»)	В 4 км от МКАД	Автомобильные	СВХ класса «В» – 6,5 тыс. м <sup>2</sup> , СТО, ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Логистический центр «НТС», Минский район, д. Таборы (СООО «НТС»)	В 9 км от МКАД по автодороге Минск-Гродно	Автомобильные	СОП класса «А» – 15,7 тыс. м <sup>2</sup> , СХ – 4,4 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки
Логистический комплекс «ШАТЭ-М», Минский район, п. Привольный (ТЧУП «ШАТЭ-М Плюс»)	В 14 км от МКАД на пересечение автодорог М-1 и М-4	Автомобильные	СОП класса «А» – 18,0 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 3,5 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки. Складская логистика
Логистический центр «Дубовляны», Минский район, д. Дубовляны (ЗАО «Поинт Логистикс»)	Вдоль дороги Минск-Мядель в районе д. Дубовляны	Автомобильные	СОП класса «А» – 37,7 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 5,4 тыс. м <sup>2</sup>	Складская логистика
<b>Характеристика действующих логистических центров, созданных вне Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года</b>				
<b>БРЕСТСКАЯ ОБЛАСТЬ</b>				
Торгово-логистический центр «Бугинком», Брест, ул. Карьерная, 9 (ООО «Бугинком»)	В 7 км от погранперехода «Козловичи» и 1 км от автодороги Брест-Ковель	Автомобильные	СОП класса «В» – 3,8 тыс. м <sup>2</sup>	Транспортная, складская логистика
Логистический центр «Евроопт», г. Барановичи, промзона «Боровцы» (ООО «Евроторг»)	в промзоне «Боровцы» г. Барановичи	Автомобильные	СОП класса «А» – 24,0 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки
<b>МИНСКАЯ ОБЛАСТЬ</b>				
Транспортно-логистический центр «Колядичи», г. Минск, ст. Колядичи (РТЭУП «Белинтертранс – транспортно-логистический центр»)	ст. Колядичи	Автомобильные, железнодорожные	СВХ класса «А» – 5,0 тыс. м <sup>2</sup> , КТ – 14,7 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Логистический центр «Белрусинвест», г. Минск, 4-ый пер. Монтажников, д. 6 (СЗАО «Белрусинвест»)	0,4 км от МКАД	Автомобильные	СОП класса «А» – 41,2 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 4,7 тыс. м <sup>2</sup> , СТО	Сдача в аренду складских площадей. Транспортная, складская логистика
Логистический центр «Королев Стан», Минский район, д. Королев Стан (ООО «Евротибас»)**	В 9 км от Минска по автодороге к Нац. аэропорту «Минск»	Автомобильные	СОП класса «А» – 6,2 тыс. м <sup>2</sup>	Транспортная, складская, распределительная логистика
Логистический центр «Кунцевщина», г. Минск, ул. Брикета, 31 (ООО «Компания ФСК Логистик»)	г. Минск, в районе МКАД	Автомобильные	СОП класса «А» – 12,0 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 4,0 тыс. м <sup>2</sup>	Транспортная, складская логистика
Логистический центр «Колядичи», г. Минск, ул. Бабушкина, д. 8 (ООО «Компания ФСК Логистик»)	п. Колядичи	Автомобильные	СОП класса «В» – 4,0 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 1,2 тыс. м <sup>2</sup>	Транспортная, складская логистика
Логистический центр «Евразия», г. Заславль, ул. Заводская, д. 1 (ООО «Транспортно-складской комплекс Евразия»)	В промышленной зоне города Заславля в 15 км от Минска	Автомобильные	СОП класса «В» – 12,0 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 1,0 тыс. м <sup>2</sup>	Аренда складских площадей. Складская логистика
Логистический центр «Амазон-Колорит», район п. Колядичи (ООО «Амазон-Колорит»)	В непосредственной близости от МКАД и п. Колядичи	Автомобильные	СОП класса «В» – 4,6 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 1,0 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки
Логистический центр «Морозпродукт», Минская, обл., г. Марьина Горка ул. Октябрьская, 133 (СООО «Морозпродукт»)	В г. Марьина Горка	Автомобильные	СХ класса «А» – 3,6 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки. Транспортная, складская логистика
Торгово-логистический центр «Минск-Кристал», г. Минск, п. Колядичи-2 (РУП «Минск-Кристал»)	п. Колядичи	Автомобильные	СОП класса «А» – 7,0 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки

Логистический центр «Владпродимпорт», г. Заславль (ООО «Владпродимпорт»)	В промзоне г. Заславля	Автомобильные	СОП класса «А» – 18,2 тыс. м <sup>2</sup> , СХ – 1,2 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки. Транспортная, складская логистика
Логистический центр «Евроопт», г. Минск, ул. Монтажных, 2а (ООО «Евроторг»)	г. Минск	Автомобильные	СОП класса «А» – 28,9 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки
Складской терминал «Даймондфрут», Минский район, д. Таборы (СООО «Даймондфрут»)	В 7 км от МКАД по автодороге Минск-Гродно	Автомобильные	СХ класса «А» – 2,7 тыс. м <sup>2</sup>	Складская логистика
Таможенный терминал «Доминик», г. Минск, ул. Брикета, 25 (СП «Доминик» ООО)	г. Минск, в районе МКАД	Автомобильные	СВХ и ТС – 6,0 тыс. м <sup>2</sup> , ПТО	Транспортная, складская, таможенная логистика
Торгово-логистический центр «Евросклад», Минский район, район п. Михановичи (ООО «Евросклад Сервис»)	В 12 км от МКАД	Автомобильные, железнодорожные	СОП – 10,0 тыс. м <sup>2</sup>	Аренда складских площадей. Складская (в т. ч. биржевая), распределительная логистика
Логистический центр «МЗБН», Минская область, Червенский район, д. Кулики (ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков»)	В 30 км от Минска	Автомобильные	СОП класса «А» – 10,0 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки. Аренда складских площадей
Логистический центр «Камако», Минск, ул. Селицкого, 72 (УП «СБС и К»)	п. Шабаны	Автомобильные	СХ – 8,0 тыс. м <sup>2</sup> , ОП – 4,0 тыс. м <sup>2</sup>	Аренда, продажа складских площадей
Логистический центр «Чистый берег», Минск, ул. Бабушкина, 78 (ЗАО «Чистый берег»)	п. Колядичи	Автомобильные	СОП – 4,0 тыс. м <sup>2</sup>	Обслуживает собственные грузопотоки

\* СВХ – склад временного хранения, ТС – таможенный склад; СОП – склад общего пользования; СХ – склад-холодильник; КТ – контейнерный терминал; ОП – офисные помещения; ПТО – пункт таможенного оформления.

\*\* оператор прошел сертификацию логистических услуг (СТБ 2306-2013)

Только один логистический центр ООО «Евротибас» (группа компаний «Алсан») в мае 2014 г. прошел процедуру сертификации логистических услуг (СТБ 2306-2013 «Услуги логистические. Общие требования и процедура сертификации») [1]. Добровольная сертификация логистических услуг в Беларуси была введена с 1 ноября 2013 г. в соответствии с СТБ 2306-2013 «Услуги логистические. Общие требования и процедура сертификации» [2].

Наиболее комплексные логистические услуги уровня 3PL оказывают – РУП «Белтаможсервис», СООО «Брествнештранс», ОАО «Торгово-логистический центр «Озерцо-Логистик», ОАО «Белмагистральавто-транс», РТЭУП «Белинтертранс – транспортно-логистический центр», СП «Транзит» ООО, СП «Доминик» ООО, ООО «Л-Бит Групп», специализируются на оказании логистических услуг (обработке внутренних грузопотоков) – СООО «БЛТ Логистик, ЗАО «Поинт Логистик», ЗАО «Белрусинвест», ООО «Евротибас», ООО «Компания ФСК Логистик», ООО «Евросклад Сервис», СООО «Даймондфрут», обслуживают в основном собственные грузопотоки – СООО «НГС», ТЧУП «ШАТЭ-М Плюс», ООО «Евроторг», ООО «Амазон-Колорит», РУП «Минск Кристал», ООО «Владпродимпорт», СООО «Морозпродукт», ЗАО «Чистый берег», преимущественно сдают площади в аренду – ИООО «Логистический центр «Прилесье», ООО «ИнтерСтройПорталПлюс», ООО «Транспортно-складской комплекс Евразия», ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков».

По оценкам экспертов общая площадь складов класса «А» и «В» логистических центров составляет более 450 тыс. м<sup>2</sup>, из них склады общего пользования составляют 363 тыс. м<sup>2</sup>, склады временного хранения и таможенные склады – 50 тыс. м<sup>2</sup>, низкотемпературные склады и склады холодильники – 22 тыс. м<sup>2</sup>. По оценкам экспертов, площади складов класса «А» и «В» в районе Варшавы составляют около 2,6 млн м<sup>2</sup>. Совокупная же площадь логистических центров, представленных в Польше, превышает 7 млн м<sup>2</sup>. А общий объем современных складских помещений в Киевском регионе составляет около 1,6 млн м<sup>2</sup>.

Несмотря на ввод новых объектов складской инфраструктуры, по оценкам экспертов ставки аренды складских помещений не снижаются, так средняя стоимость аренды складских помещений класса «А» составляет 10-12 евро за м<sup>2</sup>, класса «В» – 6-9 евро за м<sup>2</sup>. Текущий уровень ставок аренды складских помещений класса «А» – самый высокий по сравнению со странами-соседями. Для сравнения, в Польше ставка



аренды в связи с высоким предложением составляет 1,5-2 евро за м<sup>2</sup>, в Литве – 4,5-5,5 евро за м<sup>2</sup>, в России ставка аренды достигает 7,5-10 евро за м<sup>2</sup>.

Современная логистическая инфраструктура в 2014 г. прирастала как за счет ввода складских объектов производственных предприятий, дистрибьюторов, ритейла, так и за счет ввода новых складских площадей логистическими провайдерами и девелоперами.

Так, в 2014 г. завершено строительство второй очереди современного логистического комплекса ЧТУП «Шате-М Плюс» в поселке Привольный. Новый логистический комплекс оснащен уникальным оборудованием, основу которого составляет не имеющая аналогов в восточной Европе конвейерная система протяженностью более 1 км, обеспечивающая подбор, комплектацию и отгрузку заказов в максимально короткий интервал времени. Оперативность и высокий уровень автоматизации являются важнейшими факторами функционирования нового склада. Общая площадь здания составляет 18,0 тыс. м<sup>2</sup>, полезная площадь многоуровневой стеллажной системы хранения составляет 55 тыс. м<sup>2</sup> [3].

Также в 2014 г. введены в эксплуатацию: логистический центр ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков» в 30 км от Минска в дер. Кулики Червенского района площадью 10 тыс. м<sup>2</sup>; логистический центр ЗАО «Чистый берег» по оптово-розничной торговле трубопроводной арматурой и сантехникой в н.п. Колядичи Минского района площадью более 10 тыс. м<sup>2</sup>; склад-холодильник УП «СБС и К» (входит в структуру ООО «Камако») площадью 8 тыс. м<sup>2</sup>.

Логистические провайдеры и девелоперы тоже вводили новые складские площади. Так, в 2014 г. логистический центр ЗАО «Белруси́нвест» прирос еще на 18,5 тыс. м<sup>2</sup> складских площадей класса «А», ООО «Бугинком» закончила строительство торгово-логистического центра (3,8 тыс. м<sup>2</sup>) в Бресте по ул. Карьерной 9 в 7 км от автомобильного перехода «Козловичи»; ЗАО «Лект» ввела в эксплуатацию логистический центр в районе д. Дубовляны (37,7 тыс. м<sup>2</sup>). В 2014 г. логистический оператор СП «Транзит» ООО был включен в Программу развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года (Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28 апреля 2014 г. № 402 «О внесении изменений и дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 августа 2008 г. № 1249).

По оценкам экспертов к концу 2015 г. площадь складов класса «А», «В» логистических центров увеличится на 190 тыс. м<sup>2</sup> и составит более 640 тыс. м<sup>2</sup>. В 2015 г. значительно прирастет складская инфраструктура действующих логистических центров, будут введены в эксплуатацию еще порядка 11-13 логистических центров, в 2016 г. еще 5-6 и пророст действующих. В частности, ООО «ИнтерСтройПорталПлюс» продолжит строительство торгово-логистического центра «Глобус парк» (ранее «Що́мыслица»), после ввода в эксплуатацию в 2015 г. торгового центра – 30 тыс. м<sup>2</sup> (вторая очередь), приступит в строительстве складских помещений площадью 5, 15 и 20 тыс. м<sup>2</sup> (третья очередь). Введение в эксплуатацию последнего складского здания запланировано на конец 2016 г. ИООО «Логистический центр «Прилесье» – прирастет в 2015 г. еще складскими площадями более 91 тыс. м<sup>2</sup> (три склада площадью по 23,0 тыс. м<sup>2</sup> и два склада площадью по 11,0 тыс. м<sup>2</sup>). ИЧЛУП «Влате Логистик» планирует построить в 2015-2016 гг. два транспортно-логистических центра в районе пограничных переходов «Брузги» и «Берестовица» на белорусско-польской границе. Каждый из объектов сможет предоставить более 10 тыс. м<sup>2</sup> складских помещений, а также другие типичные услуги (гостиницы, кафе, пункты страхования и др.). ООО «ЛимоСтар Терминал» реализует проект по созданию на территории СЭЗ «Минск» логистического центра. Для строительства логистического центра выделен участок 5 га в п. Привольный Минского района в непосредственной близости от автодороги М-1 Брест – Москва и от магистрали М-4 Минск – Могилев. Срок ввода первой очереди логистического центра – 2015 г., второй – 2018 г. Компания «А-100 Девелопмент» ведет строительство складского комплекса «Северный» вблизи трассы Минск-Мядель, в 2 км от МКАД (22,5 тыс. м<sup>2</sup>). Сдача в эксплуатацию первой очереди (4 тыс. м<sup>2</sup>) – начало 2015 г., второй – 2016 г (18,5 тыс. м<sup>2</sup>).

РУП «Белтаможсервис» в 2015 г. планирует ввести в действие транспортно-логистический центр «Могилев-Белтаможсервис», а также сервисные зоны вблизи автодорожных пунктов пропуска «Козловичи-2» и «Каменный Лог». Так, сервисная зона «Козловичи-2» будет включать таможенный склад, склады общего пользования и временного хранения с холодильными камерами общей площадью 15,5 тыс. м<sup>2</sup>, станцию технического обслуживания с мойкой, стоянку грузового автотранспорта на 200 машиномест, гостиничный комплекс на 142 места, кафе на 64 посадочных места. Сервисная зона «Каменный Лог» предусматривает до 18 тыс. м<sup>2</sup> складских помещений площадью, стоянки, пункт технического обслуживания автомобилей и гостиницу с объектом общественного питания.

В ближайшие годы складская инфраструктура будет прирастать и логистическими центрами производственных предприятий, дистрибьюторов, ритейла. Так, ОАО «Могилевсоюзпечать» планирует ввести в действие в 2015 году логистический центр в Могилеве для обслуживания собственных грузопотоков. ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» начала строительство собственного логистического центра площадью 11 тыс. м<sup>2</sup> в Витебском районе в пос. Тарный. СООО «Белвест» до 2020 г. планирует построить современный логистический центр в пригороде Витебска. ООО «Русские сладости» строит логистический центр в Гомельском районе, на 11-м км автотрассы Е-95 (Гомель – Чернигов). Управление логистическим центром будет осуществлять логистический провайдер ООО

«Компания ФСК Логистик», которая уже управляет двумя логистическими центрами в Минске. ООО «Евроторг» стоит свой третий логистический центр в Завлавле. ООО «Белмединфарм» реализует проект по строительству логистического центра (11,4 тыс. м<sup>2</sup>) для обработки и хранения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники в границах ул.Стариновской – ул.Руссиянова – пр. Независимости в г. Минске.

Практически не реализован ни один проект по созданию логистического центра на базе действующих аэропортов. Проект создания транспортно-логистического центра возле Национального аэропорта Минск, так и остался проектом, строительные работы так и не начаты. Инвестором – бельгийской компанией АОI NV рассматривается вариант совмещения усилий в части создания инфраструктуры и коммуникаций с китайской стороной, поскольку в Смолевичском районе реализуется проект по созданию Китайско-белорусского индустриального парка, который имеет смежные территории с будущим транспортно-логистическим центром возле Национального аэропорта Минск. Проект строительства логистического центра рассчитан на период до 2021 г. Для реализации проекта создания мультимодального транспортно-логистического центра реализуется в Орше собственниками авиаремонтного завода (украинским ПАО «Мотор-Сич» и белорусским ЗАО «Системы инвестиций и инноваций») было создано ООО «ИПЛ Комплекс» (девелопер проекта) и зарегистрирована в качестве резидента СЭЗ «Витебск». Проект рассчитан на период до 2030 г., первые объекты транспортно-логистического центра планируется ввести в эксплуатацию уже в 2015 г.

В 2015 году завершается реализация Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года [4]. Она послужила стимулом многим процессам в экономике страны, в расширении правовой и технической основы для увеличения объемов и качества оказываемых логистических услуг, в привлечении инвестиций и транзитного товаропотока. Однако, не все инвестиционные проекты выполнены, некоторые так и остались на бумаге, по многим проектам инвестор менялся несколько раз. Но это уж как естественный отбор, условия для развития логистической отрасли в Беларуси созданы, выживает сильнейший, более опытный, остальные отсеялись и не дошли до фактического возведения объекта.

Часто объекты логистической инфраструктуры, заявленные как логистические центры, представляют собой просто склады (в логистике функционал склада и логистического центра разный). Чаще всего, застройщики просто сдают в них площади крупным арендатором, а все «логистические услуги» ограничиваются разгрузкой/погрузкой и охраной территории. Это связано, прежде всего с нежеланием инвестора налаживать качественный логистический сервис, внедрять автоматизированную систему управления складом, набирать штат квалифицированных логистов, недостаток которых ощущается сегодня в Беларуси, а также желанием «отбить» вложенные деньги как можно быстрее, в данном случае – путем арендной платы. Но у такого бизнеса нет будущего, поскольку спрос на простое хранение со стороны крупных дистрибьюторов меньше, чем на логистику, и окупаемость, соответственно, увеличивается в несколько раз.

Вопрос качества логистических услуг также актуален. В части оказания логистических услуг белорусские логистические центры проигрывают своим ближайшим соседям. Логистические центры оказывают отдельные виды логистических услуг, причем их стоимость условно небольшая, но не конкурентная. Логистические центры в Польше, Литве предлагают логистические услуги дешевле, а сервис лучше. И как следствие причиной строительства собственного логистического центра часто становится и несовершенство отечественного рынка логистических складских услуг, обусловленное нехваткой складских площадей, высокими тарифами на логистические услуги, отсутствием складов в регионах и пока еще низким уровнем обслуживания, предлагаемым логистическими посредниками. Возникают сложности и при открытии пункта таможенного оформления (ПТО) на территории логистического центра, согласованием и строительством отвода железнодорожной ветки для последующего создания интермодального терминала.

Белорусским логистическим операторам нужно повышать комплексность и качество оказываемых логистических услуг, формировать комплексные тарифы на обслуживание, а не тарифицировать каждое действие с грузом, внедрять современные информационные технологии (системы управления складом WMS, управления транспортом TMS и др.), предлагать клиентам варианты оптимизации затрат, а просто зарабатывать на оказании логистических услуг, думая что клиент оплатит любые тарифы. Исходя из анализа прецедента тарифов на логистические услуги, многие логистические центры слишком увлеклись и тарифицируют даже те действия, за которые то и деньги брать казалось бы не возможно, в результате клиент не понимает за что он платит и с чего складывается его тариф и почему договаривались на одну стоимость, а по факту появились еще какие-то услуги, которые необходимо оплачивать. Ведь логистический оператор, специализирующийся на оказании комплекса логистических услуг, должен это делать дешевле и качественнее чем сам его клиент, иначе производственные компании, ритейл, дистрибьюторы преимущественно будут «строить» собственную логистическую инфраструктуру, а не пользоваться услугами профессионалов.

#### Список использованных источников

1. Центр торговли и логистики «Королев Стан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://logistik.by/about\\_object/](http://logistik.by/about_object/). – Дата доступа: 18.01.2015.

2. СТБ 2306-2013. Услуги логистические. Общие требования и процедура сертификации / [БелНИИТ "Транстехника"]. – Изд. офиц. – Введ. 2013-11-01. – Минск : Госстандарт, 2013. – 10 с.
3. Торжественное открытие логистического комплекса компании «Шате-М Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://logistic.shate-m.by/news/2.html>. – Дата доступа: 18.01.2015.
4. О программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 августа 2008 г., № 1249 (с изм. и доп.) // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

## ТРАНСПОРТНАЯ ОТРАСЛЬ УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**А.Г. Киричок,**

канд. техн. наук, доцент,

**М.Д. Швец,**

канд. техн. наук, доцент,

*Национальный университет водного хозяйства и природопользования,  
г. Ровно*

Известно, что транспорт является важнейшим звеном в сфере экономических отношений, а также инфраструктурной отраслью материального производства. Эффективное функционирование транспортного комплекса является необходимым условием стабилизации транспортной системы, структурных преобразований в экономике, развития внешнеэкономической деятельности, удовлетворения потребностей населения и общественного производства в перевозках, осуществляет связь между производством и потреблением, между различными отраслями хозяйства, между странами и регионами.

Уровень развития транспортной системы государства – один из важнейших признаков её технологической мощи. При условии интеграции в европейскую и мировую экономику потребность в высокоразвитой транспортной системе всё усиливается – она должна стать базисом для эффективного вхождения Украины в европейскую транспортную систему.

Украина имеет чрезвычайно благоприятные предпосылки для формирования и размещения транспортной сети. В частности, отраслевая структура народного хозяйства и его территориальная организация, выгодное экономико-географическое положение определили развитие и размещение железнодорожного, автомобильного, авиационного, речного и морского, а также трубопроводного транспорта [1].

При этом экономико-географическое положение оказало существенное влияние на прохождение транзитных магистралей, трубопроводов, формирование транспортных узлов смешанного типа. Равнинный рельеф страны способствует повсеместному размещению путей сообщения. Выход к побережью Чёрного и Азовского морей, наличие удобных бухт на их побережье повлияли на строительство морских портов и развитие морского транспорта. Наличие судоходных рек (Днепр, Дунай, Днестр, Южный Буг и др.) способствовало развитию речного транспорта. В целом в Украине развиты все виды транспорта.

Работу всех видов транспорта обеспечивает транспортная инфраструктура – экономически сбалансированная совокупность путей сообщения, подвижного состава, средств управления и связи, разнообразного технического оборудования. Эффективность её функционирования определяется уровнем экономического сбалансирования всех её составляющих, которого можно достичь только путём рационального распределения общего объёма перевозок между отдельными видами транспорта в зависимости от сферы выгодного использования каждого из них. Пространственная зависимость транспортных сетей от размещения продуктивных сил влияет на территориальную организацию транспорта в целом и его составляющих. Это ярко проявляется в существовании первичных форм пространственного рассредоточения транспорта – транспортных узлов, пунктов.

Рассмотрим проблемы развития транспортной отрасли Украины, причины их возникновения, возможные пути их решения и усовершенствования транспортной системы страны.

Кризисные явления в последние десятилетия в развитии экономики Украины негативно сказывались на темпах и объёмах работы отрасли. Ухудшение жизненного уровня населения Украины, уменьшение его реальных доходов, резкое повышение тарифов обусловили снижение пассажирооборота на 10 %, в том числе на морском транспорте – на 50 %, на воздушном – на 33 %, автобусном – на 23 %, такси – на 72 %, речном – на 61 %. Только на железных дорогах объём перевозок увеличился благодаря перераспределению пассажиропотока из-за снижения роста тарифов сравнительно с другими видами транспорта.

Причинами уменьшения грузовых перевозок были также: сокращение объёмов производства основных грузообразующих отраслей, экспортно-импортных перевозок; непредоставление грузов для перевозки в заявленных объёмах; нехватка транспортных средств, их неудовлетворительное состояние и специализа-

ция; ограничение поставок новой техники; неполное обеспечение транспорта топливом и запчастями, а также непростое (особенно на протяжении последнего года) внутривосточное состояние Украины. Ухудшение материально-технической базы отрасли сопровождалось сокращением объёма поставок транспортной техники. Так, на железнодорожном транспорте поставки электровозов снизились на 57 %, грузовых вагонов – на 44 %, пассажирских – на 25 %, большегрузных контейнеров – на 32 %. Из общего количества судов 55 % эксплуатируются более 15 лет, вследствие чего они не могут заходить в иностранные порты. Темпы обновления основных фондов на транспорте в несколько раз ниже, чем в других отраслях, а удельные затраты топлива и энергии – на 30-50 % выше, чем на транспорте лучших зарубежных марок [2].

Нарушение хозяйственных связей Украины со странами СНГ выдвинуло настоятельное требование укрепления собственной производственно-ремонтной базы отрасли в соответствии с требованиями транспортной системы Украины или налаживание новых связей, которые бы обеспечили своевременную поставку техники и запчастей.

Железнодорожный транспорт – самый развитый в Украине. Железнодорожной дорогой осуществляется 46 % от общих перевозок, но они не способны полностью удовлетворить потребности в пассажирских перевозках из-за отсутствия поставок новых пассажирских вагонов, которые импортировались из ближнего и дальнего зарубежья.

На наш взгляд, для обеспечения непрерывных грузовых и пассажирских перевозок необходимо:

- построить скоростные железнодорожные линии, разгрузить перегруженные участки и линии с грузонапряжённостью 80 млн т/км, перевести часть поездопотоков на параллельные линии;
- увеличить среднюю массу одного поезда за счёт повышения статической нагрузки, удлинение приёмно-отправочных путей;
- реконструировать 12 крупных железнодорожных станций, ряд мостов и туннелей;
- довести длину станционных путей до 80–85 % эксплуатационной длины железных дорог, увеличить полигон электрической тяги до 45–50 % эксплуатационной длины железных дорог, длину вторых и третьих путей – до 50–55 %, оснащённых автоблокировкой и диспетчерской централизацией – до 80 % от длины сети главных путей;
- пополнить парк локомотивов электровозами и тепловозами нового поколения с максимальной унификацией узлов, автоматизированными системами управления, диагностики и безопасности, а вагонный парк – большегрузными вагонами (что позволит увеличить среднюю грузоподъёмность одного вагона до 85 т), увеличить парк пассажирских и специализированных (до 35–40 %) грузовых вагонов, повысить мощность верхнего строения пути в соответствии с нормативной грузоподъёмностью вагонов, автоматизировать работу сортировочных горок;
- перейти на электронную централизацию стрелок, создать производственную базу для строительства пассажирских вагонов с использованием импортного оборудования и новых технологий, создать производственные мощности для выпуска грузовых и маневровых электровозов, завершить строительство завода по производству дорожных машин в Кировограде.

Для того, чтобы материально-техническая база железных дорог Украины максимально отвечала потребностям экономики, необходимо приобрести 543 секции электровозов, 925 секций тепловозов, 2800 пассажирских и 33000 грузовых вагонов, 670 вагонов электропоездов, 260 дизельных поездов, заменить 6 тыс. км рельсов, 7700 тыс. шт. шпал, 13 тыс. комплектов стрелочных переводов.

В Украине разработана соответствующая программа развития железнодорожного транспорта, которой предусматривается создание производства пассажирских вагонов локомотивной тяги, электро- и дизельпоездов (последние раньше производили только в Риге).

Для Украины немаловажной является интеграция в европейскую транспортную систему, так как через её территорию проходят 4 транспортных коридора. Для этого необходима электрификация железных дорог, а также улучшение системы перегрузки вагонов на границе или прокладка колеи европейской ширины по стратегически важным направлениям.

Осуществляется также модернизация транспортных узлов международного значения. Таким «полносом экономического развития» станет создание интерпорта в г. Ковеле. Он будет соединён с Люблином узким европейским путём, через него будет проходить также автомобильная дорога Брест-Одесса. Проектная мощность порта – 85 тыс. т грузов при среднем сроке хранения 10 дней (40 % – тарно-штучный цех, 25 % – контейнерный терминал, 30 % – склад длинных и тяжёлых грузов, 2 % – склад колёсной техники). Нужно реконструировать и другие транспортные станции и узлы.

Транспортная сеть также требует значительной реконструкции, прежде всего, в широтном направлении. Есть потребность в скоростных магистралях в районах с высокой нагрузкой параллельных путей, в увеличении длины станционных путей, большей автоматизации движения, в заводе дорожных машин для строительства железных дорог. Есть возможности для создания такого предприятия в Кировограде. Пока такого предприятия в Украине нет.

Задачами развития речного транспорта в Украине являются: использование большегрузных судов для внутренних перевозок массовых грузов; увеличение доли грузов в пакетированном виде, контейнерах; расширение перевозок в лихтеровозах; развитие перевозок экспортно-импортных грузов в судах типа река-море; смягчение факторов сезонной неравномерности перевозок за счёт увеличения эксплуатационного периода и организации круглогодичной навигации на отдельных участках; вывода из эксплуатации физически и морально устаревших судов и пополнение флота судами новых типов; расширение объёмов перевозок буксирным флотом грузоподъёмностью 3900 т и более; оснащение портов высокопроизводительными перегрузочными комплексами для перевозки грузов навалом, а также средствами малой, механизации, что позволит сократить простои судов, вагонов и автомобилей, развить ведомственные причалы, оснастить их современной перегрузочной техникой.

Для освоения намеченных объёмов перевозок речному транспорту на перспективу необходимо 120 тыс. т самоходного грузового и 195 тыс. т несамоходного тоннажа.

Автомобильно-транспортный комплекс требует значительного обновления, развития, оптимизации структуры и парка по грузоподъёмности, типам кузова и двигателя.

Низкой (18 %) является доля автомобилей грузоподъёмностью до 1 т. Тенденция развития частного предпринимательства и фермерства будет требовать различных малотоннажных автомобилей грузоподъёмностью 0,6-2,0 т с разнообразным оборудованием. Их доля должна составлять 60-70 % от общего количества автомобилей.

Структура парка по типам двигателей не соответствует современным требованиям. Например, в странах с развитой рыночной экономикой почти все автобусы и автомобили грузоподъёмностью более 2 т являются дизельными, в то же время в Украине доля дизельных автобусов составляет лишь 12 %, автомобилей – 22 %. Актуальным является увеличение количества автобусов большой и особо большой вместимости, организация отечественного автомобилестроения для обеспечения потребностей Украины в автомобилях на 65-70 % (сейчас – 10-15 %).

Нормативное функционирование автомобильного транспорта возможно только при условии соответствующего развития сети автодорог. Чтобы достичь европейского уровня обеспечения автодорогами, надо построить почти 200 тыс. км путей, в том числе 60 % в сельской местности. Мировой опыт показывает, что именно во время экономических кризисов строительство автодорог приобретало приоритетного значения благодаря возможности создания новых рабочих мест и высокой эффективности капиталовложений. Следует также создать скоростные автомагистрали, которые бы соединяли Западную Европу со странами СНГ.

Инвестирование строительства автомобильных магистралей должно осуществляться в последовательности с юга на север на линии Черновцы – Хмельницкий – Шепетовка для связей Украины с Молдовой, Беларусью и странами Балтии, а также на линии Черкассы – Сумы для связи с Россией. Требуют реконструкции гостиницы и мотели, пункты автосервиса для грузовых и легковых автомобилей, которые следуют из-за границы, автомобильные дороги Львов – Ровно – Житомир – Киев – Полтава – Харьков и Чоп – Ивано-Франковск – Тернополь – Хмельницкий – Винница – Кировоград – Кривой Рог – Днепропетровск – Запорожье. Этими путями ежегодно через территорию Украины транзитом перевозятся 70-80 тыс. т различных грузов из стран Западной Европы в Россию, Казахстан, Таджикистан, Турцию и другие страны. По расчётам для оборудования двух автомагистралей необходимо реконструировать и построить 355 объектов.

Одна из главных проблем развития трубопроводного транспорта – его реконструкция. Из всех газопроводов Украины (34,1 тыс. км) около 31 % используется в течение от 23 до 48 лет, 45 % из них имеет несовершенное антикоррозионное покрытие.

Большинство нефтепроводов (3927 км) находится в эксплуатации уже 25-30 лет. В системе нефтепроводов действуют две организации: предприятие магистральных нефтепроводов и государственное предприятие магистрального нефтепровода «Дружба». Длина нефтепродуктопроводов составляет 3,3 тыс. км (на 19 млн т), из них 2,4 тыс. не работают, потому что НПЗ загружены на 25 % (12,8 млн т).

Объекты транспортной сети общенационального значения необходимо инвестировать из государственного бюджета, а также привлекать иностранные инвестиции, средства клиентуры, акционерных обществ.

Основной задачей действующей системы газопроводов, длина которых составляет 33 тыс. км, остаётся поддержание их в исправном состоянии. Необходимо и в дальнейшем подавать газ для обеспечения потребностей малых городов и сельских населённых пунктов. Учитывая, что металлургические заводы Украины обеспечивали трубами весь бывший СССР, их мощностей должно хватить для обеспечения собственной нефтяной и газовой промышленности.

Морской транспорт занимает незначительное место в структуре внутренних перевозок, но имеет большой транзитный потенциал. Морских портов в Украине насчитывается 18, но прибыльно из них работают не больше пяти. Другие вынуждены почти ежегодно сокращать объёмы основных средств производства. Главными проблемами в этой отрасли являются: отсутствие портов третьего поколения в Украине, плохая логистика и в связи с этим сокращение вантажооборота.

Речной транспорт является самым прибыльным и постоянно наращивает объёмы перевозок. В настоящий момент компания «Укрречфлот» осуществляет перевозку по бассейнам рек Днепр и Дунай, а также вдоль берегов Чёрного моря. Среди транзитных грузов преобладают уголь и руда. Главными проблемами являются устарелость флота и погрузочно-разгрузочного оборудования, сезонность перевозок, а также нередко недостаточность гарантированных проектных глубин.

Авиационный флот в Украине насчитывает свыше 1,5 тысячи воздушных судов и 67 авиакомпаний. Они выполняют полёты в 35 стран мира по 105 маршрутам. В Украине функционируют 36 аэропортов, в 17 из которых открыты международные пункты пропуска.

Дальнейшее развитие всех видов транспорта Украины предусматривает увеличение общего объёма перевозки грузов, пропускной и провозной способности железнодорожных магистралей, строительство и реконструкцию автомобильных дорог, подъездных путей с твёрдым покрытием к сельским населённым пунктам, строительство новых и реконструкцию ряда старых железнодорожных узлов, станций, морских и речных портов, аэропортов, грузовых и пассажирских автопарков, станций технического обслуживания, пополнение подвижного состава транспортной системы большегрузными и быстроходными комфортабельными судами, самолётами и автомобилями, развитие всех видов транспорта.

В будущем транспорт будет развиваться за счёт интенсивных факторов, совершенствования структуры грузо- и пассажирооборота, сокращения материальных ресурсов, удельных расходов на перевозки, улучшения всех основных технико-экономических показателей работы транспорта и повышения качества распределения грузов между отдельными его видами.

Экологическая ситуация в Украине на данном этапе значительно ухудшилась и не последнюю роль в этом играет транспортный комплекс. Много вреда атмосфере наносит автомобильный транспорт. Топливо, используемое автотранспортными средствами, не является экологически чистым. Нефтепроводный и газопроводный транспорт повреждает почву, так как, в основном, трубопроводы проходят под землёй. Вследствие частых аварий загрязняются малые реки. Происходит утечка мазута и нефтепродуктов при перевозках.

Стабильная работа всех видов транспорта является неотъемлемым условием нормального функционирования экономики Украины.

Транспортная политика государства представляет собой комплексную программу действий по различным направлениям деятельности транспортного комплекса, включая его технико-технологическую модернизацию, адаптацию к рыночным условиям хозяйствования, институциональные преобразования в сфере форм собственности, экономических отношений, системы управления, интеграции в европейскую и мировую транспортную системы, кадровой и социальной политики, экономической безопасности государства [3].

Подытоживая проведенное исследование транспортной системы Украины, следует отметить, что основным предрасполагающим фактором является выгодное геостратегическое положение страны. По оценкам экспертов, коэффициент транзитности Украины является одним из наивысших в мире. Это является необходимым и достаточным условием для успешного развития транспортной отрасли, но она в значительной степени зависит от государственной поддержки, государственной политики по развитию транзита. Эта отрасль требует значительных капиталовложений, но инвестиции имеют высокий уровень доходности и относительно малую степень риска из-за природного характера преимуществ Украины.

Развитие транспортного комплекса Украины имеет значение не только для Украины, поэтому можем рассчитывать на поддержку мировых финансовых структур, но опять же возникают вопросы государственного уровня.

Проблемы дальнейшего развития транспортного комплекса связаны с реформированием других отраслей, поскольку объёмы продукции промышленности, сельского хозяйства, строительства и торговли преимущественно и определяют загруженность транспортной системы.

Актуальной проблемой транспортного комплекса Украины является неудовлетворительное состояние его производственной базы. Поэтому в перспективе приоритетным направлением технической политики транспорта должно быть обновление его подвижного состава на основе развития отечественного транспортного машиностроения. Наряду с этим, для создания системы интермодальных перевозок предполагается налаживание производства специализированных технических средств – конвейеров, сменных кузовов, платформ для перевозки автопоездов. В перспективе планируется осуществить постепенный переход на новые принципы организации и управления транспортным процессом на основе новейших информационных технологий и современного маркетинга, внедрение автоматизированных центров управления доставкой грузов.

В целом формирование и развитие национальной транспортной системы Украины требует эффективного государственного регулирования деятельности транспортных предприятий по следующим направлениям: создание рынка транспортных услуг; обеспечение технологической и экологической безопасности транспорта; активизация международной деятельности транспортных предприятий. Процесс реформирования транспортного комплекса Украины предусматривает усиление контроля со стороны государства за использованием грузовой базы отечественного морского флота страны как отрасли транспортного комплекса

с определённым валютным ресурсом. Чрезвычайно важным для активизации деятельности транспортных предприятий Украины является создание собственной информационной базы относительно конъюнктуры мирового фрахтового рынка.

#### Список использованных источников

1. Киричок, А. Роль транспортной отрасли в устойчивом развитии экономики Украины / А. Киричок, Н. Швец // Международный журнал «Устойчивое развитие». – № 15, февраль 2014. – Варна : Евро-Эксперт ЕООД, ТУ-Варна. – С. 69–74.
2. Кірічок, О. Г. Транспортна система України: напрями її інтеграції в транспортні структури Європи / О. Г. Кірічок. – Вісник НУВГП. – Вип. 3 (63). – Рівне : НУВГП, 2013. – С. 181–188.
3. Корецька, С.О., Ларіна Р.Р., Кристопчук М.С., Познаховський В.А. та ін. Управління розвитком стратегічного потенціалу автомобільного транспорту регіонів України: Монографія / За заг. ред. проф. Корецької С.О. – Рівне : НУВГП, 2014. – 256 с.

## МАЛЕНЬКАЯ БЕЛОРУССКАЯ ЛОГИСТИКА

**А.В. Тарлецкая**

Научный руководитель: М.Л. Третьякова, преподаватель  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Реализация национальной модели социально ориентированной экономики требует более активного совершенствования и модернизации действующих организационно-экономических механизмов, использования современных форм управления, что позволит повысить эффективность, устойчивость и конкурентноспособность экономики страны. Одной из инновационных систем управления выступает логистика.

Логистика в современном представлении – это наука об управлении материальными и связанными с ними информационными и финансовыми потоками, а также движением людей в сложных производственно-экономических системах. Цель логистики – реализация тактических и стратегических задач хозяйственной деятельности на основе оптимизации потоковых процессов и достижения эффективности этой деятельности с точки зрения удовлетворения требований конечных потребителей, снижения общих затрат во всей цепи «поставщик-потребитель» и повышения качества продуктов и услуг.

Современное промышленное производство – это самый сложный механизм, включающий в себя как собственно производственно-технологические подразделения, занимающиеся изготовлением полуфабрикатов, деталей, компонентов, сборочных единиц из исходного сырья и материалов, а затем сборкой готовой продукции из этих элементов, так и большое количество вспомогательных подразделений, которые часто объединяют под единым названием «инфраструктура» производства. Через инфраструктурные подразделения каждая организация формирует внешние хозяйственные связи, обеспечивает внутреннее взаимодействие своих структурных элементов, осуществляет непосредственное управление финансовыми и трудовыми ресурсами. Применение концепции логистики, сохраняя технологическую специализацию элементов предприятия, помогает интегрировать подразделения основного и инфраструктурного комплексов таким образом, что они составляют единое целое, отдельные части которого не способны функционировать самостоятельно. Особенно наглядно это проявляется в производственной логистике [1].

Ни для кого не секрет, что логистика имеет важное значение как для конкретной компании в частности, так и для страны в целом. В последнее время много говорят о необходимости оптимизации бизнес-процессов, сокращения затрат и развитии логистики. Это обусловлено тем, что на предпринимательскую деятельность и белорусскую экономику оказали влияние нестабильность покупательского спроса и, как следствие, увеличение запасов на складах; повышение стоимости логистических услуг; вступление республики в Таможенный союз; реализация государственных программ по совершенствованию логистической системы и использованию транспортного потенциала страны; активное развитие информационных и коммуникационных технологий; а также тот факт, что отечественные предприятия становятся участниками международных цепей поставок.

Беларусь имеет большой транзитный потенциал благодаря своему географическому положению. Страна находится на перекрестке основных транспортных маршрутов и является буферным элементом в торговле между странами ЕС и Россией.

О выгодном географическом положении Беларуси твердят много и давно. Такое положение нашей страны, как транзитного государства с наибольшей эффективностью можно было начать использовать с середины 90-х годов прошлого века. Именно тогда грузопоток через территорию Беларуси по направлениям восток-запад и север-юг должен был стать одной из серьезных составляющих пополнения бюджета. Ес-

ли бы реализация данной программы была начата лет 15 назад, к настоящему времени прибыль от логистических центров многократно превысила бы затраты на их строительство. Инициативу же в данной области уже давно перехватили наши соседи Литва и Украина. Россия при товарообмене с западной Европой последние годы предпочитает направлять свои транспортные потоки через литовские терминалы. Пока мы медлили все соседние страны Польша, Литва, Украина, Россия уже создали свои логистические центры, причем недалеко от белорусских границ. Они работают уже давно, постоянно совершенствуются и расширяются. Объективно на данный момент нет причин, что бы пользователи отказались от привычных маршрутов в пользу белорусских новостроек.

По официальным же данным через территорию Беларуси в 2010 году транзитом перевезено 11,2 млн тонн грузов автомобильным транспортом, что в 5,7 раза больше, чем через территорию Латвии (1,955 млн тонн), в 2,4 раза больше, чем через территорию Украины (4,649 млн тонн). Транзит грузов железнодорожным транспортом составил 45,6 млн тонн и незначительно превышает транзит по названным странам.

Логистический сектор в республике формируется не так динамично, как хотелось бы. К примеру, пропускная способность трех из девяти европейских коридоров задействована не более чем на одну треть. Если сравнить логистическую систему Беларуси и стран Европы, то можно сказать, что мы делаем в этом направлении первые шаги. Использование опыта ведущих европейских государств, таких как Германия, Франция, Голландия, позволит избежать многих ошибок и сэкономить временные и финансовые ресурсы.

В 2008 году в Беларуси была утверждена Государственная программа развития логистической системы до 2015 года. Совсем скоро мы увидим результаты ее реализации.

Одним из них, в частности, должна стать развитая инфраструктура – дороги, логистические центры, современные и удобные пункты таможенного контроля, придорожный сервис. Все это в совокупности с ясным и прогрессивным законодательством призвано привлечь грузовые потоки на нашу территорию. А уже это в свою очередь обогатит бюджет: если сейчас логистика участвует в формировании ВВП не более чем на 1 процент, то в 2015 году благодаря ей транспортная отрасль должна повысить долю в вале до 9 %. Показателем эффективности, по планам, станет и восхождение с 90-го до 50-60-го места в рейтинге Всемирного Банка по индексу развития логистики.

С момента, как была принята Программа развития логистической отрасли, экономическая ситуация в стране изменилась не в лучшую сторону. На 2014 год было запланировано создание 9 логистических центров (на данный момент их всего 21). Однако нужно ли стране много логистических структур? Тем не менее, эксперты отмечают, что логистические мощности, созданные в Беларуси, наверняка найдут себе применение. Логистические операторы активно ведут переговоры, например, с теми предприятиями, помещения которых перенесут из Минска за город. Специалисты предлагают им не строить собственные склады, а отдавать логистику на аутсорсинг. По данным за 2013 год, те транспортно-логистические центры, которые уже работают, показывают хорошую загрузку – в среднем занято 65-70 % площадей, а у некоторых – до 80 %. А ведь еще в конце 2012-начале 2013 года этот показатель был на уровне 40 % [2].

И вот парадокс: заинтересованность в транспортно-логистических центрах растет прямо пропорционально тому, как усложняется экономическая ситуация в стране. Потому что предприятия вынуждены экономить средства и не тратиться на дополнительные расходы. Те из них, которые получили положительный экономический эффект от передачи логистики на аутсорсинг, теперь готовы расширять использование возможностей таких центров.

Трудности в развитии белорусской логистики во многом связаны с ценовой политикой. За собственные средства создать логистический центр – невозможно. Приходится брать кредиты, что сказывается на конечной стоимости объекта и его услуг.

Однако главная проблема никуда не исчезла: практически все транспортно-логистические центры занимают лишь внутренней логистикой, выполняя распределительные или дистрибуционные функции. Нет ни одного центра, который бы специализировался на транзитных грузах и международных потоках. Более того, стали появляться центры, которые и вовсе работают только на себя. Например, собственные складские помещения построил «Минск-Кристалл», под Барановичами открылся центр «Евроторга».

Практически все белорусские логистические центры еще на этапе проектирования не задумывались как транзитные, но уже сейчас многие готовы «перепрофилироваться». Ведь если просто хранить грузы, то стоимость современного центра никогда «не отобьется». Нужен дополнительный комплекс услуг – упаковка товаров, наклейка на них стикеров и др. Пока же реальное использование белорусских транспортно-логистических центров ограничивается хранением грузов белорусских компаний.

Порой, то, что мы называем транспортно-логистическим центром, при более пристальном рассмотрении оказывается лишь огромным современным складом для собственной продукции, причем зачастую это те самые товаропроводящие сети, пришедшие к нам от восточного соседа и создающие здесь не только рабочие места, но и высокую конкуренцию нашим производителям. В отличие от них, скажем, у нашей компании, стратегически другая задача, а именно – обработать не свой товар, а транзитный. Это гораздо сложнее, да и в основе своей принципиально отличается от вышеупомянутой деятельности. Здесь важно показать востребованность той или иной функции для создания полного цикла обработки транзитного груза.



Мировая практика показывает, что эффективное управление логистикой позволяет сократить время с момента заказа товара у поставщика до момента поступления на склад клиента, существенно уменьшить запасы сырья и материалов на складах, оперативно получать информацию о местонахождении товара и повысить уровень логистического сервиса. Используя современные подходы к управлению материальными потоками, можно снизить совокупные логистические затраты на 15–20 %. Доказано, что сокращение логистических издержек на 1 % эквивалентно увеличению объема продаж на 10 %. Поэтому одна из первоочередных задач – добиться снижения затрат в конечной стоимости продукции. В Беларуси этот показатель стабильно высокий, порой он достигает 35 %, но в среднем составляет 20–25 % (для сравнения, в Китае – 14 %, в США и Канаде – 10 %, в странах ЕС – 11 %, что соответствует среднемировым данным). Экономика Беларуси характеризуется недостаточным использованием логистических активностей, о чем свидетельствуют данные обзора индекса эффективности логистики LPI. Методику оценки уровня развития логистики в различных странах разработал Всемирный банк совместно с университетом г. Турку (Финляндия). LPI измеряет удобство логистических систем по всей цепи поставок услуг в стране и дает оценку с двух позиций: национальной и международной. Данное исследование проводится раз в два года с 2007 г.

Индекс эффективности логистики – это оценка страны по 6 компонентам:

- качество и компетентность логистических услуг;
- эффективность таможенного и пограничного оформления;
- простота организации международных поставок товаров;
- соблюдение сроков поставок грузов;
- качество торговой и транспортной инфраструктуры;
- отслеживание прохождения грузов.

Международный показатель индекса выставляют торговые партнеры – эксперты в области логистики, ведущие деятельность за пределами страны, а национальный основан на мнении специалистов, работающих в ней. Оценка дается по шкале от 1 до 5 баллов. Согласно полученным данным, в 2007–2014 гг. в первую десятку входят страны с наиболее развитыми логистическими системами, в том числе Германия, Нидерланды, Сингапур, Бельгия, Великобритания, Гонконг и Япония.

В 2014 г. в исследовании приняли участие 160 стран. На основании представленных данных видно, что, несмотря на повышение показателя LPI, рейтинг Беларуси ухудшается (74-е место в 2007 г. и 99-е – в 2014). С 2012 по 2014 г. по трем параметрам (качество торговой и транспортной инфраструктуры, качество и компетентность логистических услуг и отслеживание прохождения грузов) наблюдается снижение показателей по субиндексам. Причем последний характеризуется постоянной отрицательной динамикой. Схожая ситуация и в странах Таможенного союза[3].

Из приведенных данных становится ясно, что по развитию логистики мы серьезно отстаем от ведущих стран. Поэтому назрела острая необходимость реструктуризовать логистическую систему Беларуси и стран Таможенного Союза, превратить ее в современную, динамичную, интегрированную с европейскими и другими государствами.

Почему же, несмотря на то, что в последние годы реализуется много мероприятий по развитию логистики у нас в стране, эффективность логистической системы остается на низком уровне? Это обусловлено большим количеством проблем, с которыми сталкивается отрасль, начиная непониманием самого термина и заканчивая отсутствием законодательной базы в этой сфере.

Временами в Беларуси можно заметить путаницу в определениях. Даже сами специалисты в области логистики не всегда правильно оперируют специальными терминами. Например, у нас слова «логист» и «экспедитор» практически уравниваются. Немудрено, ведь с транспортной логистики отрасль и начиналась. Хотя между логистикой в широком понимании и экспедированием грузов — целая пропасть.

Точно так же у нас в последнее время путают понятия «склад» и «логистический центр». Замечая такую тенденцию: если площадь поменьше (например, до 2 000 кв. м), то объект по старинке называют «складом». А если площадь больше, то и пафоса больше: объект величают или «складской комплекс», или «логистический центр». Хотя спектр услуг от этого не расширяется: преимущественно только хранение груза и погрузочные работы.

Но что же должен включать в себя транспортно-логистический центр (если это не просто склад)? Одновременно транспортно-логистический центр должен оказывать складские, транспортные, экспедиторские, информационные, финансовые, таможенные, страховые услуги. Признаком хорошего тона ещё и в том, чтобы данный объект включал в себя торгово-деловой, административный и выставочный центры.

Есть ли такие объекты в Республике Беларусь? И да, и нет. Пока они скорее в планах, чем в реальности. Хотя стоит отметить один нюанс: едва ли можно говорить, что игра на рынке логистики уже сейчас идёт вовсю. Игроки-то ещё не разыгрались, не выложили козыри. Запуск большинства объектов запланирован на ближайшее время. Например, литовцы в третьем квартале этого года планируют сдать административно-складской комплекс в деревне Большой Тростенец. Если оценить литовский подход в целом, то можно надеяться, что будет неплохо. Центр «БелВингесЛогистик» расположился вблизи посёлка Раков. С

ним ещё много вопросов, но их сайт уже гордо заявляет, что компания предлагает транспортно-экспедиционные, складские, таможенные, консалтинговые услуги, кросс-докинг и пр. Не отстает и БЖД. «Чыгуначнік» скооперировались с чешской компанией и планируют построить логистические центры под Брестом, Витебском, Оршей.

Хотя в настоящий момент только одна компания в Беларуси позиционирует себя как полноценный 3-PL провайдер. Это логистический центр «24». Это значит, что компания готова взять на себя ВСЁ, что связано с логистическими процессами. Это не может не радовать.

Возникает попутный вопрос: а есть ли шанс, что в РБ появится хоть одна 4-PL компания? Что-то мне подсказывает, что до этого пока далеко. Ведь разница между 3-pl и 4-pl заключается в том, что первый сам занимается всеми процессами, а второй лишь консультирует, оставаясь не вовлечённым и беспристрастным. Это уже принципиально иной уровень развития рынка. Консультанты нужны тогда, когда есть из чего выбирать.

Экономика в последние годы интенсивно развивается и рынок предъявляет все новые требования. Поэтому традиционный подход к управлению предприятием (когда спрос превышает предложение) в нынешней ситуации не дает ожидаемых результатов. Руководители, которые во главу угла ставят продажи и все силы и средства направляют на совершенствование работы соответствующего отдела, а логистику отодвигают на второй план, рискуют оказаться в аутсайдерах.

Глобализация рынка, доступность Интернета, изобилие производителей, особенно товаров массового спроса, высокая конкуренция привели к тому, что на первое место вышел потребитель. Условия на рынке диктует покупатель. И для него важно не только соотношение цены и качества, но и доступность товара в данный момент. Многие компании в борьбе за своего потребителя используют лозунг «Любой ценой выполнить заказ клиента», не всегда считая, во что это им обходится. В результате они теряют больше, чем зарабатывают. Если учесть, что прибыли существенно убавились по сравнению с тем, что было несколько лет назад, то вопрос снижения издержек становится очень актуальным.

Поэтому ведущие мировые компании уже давно применяют логистический подход. Принципиальное отличие его от традиционного состоит в том, что деятельность предприятия рассматривается как интегрированное управление сквозным материальным потоком с целью сокращения и оптимизации затрат. Это направление взаимосвязано с другими, такими как маркетинг, планирование производства, работа с финансами. Зачастую между ними и рациональной организацией совокупного материального потока предприятия может возникать конфликт. Логистический подход предполагает выделение специальной службы на основе объединения отдельных участков товаропроводящей цепи в единую систему (с момента формирования договорных отношений с поставщиком до момента доставки готовой продукции покупателю), способную управлять материальными и информационными потоками предприятия, своевременно и адекватно реагировать на изменения внешней и внутренней среды. Причем интеграция должна охватывать все звенья: технологию, методы планирования и контроля деятельности. Данный подход позволяет проанализировать процессы в логистической цепи и устранить дублирующиеся функции и операции, перераспределить товарные потоки для оптимизации затрат в системе, что на выходе дает сокращение совокупных логистических издержек.

К другим проблемам организации логистического управления на предприятии относятся: отсутствие специалистов по логистике с необходимым опытом работы, авторитетом, непонимание высшим руководством целей и потенциала логистического управления.

Специалисты по логистике должны обладать системным мышлением и иметь представление о ресурсах предприятия. Для эффективного решения логистических задач специалист по логистике должен: иметь доступ ко всем видам и уровням информации; располагать официальными полномочиями своей должности в иерархии управления предприятием, что позволит ему принимать решения, в том числе кадровые; подчиняться напрямую одному из заместителей генерального директора или непосредственно генеральному директору, чтобы иметь относительную независимость от руководителей других функциональных подразделений предприятия; обладать высоким личностным и профессиональным авторитетом; быть хорошим менеджером.

При внедрении логистического управления на предприятии возникают трудности, связанные с сопротивлением как рядовых сотрудников функциональных подразделений, так и их руководителей. До сих пор у нас многие руководители предприятий под логистикой понимают только контроль работы транспорта и склада, процесса закупки, и лишь немногие воспринимают ее как систему управления материальными потоками и затратами. Кстати сказать, их компаниям удастся достаточно эффективно организовать логистические процессы и получить реальное снижение издержек. Основная масса директоров видит только последствия отсутствия логистической системы: большие запасы товаров на складах и одновременный дефицит по востребованным позициям, недостаток оборотных средств, потерю клиентов, высокие транспортные затраты и расходы по оплате труда. Однако даже задумываясь о причинах этих проблем, они не считают необходимым пересмотреть свое отношение к логистике.

Развитие логистики на предприятии требует серьезного подхода к мотивации персонала. Мотивация является необходимым условием успешного формирования и развития логистической системы. Большинство людей не любят изменений, так как для их осуществления требуются большие усилия, отказ от старых и привычных приемов; овладение новой квалификацией, изучение новых способов действий, отработка незнакомых ранее процедур, формирование новых отношений. Сотрудники функциональных подразделений сопротивляются изменениям, которые лишают их чувства собственной безопасности, например, когда они не ориентируются в направленности изменений; вынуждены принимать риск на себя; опасаются оказаться в результате изменений ненужными; считают, что не справятся с новыми обязанностями; не способны и (или) не желают обучаться новым навыкам и новому поведению.

В настоящее время не все предприятия пришли к пониманию необходимости использования логистики в производственно-торговой деятельности. Это объясняется изменчивым экономическим климатом, нацеливающим на получение сиюминутной прибыли. Кроме того, иногда трудно выделить отдачу от инвестиций в логистику. Проблема слабой подготовки специалистов в области логистики (особенно высшего управленческого звена) также препятствует развитию внедрению логистических методов. В условиях финансового кризиса значительно возрастает значение логистики как инструмента снижения затрат и увеличения эффективности производства и распределения товаров между участниками товародвижения.

Использование логистики на предприятии должно быть продиктовано необходимостью повышения слаженности работы всех его подразделений и всего предприятия в целом, в том числе по отношению к внешней среде. Обеспечить эффективную работу производственного предприятия можно путём увеличения надёжности поставок сырья и материалов за счёт: улучшения взаимодействия с поставщиками; повышения точности производственных планов за счёт их увязки с потребностями покупателей; использования "тянущей" логистической концепции организации производства (Канбан); обеспечения высокого уровня логистического обслуживания при отгрузке и отправке готовой продукции покупателям.

Создание на предприятии логистической системы – это только первые шаги по снижению затрат. Это локальные мероприятия, реализация которых, конечно же, повышает конкурентоспособность компании на внутреннем рынке, но не дает преимуществ при выходе на внешний.

При традиционном варианте управления материальным потоком на предприятии отсутствует системность управления. Так, связи между логистическими операциями, соответствующими разным функциональным областям, четко не определены, зачастую устанавливаются не целенаправленно, а случайно. Отсутствует организация, объединение логистических операций в единую общую для предприятия функцию управления материальным потоком, также отсутствует носитель этой функции, который должен ее реализовывать. В результате нет, как таковой, оптимизации сквозного материального потока в рамках предприятия и соответствующего экономического эффекта, т.е. у традиционной системы организации управления материальным потоком отсутствуют интегративные свойства. Поскольку логистические функции тесно переплетаются с другими видами деятельности на предприятии, это часто приводит к распределению логистических функций по разным службам (маркетинг, снабжение, сбыт, складское хозяйство, производство и т.д.). При этом непосредственные цели этих служб могут не совпадать с целью рациональной организации сквозного материального потока на предприятии в целом. Поэтому для эффективного решения логистических задач необходимо создание отдельного подразделения – логистической службы, которая будет реализовывать следующие основные задачи.

К основным задачам логистической службы относятся:

1. Развитие, формирование, реорганизация ЛС.
2. Разработка и реализация логистической стратегии предприятия.
3. Внутренняя и внешняя логистическая интеграция: а) формирование взаимодействий, гармоничных и продуктивных рабочих отношений между сотрудниками различных функциональных подразделений, которые обеспечивали бы достижение цели логистической системы, организация их совместной работы; б) координация деятельности в функциональных областях логистики на предприятии и в логистических центрах.
4. Управление материальными и сопутствующими потоками, начиная от формирования договорных отношений с поставщиком и заканчивая доставкой покупателю готовой продукции.
5. Логистический реинжиниринг.

В принципе, для построения организационной структуры логистического управления на предприятии можно использовать одну из типовых структур управления: линейную, функциональную, матричную, дивизиональную и др. В действительности, существуют самые разнообразные варианты организации службы логистики на предприятии, зависящие от масштабов и специфики деятельности конкретных компаний (ассортимент продукции, техническая сложность, уровень затрат на функциональные области логистики и др.), от степени достигнутой на предприятии внутренней логистической интеграции, от рыночной среды. Они различаются уровнем внутренней интеграции на предприятии, степенью централизации логистическо-

го управления, организационной структурой самой службы логистики, распределением и характером полномочий между ней и другими подразделениями и др.

По аналогии с историческими этапами развития логистики по уровню охвата логистическим управлением различных сфер деятельности предприятий, эволюция логистических структур на предприятиях проходит также следующие три стадии.

На первой стадии основные функции логистики – доставка продукции предприятия в розничную сеть. На этой стадии логистические функции расплывлены между различными подразделениями, но появляются тенденции к объединению логистических функций в организационные подсистемы.

На второй стадии к доставке продукции в розничную сеть добавляются и другие: организация хранения на складах, оптимизация запасов, обслуживание клиентуры и т.д. Логистические функции не только расширяются, но и объединяются большинство логистические операции, и создаются системы доставки товаров по заказам клиента.

На третьей стадии происходит полное объединение всех логистических операций на предприятии. В набор логистических задач включаются построение логистических систем, участие в планировании производства и прогнозировании продаж; организация закупок материальных ресурсов для предприятия, организация поставок товаров за рубеж и др.

Одним из подходов к организации работы службы логистики является межфункциональная командная работа, в процессе которой специалисты различных функциональных подразделений предприятия коллективно работают над решением общих логистических задач предприятия или логистического центра.

Любая логистическая система функционирует в условиях постоянных изменений как внешней среды (рынки, экономические условия, конкуренты, технологии и т.д.), так и внутри логистической системы (сотрудники, цели деятельности, продукты, планы, процессы, затраты, заказчики, поставщики и т.д.). Изменения – это нормальная часть бизнеса, и если организация не будет на них адекватно реагировать, то неизбежно отстанет от более динамичных конкурентов. Неслучайно к трем важным качествам логистики относятся отсутствие «жира» («тощая» логистика), интегрированность и динамизм. К сожалению, переход к новому способу организации работы зачастую сложен и может проходить в несколько этапов:

Отрицание сотрудниками необходимости перемен как таковых. Защита. Сотрудники оправдывают существующие подходы к решению проблем и критикуют предлагаемые новые. Начало перехода от старых способов к новым. Адаптация. Использование новых способов и признание их выгодности. Полная реализация предложенных усовершенствований и уверенность в их эффективности.

Одна из важных характеристик изменений – темпы их осуществления. Различают два основных подхода к управлению изменениями.

1. Непрерывное совершенствование, представляет собой поток относительно небольших изменений, которые предприятие может принять без крупных для себя потрясений. При этом существенно снижается риск, так как от неудачных нововведений легко отказаться и вернуться к прежнему варианту.

2. Реинжиниринг бизнес-процессов – фундаментальное изменение мышления и радикальное переосмысление бизнес-процессов, позволяющее добиться значительного улучшения важных показателей деятельности: затрат, качества, уровня обслуживания и скорости реагирования. Идея реинжиниринга состоит в том, что организация не ищет возможностей для совершенствования текущих операций, а начинает создавать новый процесс с самого начала.

Осуществление логистической деятельности тесно переплетается с другими видами деятельности на предприятии. Зачастую логистическая функция «растаскивается» по различным службам: одно подразделение производственного предприятия занимается закупками материалов, другое – содержанием запасов, третье – сбытом готовой продукции. При этом цели подразделений могут не совпадать с целями рациональной организации совокупного материального потока, проходящего через предприятие.

Наиболее тесно логистика взаимодействует с маркетингом. По целям и решаемым задачам логистика и маркетинг в сущности представляют собой части единого процесса удовлетворения потребностей потребителей. Маркетинг и логистика представляют самостоятельные, тесно взаимосвязанные направления производственно-хозяйственной деятельности. Предприниматели могут использовать для управления предприятием независимо друг от друга концепции маркетинга и логистики. В то же время наилучший результат можно получить при умелом использовании обеих концепций одновременно. Сущность маркетинга заключается в управлении производством, продвижении на рынок и выгодной реализации продукции, ориентированной на существующий спрос.

Одна из важнейших функций логистики связана с организацией материально-технического обеспечения потребителей. Требования потребителей заключаются не только в удовлетворении потребности производства в сырье, материалах и изделиях высокого качества, но и точно в срок, по выгодным ценам на услуги логистического характера при минимальном уровне совокупных затрат. Чтобы в полной мере выполнить эти требования и удовлетворить мотивации потребителей, необходима активная маркетинговая деятельность.

Развитие мировой экономики способствовало созданию новой современной концепции управления цепями поставок, что позволило получить дополнительный эффект от логистики. Она основывается на том, что организация может достичь наилучших результатов не в конкурентной борьбе со своими поставщиками и клиентами, а благодаря совместным партнерским усилиям по достижению конкурентных преимуществ конечного в цепи поставок продукта. Данный принцип кардинально меняет философию управления экономическими системами: между собой соперничают не отдельные компании, а цепи поставок, в состав которых входят все предприятия, участвующие в создании конкретного конечного продукта, ведущие деятельность не только внутри страны, но и за ее пределами, что приводит к формированию глобальной логистики.

Эффективность функционирования логистических систем и цепей поставок с точки зрения логистики может оцениваться по-разному. В первую очередь, это динамичное снижение затрат в каналах распределения за счет оптимизации запасов, транспортных, складских, управленческих расходов, применения современных разработок, технологий контроля и мониторинга состояния системы, а также внедрения более гибких стратегий (технологий) перераспределения логистических функций (доведения товара, маркировки, перемещения части подготовительных операций, использования общих складов, выбора посредников и др.).

Таким образом, речь идет об эффективности как оценке оптимизации логистических процессов. Этот подход позволяет упорядочить движение сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, снизить издержки на обслуживание потока, повысить способность цепи обеспечивать своевременную поставку готового продукта конечному потребителю.

Стратегия совершенствования управления рассматривает конечного потребителя как звено в цепи поставок, вовлекает его в бизнес-процессы и позволяет контролировать взаимоотношения с ним. Первым шагом к оптимизации интегрированного потока становится заключение устойчивых хозяйственных связей между участниками товародвижения, когда появляется реальная возможность применять согласованные технологии переработки грузов благодаря прозрачности внутренних систем учета издержек и информации. Такой системный подход позволил экономически развитым странам вывести логистику на более высокий уровень.

Анализ белорусского рынка показал, что большинство компаний, инвестировавших в белорусскую логистику, строят недвижимостью и не приводят за собой логистических операторов, а настроены на дальнейшую продажу или сдачу складов в аренду. К сожалению, в результате возникает ситуация, когда склады не востребованы логистическим оператором, поскольку не подходят по отдельным техническим параметрам для работы с тем или иным товаром.

Программой до 2015 года предусмотрено строительство в Беларуси логистических центров на 36-ти участках. В реализацию программы вложено 3,146 трлн рублей, в том числе 75 % инвестировано в Минской области. Здесь же расположено 11 из 15-ти действующих логистических центров. При этом только три центра РУП "Белтаможсервис", ОАО "Белмагистральавтотранс" и "БТЛЦ" Белорусской железной дороги оказывают весь спектр услуг, в том числе – таможенных.

Насколько экономически оправдана реализация этой программы в экономических условиях, которые сложились в республике на данный момент? Начнем с того, что за период, прошедший после принятия правительственной программы падение белорусского рубля происходило дважды. За это время разразился мировой экономический кризис и сейчас в самом разгаре отечественный валютный кризис. Поэтому столь масштабное строительство может стать неподъемной ношей для госбюджета. Ориентация же в подобных проектах на значительный приток инвестиций, при нынешней инвестиционной привлекательности нашей экономики, по большей мере рискованна. В данной ситуации велика вероятность, что многие логистические центры, строительство которых уже начато, могут превратиться в долгострой.

Справедливости ради напомним, что тех, кто будет строить такие центры, освободят от налога на прибыль в течение пяти лет. По утверждению представителей исполнительной власти в Беларуси выполняется 23 инвестиционных проекта по строительству логистических центров на 22 из 50-ти участков, определенных программой.

Выстраивать логистику в стране – это не вопрос государства, это вопрос компаний. Тут важно не мешать. Чем меньше государство будет навязывать и контролировать эти процессы, тем более эффективно будет логистика развиваться. В последнее время возникла странная ситуация. Все мы отчитываемся, причем каждое ведомство и ассоциация – за разные вещи: к примеру, за количество квадратных метров, введенных в эксплуатацию. А на деле это просто банальный склад. Но мы подменили первый и главный посыл – использовать наш транзитный потенциал и обеспечить транзитную привлекательность. Мы увлеклись строительством складов, отчетами.

На многих государственных предприятиях Беларуси (а доля госсобственности в стране по-прежнему велика) до сих пор вообще не понимают, зачем отдавать на аутсорсинг доставку товара, когда есть свои склады и транспорт. Более того, многие из них переименовывают свои «отделы снабжения» в «отделы по логистике», начинают обновление складских площадей, строят терминалы. При этом о комплексной логистике речь не идет. Между тем, европейская статистика говорит, что использование услуг транспортно-

логистических центров увеличивает эффективность логистики на 30-35 %. В России и Украине этот показатель доходит до 15 %, а в Беларуси никто таких подсчетов даже не вел.

Таким образом, для повышения эффективности логистического сектора необходимо начать построение современных логистических систем в компаниях, усиливая влияние логистики на их деятельность. Основная проблема белорусской экономики заключается в том, что она очень медленно реагирует на мировые тенденции в сфере логистики. Отрасль развивается хаотично, в немалой степени инерционно. Многие директора понимают, какие преимущества дает комплексное управление логистикой, но, привыкнув к определенному рабочему порядку, не спешат передавать руководителям логистических подразделений дополнительные компетенции и оптимизировать логистические процессы своего предприятия. Большинство начальников складов, к сожалению, по уровню знаний не опережают старшего кладовщика. В связи с интенсификацией интеграционных процессов специалисты в области логистики должны постоянно совершенствовать свои умения. Ключевая функция любого руководителя логистического подразделения, от директора до линейного менеджера, – управление материальным потоком. И пока компании не начнут принимать действия по созданию логистической системы, а не обособленных подразделений, говорить о построении цепей поставок преждевременно.

Исходя из сказанного, выделим первоочередные задачи предприятий:

- развивать навыки и расширять компетенции руководителей логистических подразделений;
- применять логистический подход в управлении;
- активно участвовать в создании логистической системы предприятия;
- совершенствовать процессы в цепях поставок.

Применение системного подхода к созданию эффективного современного логистического механизма приведет к оптимизации складских запасов и высвобождению замороженных финансовых ресурсов, снижению конечной стоимости продукта за счет сокращения совокупных логистических затрат, повышению качества сервиса и конкурентоспособности предприятия. В конечном итоге все это благоприятно отразится на состоянии реального сектора экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Логистика. Практикум : учеб. пособие / И. И. Полещук [и др.]; под ред. И. И. Полещук. – 2-е изд. – Минск : БГЭУ, 2014. – 362 с.
2. Маргунова, В. И. Логистика: – ответы на экзаменационные вопросы / В. И. Маргунова. – Минск : «ТетраСистемс», 2012. – 94 с.
3. Транспорт и логистика Республики Беларусь 2012. – 12 с.

## **ТРИАДЫ ОСНОВНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ**

**Н.В. Немогай,**

канд. техн. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

В настоящее время логистика и управление цепочками поставок (УЦП) как наука об управлении материальными и сопутствующими (финансовыми, информационными и другими) потоками приобретает новые черты, свойственные развитию конкурентного постиндустриального общества [1-3]. Речь в первую очередь идёт о парадигмах, связанных с идеологией управления логистическими цепочками и формирования основных взаимоотношений взаимодействия партнёров, способствующих ускоренному продвижению потоков по всей цепочки снабжения, материального производства и реализации готовой продукции. В этих условиях значительное влияние отечественными специалистами должно уделяться совершенствованию взглядов на области теоретической логистики и логистических парадигм. Они должны отходить от классических, статических и линейных представлений о функционировании систем товарно-ресурсного обеспечения [4,5]. Парадигма (от греч. пример, образец, модель) – совокупность фундаментальных научных установок (представлений, терминов) принимаемая (разделяемая) большинством членов научных сообществ и обеспечивающая преемственность развития науки.

Целью настоящей работы является установление взаимосвязи и взаимовлияния теоретических логистических парадигм.

Выполненный анализ передовых отечественных и зарубежных теоретических и логистических подходов свидетельствует о существенном влиянии на методологию логистики и УЦП экономических парадигм,

представляемых в виде триад. Под триадами понимается единство, образуемое тремя взаимосвязанными частями (рисунк 1).

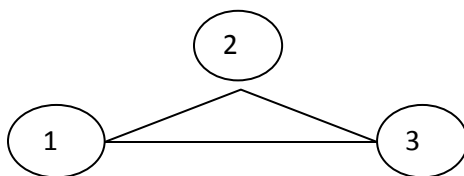


Рис. 1. Модель триады

Исследованием установлено что к таким триадам в области логистики и УЦП могут быть отнесены следующее: А) цена – объем продаж – рентабельность; Б) время-запасы-информация; В) Сетевая структура – бизнес процессы – компоненты управления; Г) три стороны логистики предприятия ; Д) интеграция – координация – оптимизация; Е) нелинейность – когерентность – открытость;

Рассмотрим взаимосвязь и взаимозависимость указанных триад.

А) триада: цена – объем продаж – рентабельность

Конкурентноспособность предприятия как участника цепочки поставок достигается различными способами, одним из которых являются низкие издержки, в том числе логистические. Вопросы минимизации логистических издержек представляют собой особую сложность по сравнению с другими видами затрат. Все предпринимаемые предприятием направления по снижению расходов должны быть тщательно рассмотрены с учетом их влияния на текущие обороты и стратегию. Однако необходимо учитывать, что традиционный бухгалтерский учет основывается на том, что расходы на производство должны быть заложены в стоимость продукции. [3] Так как расходы на логистику (которые характеризуются большим разбросом единичных расходов) не являются необходимыми для собственно производства, их обычно не учитывают в окончательной стоимости продукции, поэтому используют постоянную цену продаж и изменяющейся (в условиях конкурентного уменьшения объема продаж) единичные расходы, производство в определенные периоды начинает приносить убытки (рис.2)



Рис. 2. Модель триады : цена – объем продаж – рентабельность

Предприятия при снижении прибыльности, повышают цены. Это, как правило приводит к снижению спроса (объема продаж), а затем соответственно и прибыли. Возникающая ситуация, которую можно назвать « триада гибели», проявляется тем сильнее, чем больше доля единичных расходов входит в постоянные расходы.

Б) Триада: время-запасы-информация (рис. 3)



Рис. 3. Модель триады: время-запасы-информация

В современной логистике время становится одним из критических, информационно зависимых факторов конкурентоспособности, во многом определяющих объемы запасов в логистических цепочках [6,7]. Взаимосвязь информационных и материальных ресурсов и времени можно представить в виде триады, в которой два элемента «время» и «запасы» разрешается с помощью элемента информации. Дефицит операционного времени, приводящий к ошибочному созданию избыточных материальных запасов, может быть ликвидирован путем использования информационных ресурсов. Напротив, при информационной неопределенности для обеспечения необходимой надежности логистических цепочках, требуется создание больших материальных запасов либо серьезное резервирование времени.

В) Триада : сетевая структура – бизнес-процессы – компоненты управления.

В основе концепции SCM лежит ее общая модель в виде триады включающей следующие элементы (рис. 4): 1 – структура цепочек поставок; 2 – бизнес-процессы, происходящие в цепочках поставок; 3 – компоненты управления цепочками поставок.



Рис. 4. Модель триады: сетевая структура – бизнес-процессы – компоненты управления

Ключевым элементом модели, определяющим сущность SCM, является структура цепочек поставок, то есть сеть членов цепочек поставок и связей между ними. Отличием предлагаемой модели является то, что все члены цепочек поставок (центральная компания – ЦК, а также поставщики, посредники и потребители) рассматриваются как открытые системы. Одним из ключевых элементов управления цепочками поставок – четкое знание и понимание того, как осуществляется конфигурирование (построение) сетевой структуры цепочек поставок. Тремя базовыми аспектами сетевой структуры компании являются: 1) участники цепочек поставок; 2) структурные координаты сети; 3) различные типы связей между процессами внутри цепочек поставок. Это оказывает существенное влияние на структурные координаты (размерности) сети, а так же различные типы связей между процессами внутри цепочек поставок.

Бизнес-процессы – это виды деятельности, предоставляющие потребителям конкретную ценность:

- 1) взаимоотношениями с потребителями;
- 2) обслуживанием потребителей;
- 3) спросом;
- 4) выполнением заказов;
- 5) производственным потоком;
- 6) снабжением;
- 7) разработкой продукции и доведением ее до коммерческого использования;
- 8) возвратными потоками.

Компоненты управления – это управленческие переменные, при помощи которых бизнес-процессы интегрируются и управляются в пределах всех цепочек поставок.

Базовая идея, лежащая в их основе, заключается в том, что некоторые компоненты управления являются общими для всех бизнес-процессов и участников цепочек поставок. Мы полагаем, что именно эти общие компоненты являются критически важными для успеха при реализации SCM, поскольку именно они главным образом и определяют, как интегрируется и управляется каждая связь процесса. Уровень интегрирования связей бизнес-процессов и управления ими зависит от числа компонентов, добавляемых к каждой связи, и степени их активизации, которая может варьировать от низкой до высокой. Каждый компонент может иметь несколько субкомпонентов, важность которых варьирует в зависимости от управляемого процесса. В качестве первичных компонентов можно выделить:

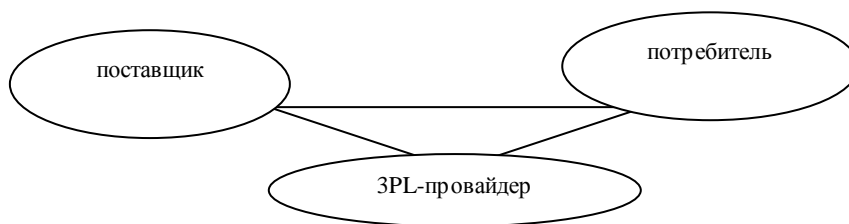
- методы планирования и контроля;
- инфраструктура потоков и видов деятельности, связанных с работой;
- организационная структура;
- инфраструктура коммуникационного и информационного потока;
- инфраструктура потока продукции;
- методы управления;
- структура распределения полномочий и лидерства;
- распределение рисков и вознаграждений;
- культура и отношения.

Более подробно данная триада рассмотрена нами в [4].

Г) Триада: три стороны логистики предприятия.

Используемые в цепочках поставок партнеры и контрагенты образуют «три стороны» в логистике центральной компании (рис. 5.)





**Рис. 5.** Модель триады: поставщики – потребители – 3PL-провайдер

Предприятие, которое формирует логистическую систему называют центральной (фокусной) компанией (ЦК) или хозяином логистического процесса. Указанные три стороны (триада) следующие: 1- поставщики, 2-потребители, 3- 3PL-провайдеры.

Для обозначения логистического посредника в зарубежной практике применяется специальный термин « Third Party Logistics: 3PL – третья сторона в логистике». В отечественной практике их называют логистическими операторами или провайдерами комплексных логистических услуг (3PL-провайдеры). В подавляющем большинстве любой представитель «трех сторон» в логистике является хозяйствующим субъектом рыночных отношений, имеющим как правило, юридическую самостоятельность.

Д) Триада: интеграция – координация – оптимизация.

Ведущие ученые и специалисты связывают развитие логистики и появление концепции УПЦ с интегральной парадигмой, сущность которой состоит в реализации триады : интеграция – координация – SC-оптимизация.



**Рис. 6.** Модель триады: интеграция – координация – SC-оптимизация

Термин «интеграция» в общепринятом смысле определяется как состояние (связанности отдельных частей в целое), так и процесс (направленный на достижение целостности представлений о сложной системе). Интеграция – чрезвычайно емкий и часто используемый сегодня термин. Интегрированная логистика, интегрированные информационные системы/технологии, интегрированное планирование, интегральный показатель логистического сервиса – вот далеко не полный перечень устойчивых словосочетаний, используемых в настоящее время в логистике и УЦП [6,7].

Координация – согласование, соподчинение, приведение в соответствие (понятий, действий, функций и т.д.). Координация – одна из важнейших функций управления (менеджмента), направленная на обеспечение совместных согласованных действий для достижения общей цели. Координация действий всех функциональных областей логистики, между которыми существует тесная взаимосвязь, которая является важнейшим фактором ее эффективности. Не вызывает сомнений что для этого должна реализовываться полная согласованность (координация) функционирования всех областей логистики.

SC-оптимизация – это в первую очередь оптимизация в цепочках поставок между всеми контрагентами, направленная на повышение эффективности всей цепочки поставок [8-10].

Е) Триада: нелинейность – когерентность – открытость

Исходя из принципов синергетики современная логистика и SCM базируется на триаде: нелинейность – когерентность – открытость (рис. 7).



**Рис. 7.** Модель триады: нелинейность – когерентность – открытость

Нелинейность в логистике, связанная с динамикой структур цепочек поставок, предполагает переход от аналитических представлений (анализ – декомпозиция) к развитию на основе последовательного синтеза новых, более эффективных и адекватных рынку бизнес-структур. В рамках новой, нелинейной парадигмы логистику можно рассматривать как науку о синтезе систем управления перемещением и преобразованием ресурсов в экономике. Практически это направление сегодня развивается как концепция непрерывного реинжиниринга бизнес-процессов и связано с пониманием того, что оперативный и даже тактический выигрыши могут обернуться глобальным стратегическим проигрышем.

Когерентность (в разрезе согласованного взаимодействия и кооперации контрагентов в цепочках поставок) является ключевым понятием в современной логистике и SCM. Межорганизационная координация в цепочке поставок приходит на смену логистической координации между структурными подразделениями компании, на первый план выходит не наличие собственных ресурсов развития предприятия, а способность организовать, задействовать доступные внешние ресурсы в рамках взаимовыгодного сотрудничества предприятий в цепочке поставок. Важнейшей становится способность превращать различия контрагентов цепочке поставок не в противоречия и противоборство, а в конкурентные преимущества. В этих условиях возрастающие транзакционные затраты компенсируются синергическим эффектом, то есть возникающим в результате согласованного взаимодействия всех элементов логистической системы (цепочке поставок). Проявление этого эффекта выражается, например, в существенном сокращении времени цикла выполнения заказа клиента и широком использовании логистического аутсорсинга.

В настоящее время более явно обозначился переход от закрытых к открытым системам в экономике [5, 10]. Типичное проявление этого перехода – активное внедрение в практику управления бизнесом клиент-ориентированных технологий, в частности, благодаря информационным системам CRM-класса, и интернет-технологий электронной коммерции. Открытость интернет-ориентированного бизнеса очевидна в силу использования внешних информационных, интеллектуальных, распределительных, организационных и других ресурсов. Новые интернет-технологии – от электронного фрахта до виртуальных цепочек поставок – явное проявление конструктивной идеологии открытости для современной логистики и SCM.

Выполненные исследования позволяют свидетельствовать, что современная логистика и SCM основаны на методическом фундаменте обширного комплекса знаний и навыков в различных областях, таких, как макро- и микроэкономика, общий, стратегический, финансовый, производственный/операционный, инвестиционный и инновационный менеджмент, управление проектами, управление рисками, маркетинг, управление продажами, финансовый, управленческий и бухгалтерский учет, информационные системы и технологии, а также системный анализ, общая теория управления, экономическая кибернетика, методы исследования операций, экономико-математические и оптимизационные методы и модели. Современному логисту требуются фундаментальные, экономические и управленческие знания, а также возможность постоянного самообразования. Высококвалифицированный логист должен обладать широкой эрудицией в смежных областях знаний и функционале менеджмента компании, что позволит ему принимать оптимальные управленческие решения.

#### **Список использованных источников**

1. Логистика : учебник / В.В. Дыбская [и др.]. – М. Эксмо, 2011. – 944 с. – (Полный курс MBA).
2. Иванов, Д. А. Логистика. Стратегическая кооперация / Д. А. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 326 с.
3. Моисеева, Н. К. Экономические основы логистики : учебник / Н. К. Моисеева. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 528 с.
4. Немогай, Н. В. Логистика. Управление цепочками поставок: ответы на экзаменационные вопросы / Н. В. Немогай. – Минск : Тетралит, 2013. – 224 с.
5. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие: / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, – Минск : ИВЦ Минфина, 2013. – 464 с.
6. Управление цепями поставок : Справочник издательства Gower / под ред. Дж. Гатторны (ред. Р. Огулин, М. Рейнольдс); пер. с 5-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2010. – XXXIV. – 670 с.
7. Сток, Д. Р. Стратегическое управление логистикой / Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 520 с.
8. Сергеев, В. И. Логистика в бизнесе : учебник / В. И. Сергеев. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 274 с.
9. Сергеев, В. И. Логистика. Информационные системы и технологии / В. И. Сергеев, М. Н. Григорьев. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 293 с.
10. Сергеев В. И. Управление цепями поставок : учебник / В. И. Сергеев. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 479 с.

## СООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ УСЛОВНО-ПОСТОЯННЫМИ И УСЛОВНО-ПЕРЕМЕННЫМИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАСЛО-ЖИРОВОЙ ОТРАСЛИ

А.М. Сумец,

канд. техн. наук, доцент

*Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства  
имени Петра Василенка, г. Харьков, Украина*

Масложировая отрасль для Украины сегодня играет ключевую роль в наполнении бюджета страны [2, 3, 13]. Так, за прошедшие три года ежегодно продавалось масложировой продукции на сумму более 30 млрд грн, что равняется 17 % от общего объема реализации пищевых продуктов, напитков и табачных изделий, 4,5 % от общего объема реализованной продукции перерабатывающей промышленности и 3,1 % от общего объема реализованной промышленной продукции в Украине [2, с. 50].

Представленная статистика доказывает значимость масложировой отрасли для Украины. Потому в нынешних довольно-таки неблагоприятных экономических условиях и существующих проблемах логистической деятельности [11], возникает задача поиска действенных мероприятий, которые позволят повысить конкурентоспособность предприятий, как на внешнем, так и внутреннем рынках.

Сегодня масложировая отрасль Украины в сегменте производства растительных масел представлена большими маслоэкстракционными заводами и значительным количеством специализированных предприятий, а также цехами по переработке масленичных культур на сельскохозяйственных предприятиях и в фермерских хозяйствах. Следует указать, что доля производства растительных масел малыми предприятиями составляют не более 2–5 % от общего объема ее производства в Украине, который на протяжении многих лет рос (табл. 1). Основными же переработчиками масленичных семян в продукцию, которая поставляется на внутренний и внешний рынки, по данным информационно-аналитического бюллетеня масложировой отрасли Украины [4–10], остаются большие специализированные предприятия различного юридического статуса. Их производственные возможности целиком отвечают потребностям переработки масленичных культур, выращиваемых в стране. В этом аспекте следует сказать больше – на сегодняшний день Украина имеет некоторый переизбыток производственных мощностей, что иллюстрируется табл. 2.

Таблица 1

**Общие показатели производства продукции маслодобывающими предприятиями Украины, т\***

Показатели	Объемы переработки масленичного сырья по годам							
	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Переработано масленичной семечки**	1610842	2944069	4216046	6572958	7123923	7555011	8926089	8305450
Произведено растительно-го масла	743176	1245197	1783295	2714322	3493040	3676618	4288250	3931299
Произведено шрота	649450	1235131	1555750	2698035	2958092	3179177	3753929	3566301
Произведено фосфа-тидного концентрата	3315	3425	4391	5036	5770	7034	6683	5257

\* Составлено на основе обработки данных [4–10].

\*\* Объемы переработки семечки всех видов масленичных культур.

Таблица 2

**Уровень использования мощностей предприятиями для переработки семян подсолнечника и сои, %\***

Вид сырья	Годы			
	2010	2011	2012	2013
Маслоэкстракционные заводы по переработке семян подсолнечника	78,5	86,7	101,1	75,9
Маслоэкстракционные заводы по переработке семян сои	64,2	60,6	73,6	69,3
Прессовые заводы по переработке семян подсолнечника	41,6	23,1	30,4	38,6
Прессовые заводы по переработке семян сои	57,5	62,6	44,7	74,5

\* Составлено на основе обработки данных [7–10].

Однако, невзирая на существующие возможности масложировой отрасли, на рынке в 2013/2014 МГ сложилась довольно неудовлетворительная ситуация, связанная с ценами на масло растительное. Обратимся к некоторым цифрам.

По данным Госкомстата Украины средняя цена производителей на масло из подсолнечника нерафинированное за шесть месяцев 2013/2014 МГ (с учетом НДС) составила 8565,3 грн/т против 10695,8 грн/т за соответствующий период 2012/2013 МГ (снижение составило около 20 %). На масло из подсолнечника рафинированное за этот же период средняя цена составила 12926,9 грн/т против 13812,84 грн/т за соответствующий период пришедшего маркетингового года, то есть ее снижение составило 6,4 % [1]. Это принуждает украинских производителей снижать цену на свою продукцию, что приводит к падению уровня эффективности хозяйствования. При таких условиях для маслособывающих предприятий существенно актуализируется проблема снижения себестоимости продукции. Для ее решения, специалисты используют различные возможности, среди которых особое место занимает внедрение логистического подхода на всех фазах производственно-хозяйственных процессов предприятий отрасли. Но поскольку логистика для подавляющего числа предприятий различной отраслевой принадлежности является весьма дорогостоящей функцией, то первоочередной задачей исследователей является разработка мероприятий по снижению затрат на логистику. Для этого, в первую очередь, необходимо произвести оценку:

- текущих логистических затрат на выполнение различных видов логистической деятельности, которые реализуются по каждой фазе производственно-хозяйственных процессов предприятий – снабжении материальными ресурсами предприятий, производстве готовой продукции, распределении и сбыте готовой продукции, возврате реализованной продукции на предприятие, утилизации отходов (в основном производственных) и уничтожении отходов деятельности предприятия [12];

- текущих логистических затрат на выполнение различных функциональных видов логистической деятельности, которые реализуются в границах каждой фазы производственно-хозяйственных процессов предприятий – закупки, транспортировки, хранения, управления запасами, упаковки готовой продукции, обслуживания клиентов и т.д.;
- капитальных логистических затрат;
- условно-постоянных логистических затрат;
- условно-переменных логистических затрат.

Сегодня в научных публикациях отсутствует информация о составе и структуре логистических затрат для предприятий масложирового комплекса. Вместе с этим даже нет методических рекомендаций для их определения. Поэтому актуальность проведения исследований в этом направлении сегодня довольно значима.

В рамках решения данной проблемы в Харьковском национальном техническом университете сельского хозяйства имени Петра Василенка на кафедре транспортных технологий и логистики сегодня проводится комплекс научных исследований, направленных на оценку логистических затрат, которые несут предприятия масложировой отрасли в процессе своей деятельности. С этой целью для исследования были отобраны 11 специализированных предприятий отрасли: ПАГ «Винницкий масло-жировой комбинат», ПАО «Черновецкий масло-жировой комбинат», ПАО «Нежинский жиркомбинат», ПАО «Кировоградолія»; ЧАО «Мелитопольский масло-экстракционный завод», ЧАО «Приколотнянский масло-экстракционный завод», ЧАО «Полтавский масло-экстракционный завод Кернел Групп», ПАО с иностранными инвестициями «Днепропетровский масло-экстракционный завод», ЧП «Виктория и К<sup>0</sup>» и ООО «Наша Олія».

Первым результатом исследований было определение долей условно-постоянных и условно-переменных логистических затрат для каждого конкретного предприятия, включенного в статистическую выборку (табл. 3).

Таблица 3

**Доли условно-постоянных и условно-переменных логистических затрат в общих логистических затратах предприятий**

Предприятия	Доля логистических затрат, %			
	условно-постоянные		условно-переменные	
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
Мелитопольский МЭЗ	69,4	75,5	30,6	24,5
Приколотнянский МЭЗ	56,8	68,3	43,2	31,7
Волчанский МЭЗ	28,2	57,6	71,8	42,4
Днепропетровский МЭЗ	23,6	27,5	76,4	72,5
Полтавский МЭЗ Кернел Групп	25,9	29,8	74,1	70,2
МЭЗ «Кировоградолія»	25,2	28,4	74,8	71,6
ЧП «Виктория и К <sup>0</sup> »	72,6	72,8	27,4	27,8
ООО «Наша Олія»	77,9	74,3	22,1	25,7
Черновецкий ОЖК	60,7	61,6	39,3	38,4
Винницкий ОЖК	32,6	32,2	67,4	67,8
Нежинский ЖК	75,8	76,1	24,2	23,9

Важность решения данной задачи обусловлена тем, что вся логистическая деятельность предприятий отрасли производится их логистическими системами. Эффективность осуществления логистической деятельности во многом зависит от технико-технологической базы логистических систем предприятий и уровня их обновления и модернизации. А поэтому с точки зрения оценки эффективности логистической деятельности и мероприятий, которые направлены на ее обеспечение, весьма необходима информация об уровне условно-постоянных и условно-переменных логистических затрат и их соотношении. Аналитическая оценка последнего позволит сделать вывод, насколько эффективны мероприятия по усовершенствованию технико-технологической базы логистических систем предприятий и на какие мероприятия следует более оперативно выделять дополнительные ресурсы.

Анализ табл. 3 позволяет сделать выводы следующего содержания.

1. Полученные результаты свидетельствуют о довольно значительной разнице соотношений между условно-постоянными и условно-переменными логистическими затратами для предприятий отрасли, что подтверждает зависимость их величины от масштабов производства. Таким образом, одним из основных факторов, влияющих на значение соотношения условно-постоянных и условно-переменных логистических затрат, является объем производства продукции.

2. Полезность владения информацией об условно-постоянных и условно-переменных логистических затратах состоит в том, что ими можно управлять за счет:

- внедрения новых или усовершенствования существующих логистических процессов;
- разработки и реализации мероприятий по ускорению движения материальных ценностей в границах логистических систем предприятий;
- повышения скорости обновления производственных и товарных запасов.

Указанные мероприятия являются весьма необходимыми для повышения экономической эффективности предприятий масложировой отрасли, учитывая ситуацию, которая сложилась на внутреннем и внешнем рынках [14].

#### Список использованных источников

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : [ww.ukrstat.gov.ua](http://ww.ukrstat.gov.ua).
2. Манойленко, О.В. Місце і роль олійно-жирової галузі в національній економіці України / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 49–56.
3. Олійник, Я.Б. Міжнародна логістика : [навч. посібн.] / Я.Б. Олійник, І.Г. Смирнов. – К. : Обрії, 2011. – 594 с.
4. Олійно-жирова промисловість України : показники роботи за 2000 рік. – Харків : УкрНДІОЖ, 2001. – 96 с.
5. Олійно-жирова галузь України і Російської Федерації. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2005 рік та січень 2006 року. – Харків : УкрНДІОЖ, 2006. – 108 с.
6. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2009 рік та січень 2010 року, 2009/2010 МР. – Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2010. – 107 с.
7. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2010 рік та січень 2011 року, 2010/2011 МР. – Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2011. – 112 с.
8. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2011 рік та січень 2012 року, 2011/2012 МР. – Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2012. – 125 с.
9. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2012 рік та січень 2013 року, 2012/2013 МР. – Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2013. – 112 с.
10. Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації : показники роботи за 2013 рік та січень 2014 року, 2013/2014 МР. – Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2014. – 112 с.
11. Сумець, А.М. Проблемы повышения эффективности логистической деятельности АПК Украины / А.М. Сумець // Международный научно-практический журнал «Логистика : проблемы и решения». – 2013. – № 6 (49). – С. 35–39.
12. Сумець, О.М. Систематика видів логістичної діяльності підприємств агропромислового комплексу / О.М. Сумець // Науковий журнал «Економічний форум». – 2014. – № 2. – С. 157–163.
13. Сумець, О.М. Фактори розвитку олійно-жирової галузі та їх вплив на логістичну діяльність підприємств / О.М. Сумець // Вісник ХНТУСГ ім. Петра Василенка «Ресурсозберігаючі технології, матеріали та обладнання у ремонтному виробництві». – Серія : Економічні науки. – Вип. 149. – Харків, 2013. – С. 281–289.
14. Сумець О.М. Системна модель середовища функціонування підприємств олійно-жирової галузі як основа організації їхньої логістичної діяльності / О.М. Сумець // Науковий журнал «Економічний форум». – 2015. – № 1. – С. 171–178.

# ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИЕРАРХИИ И FUZZY-АНР В ЛОГИСТИКЕ СНАБЖЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН

О.А. Катюхина

Научный руководитель: Д. А. Гусев, канд. экон. наук, доцент  
Научно-исследовательский университет Высшая школа экономики,  
г. Москва

В условиях текущей экономической и политической ситуации существенно возросла неопределенность. Ожидания изменения цен на товары и ресурсы, а также неэкономические факторы, влияющие на конъюнктуру рынка, значительно усложнили процесс принятия решений. Как следствие, компании нуждаются в методике принятия решений, в меньшей степени, требующей четких количественных оценок в качестве исходных данных. Одним из методов, подходящих для принятия решений в подобных условиях, является метод аналитической иерархии (МАИ), модифицированный с применением правил нечеткой логики (Fuzzy Analytical Hierarchy Process, Fuzzy-АНР). Цель статьи – проиллюстрировать применение Fuzzy-АНР в логистике снабжения. Актуальность темы обусловлена недостаточным интересом со стороны и теоретиков, и практиков, ввиду чего о Fuzzy-АНР мало российских публикаций и нет поддерживающих его программных продуктов.

При высказывании суждений по качественным критериям люди используют неоднозначные формулировки, что позволяет задать их с помощью лингвистических переменных, используемых в нечеткой логике. Сегодня ЛПР (лицо, принимающее решение [1]) существенно сложнее предугадать динамику цен и оценить уровень надежности потенциальных контрагентов, ввиду чего применение стандартных математических методов принятия решений в ряде случаев становится менее эффективным. Такими являются ситуации, в которые попадают компании-дистрибьюторы импортной продукции, предприятия с высокой долей затрат на топливо и прочи «принадлежит» соответственно. В нечеткой логике переменная, обозначающая принадлежность элемента множеству принимает значения в интервале  $[0; 1]$ , а само множество называется нечетким и обозначается как  $\tilde{A}$ . Для работы с элементами, входящими в такое множество, используется так называемое треугольное нечеткое число (англ. triangular fuzzy number), состоящее из трех элементов [4]: наименьшая возможная, наиболее вероятная и наибольшая возможная характеристика принадлежности данного элемента к множеству. В общем виде это может быть представлено с помощью следующей системы уравнений (формула (1), источник – [6]):

$$t(x; a, b, c) = \begin{cases} 0, & x \leq a, \\ \frac{x-a}{b-a}, & a \leq x \leq b, \\ \frac{c-x}{c-b}, & b \leq x \leq c, \\ 0, & x \geq c, \end{cases}$$

Графически данная система отображается в виде кусочно-линейной функции. Также возможны модификации, где функция задана нелинейно или в виде трапеции.

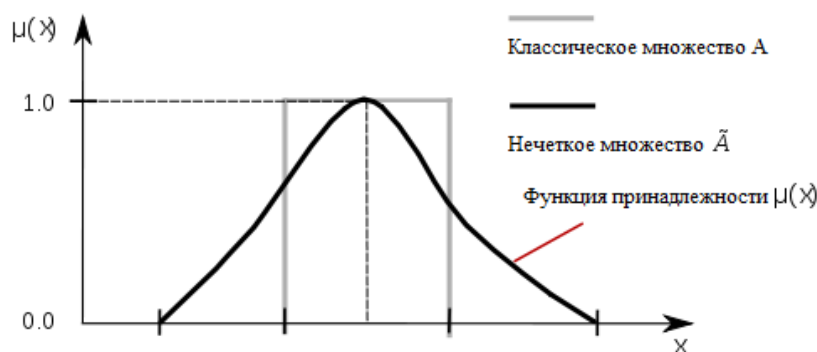


Рис. 1. График функции принадлежности в нечеткой логике  
Источник: [6]

Здесь  $\mu(x)$  – функция принадлежности,  $a$ ,  $b$  и  $c$  – ее целочисленные параметры.

Нечеткость в вычислениях может задаваться несколькими способами. В данной статье рассматривается задание нечеткости в виде интервалов и примыкающих к этому варианту нечетких множеств 1-го типа (треугольники и трапеции), однако существуют и другие методы, например, нечеткие множества 2-го типа (интервальные и обобщенные), смешанные нечеткие множества, т.н. Z-числа (новая концепция, которая была введена Л. Заде в 2010-11 гг.). Как следствие, здесь уже следует говорить не об одном алгоритме, а о семействе алгоритмов, более глубокое изучение которых в рамках принятия решений в логистике также является одним из направлений разработки метода Fuzzy-АНР.

Применение Fuzzy-АНР в логистике заслуживает особого внимания. Ряд авторов (см. [4], [5]) описывают применение нечеткого МАИ для принятия решений в области логистики и управления цепями поставок, в частности, при выборе месторасположения склада и при выборе логистической стратегии с учетом факторов, воздействующих на функционирование цепи поставок, звеном которой является фокусная компания.

Применение Fuzzy-АНР (далее – нечеткий МАИ) в логистике возможно в широком спектре ситуаций, включая выбор месторасположения склада, выбор поставщика, выбор логистической стратегии и пр.

Обоснование выбора Fuzzy-АНР для решения поставленной задачи строится на следующих предположениях. Многие компании вынуждены сталкиваться с необходимостью осуществлять выбор контрагента исходя из качественных, а не количественных критериев, причем часто именно качественные критерии играют существенную роль при реализации процедуры выбора. Качественные критерии обычно задаются в классическом методе аналитической иерархии с помощью девятибалльной шкалы, к которой приводятся субъективные оценки ЛПР. Однако в ряде ситуаций такой подход нецелесообразен ввиду сложности вычислений в классическом МАИ и отдаления глобального вектора приоритетов от оптимального при увеличении количества критериев и альтернатив, из которых осуществляется выбор. Существуют модификации классического метода аналитической иерархии, позволяющие уменьшить количество вычислений, одной из которых и является нечеткий метод аналитической иерархии. Данный метод, основываясь на применении правил нечеткой логики, позволяет произвести попарные сравнения альтернатив в рамках, заданных ЛПР критериев при меньшем требуемом объеме вычислений, следовательно, нечеткий МАИ целесообразно применять при принятии управленческих решений.

Одним из преимуществ нечеткого МАИ является относительная простота математического аппарата, небольшое количество вычислений (в сравнении с классическим МАИ, предложенным впервые Т. Саати еще в XX веке, и другими аналогичными методами), а также возможность более эффективно определить вектор предпочтений ЛПР, при сохранении согласованности его высказываний. Последнее достигается за счет того, что нечеткий МАИ позволяет использовать т. н. «лингвистические переменные», что позволяет ему в большей мере соответствовать принципам человеческого мышления, нежели классический МАИ. Использование программного обеспечения для принятия решений с помощью нечеткого МАИ также возможно, следовательно, метод подходит для неоднократного использования в компании, и можно автоматизировать его математический аппарат, оставляя за персоналом только принятие решений о превосходстве одной альтернативы на другой в рамках процедуры выбора.

В рамках данной статьи рассматривается применение нечеткого МАИ для выбора поставщика импортной продукции, а именно поставщика автомобильных шин.

Гипотетическая фокусная компания, представителем которой является ЛПР, занимается осуществлением автомобильных грузоперевозок по территории РФ и имеет парк грузовых автомобилей «МАЗ» категории Евро-4 грузоподъемностью 14250 кг, с колесной формулой 6x2, с полной массой транспортного средства 22 600 кг. Компания заинтересована в предоставлении своим клиентам услуг высокого качества (обеспечивать сохранность груза при перевозке и удовлетворять экологическим требованиям). Требуемый размер шин 315/60 R 22,5 (на 1 транспортное средство требуется 12 шин). Численность парка транспортных средств – 80 грузовиков. У компании регулярно возникает необходимость производить замену шин ввиду их износа (как «летних», так и «зимних» шин) и соответствующих требований законодательства к техническому состоянию транспортных средств, включающих требования к износу автопокрышек. В связи с изменением цен на нефтепродукты стали меняться и цены на автопокрышки, однако компания-действующий поставщик шин снижать цены на продукцию в связи со снижением цен на сырье для ее производства не стала, ввиду чего в фокусной компании было принято решение начать поиск нового поставщика шин. Для решения данной задачи ЛПР (менеджер фокусной компании, который отвечает за выбор поставщика материальных ресурсов) может использовать ряд методов, среди которых присутствует Fuzzy-АНР.

В рамках выбора нового поставщика ЛПР предварительно выделяет следующие критерии:

- K1 – стоимость шин с доставкой,
- K2 – их износостойкость,
- K3 – условия оплаты (возможность отсрочки платежа),
- K4 – время доставки шин на склад МР фокусной компании,
- K5 – надежность поставщика (риск неисполнения условий контракта).

Пусть склад компании, на который требуется доставить шины, находится по адресу Россия, Ленинградская область, г. Ушково.

Потенциальными контрагентами фокусной компании являются компании-оптовые торговцы автопокрышками, из которых предварительно были отобраны наиболее вероятные претенденты на получение заказа – пять компаний-поставщиков, условно называемые в данной статье Поставщик А, В, С, D и Е. ЛПР предстоит рассмотреть данные компании в рамках выбранных им критериев и вынести суждение о степени их соответствия потребностям его компании. В результате электронной переписки ЛПР получил следующую информацию об этих компаниях.

Таблица 1

**Исходные данные о поставщиках автомобильных шин**

Параметр	Поставщики				
	А	В	С	D	Е
Стоимость шин, руб./шт.	30000	27500	35000	29000	25500
Минимальная партия заказа*, шт.	400	500	350	450	550
Стоимость доставки, руб./шт.	2000	2300	2100	2500	Не осуществляется**
Возможная отсрочка платежа, дней	10	15	19	30	60
Время доставки, дней	4	2	5	3	2

Источник: составлена автором.

\* – так как предприятию требуется приобрести минимум 960 шин за одну закупку, для нее этот параметр не имеет значения, но он имел бы значения для предприятий с меньшей численностью парка автомобилей.

\*\* – в этом случае придется обращаться к компании-перевозчику, затраты на услуги которого составят 4000 руб. за доставку одной автопокрышки, если перевести его тариф к размерности, используемой поставщиками шин.

Информация по критерию К2 на сайтах компаний-потенциальных контрагентов не была представлена в полном объеме, более того, значение коэффициента износостойкости может варьироваться от партии к партии и проверить его эмпирически ЛПР не имеет возможности. При этом данный критерий очень важен для компании, поскольку недостаточная износостойкость шин приводит к их преждевременному износу, что в свою очередь приводит сперва к повышению вибрации в кузове грузового транспортного средства, а затем к необходимости раньше предполагаемого времени разместить заказ на новую партию шин. Поскольку компания стремится оказывать клиентам услуги высокого качества, она не может допустить такого положения, в результате чего ЛПР приходится делать выводы о качестве поставляемой оптовиками продукции, используя информацию по другим критериям. Аналогичная ситуация с критерием К5, однако этот критерий имеет меньшую значимость, так как предварительный отбор компаний-поставщиков исключил вероятность заключения контракта с фирмой-однодневкой.

В рамках полученных данных и с учетом предварительных критериев К1-К5 уже можно сделать выбор контрагента, используя классический метод аналитической иерархии. Следует произвести расчеты в рамках этого метода и сопоставить полученные результаты с результатами Fuzzy-АНР.

Шаг 1. Сопоставление критериев с целью выявить их относительную важность.

Шаг 2. Сопоставление альтернатив в рамках полученных критериев.

Шаг 3. Расчет вектора глобального приоритета и итоговый выбор контрагента.

Обобщенные результаты применения обоих методов для решения поставленной задачи приведены в следующей таблице.

Таблица 2

**Результаты применения Fuzzy-АНР и классического МАИ для решения задачи выбора поставщика**

Критерий	Вес критерия (МАИ)	Вес критерия (Fuzzy-АНР)	Вес компаний (МАИ)	Вес компаний (Fuzzy-АНР)
К1	0,40	0,50	0,07	0,10
К2	0,35	0,25	0,30	0,44
К3	0,15	0,13	0,02	0,08
К4	0,03	0,06	0,14	0,17
К5	0,07	0,06	0,47	0,21

Источник: составлена автором

В результате проведения процедуры вычисления глобального вектора методами классического и Fuzzy-АНР (алгоритм вычислений описан в работах [3] и [4]) были получены вышеприведенные результаты (см. табл. 2). Классический МАИ выбрал компанию Е (вектор глобальных приоритетов {0,07; 0,30; 0,02; 0,14; 0,47}), в то время как Fuzzy-АНР выбрал компанию В (вектор приоритетов {0,10; 0,44; 0,08; 0,17; 0,21}). По мнению автора, это объясняется тем, что в матрицах классического МАИ была в большей степе-



ни нарушена согласованность суждений, однако индекс согласованности был меньше граничного значения 0,1, поэтому близкие к несогласованным суждения оказались приняты методом как валидные. В случае с Fuzzy-АНР несогласованность была существенно ниже.

Из вышенаписанного можно сделать следующие выводы. Нечеткая логика позволяет более точно представить суждения ЛПР и при меньшем количестве вычислений. При этом интерес к Fuzzy-АНР в современном российском бизнесе недостаточно велик, а значит, необходимо привлечь внимание компаний к этой проблеме, в том числе компаний-разработчиков программного обеспечения.

Стоит отдельно сказать о проблемах применения Fuzzy-АНР на практике в бизнесе. В настоящее время не существует самостоятельного программного обеспечения или надстроек отдельных компьютерных программ, которые могут позволить использовать нечеткий МАИ на практике, что говорит о возможности компьютеризации описанного в данной статье алгоритма и его применения на практике в компании. Существующие оцифрованные алгоритмы не являются универсальными и трудно адаптируются под решение новых задач, следовательно, разработка программного обеспечения для Fuzzy-АНР является перспективным направлением для дальнейшего развития данной темы.

#### Список использованных источников

1. Системный анализ в логистике: выбор в условиях неопределенности: учеб. для студ. учреждений высш. проф. образования / Г.Л. Бродецкий. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 336 с.
2. Кофман, А. Введение в теорию нечетких множеств / Пер. с франц. – М.: Радио и связь, 1982. – 432 с.
3. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. – М.: Радио и связь, 1993.
4. Cengiz Kahraman Ufuk Cebeci Ziya Ulukan. Multi-criteria supplier selection using fuzzy ANP, *Logistics Information Management*, 2003. – Vol. 16 Iss 6 pp. 382 – 394.
5. Sheu J.B. A hybrid neuro-fuzzy analytical approach to mode choice of global logistics management / *European Journal of Operational Research*, 2008/
6. Функция принадлежности». – [https://ru.wikipedia.org/wiki/Функция\\_принадлежности](https://ru.wikipedia.org/wiki/Функция_принадлежности).

## ЛОГИСТИКА – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМ СУБЪЕКТОМ И БИЗНЕСОМ

**А.Н. Гранин**

доцент кафедры логистики

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В условиях адаптации белорусских предприятий и организаций к постоянно меняющимся условиям и потребностям современного рынка, все большую актуальность приобретают методологии и технологии логистики. Возникает настоятельная необходимость в разработке взаимосвязанной системы отношений между поставщиками, обеспечивающих весь производственный цикл переработки исходных материалов (сырья, комплектующих, полуфабрикатов, готовых изделий и др.) в готовую продукцию предприятия и доставку этой продукции конечному потребителю, а также ее послепродажной поддержки. Соответственно, логистическое управление предприятием может быть определено как сквозное интегрированное управление бизнес-процессами по перемещению продукции и сопутствующих потоков от возникновения до конечного потребителя с целью достижения максимальной эффективности деятельности компании. Для этого логистика охватывает и объединяет в единый процесс такие виды деятельности как производство, информационный обмен, транспортировку, управление закупками и запасами, складирование, грузопереработку, упаковку и другие. Отечественная экономика переживает сейчас непростой период, что заставляет задуматься о необходимости изыскания предприятиями дополнительных эффективных возможностей по усовершенствованию своих моделей бизнеса. Происходит переход от прежней модели бизнеса, основой которой была ориентация на продукцию и рыночную долю к новой системе, в которой центром внимания являются потребители и прибыль.

Наряду с традиционной направленностью на снижение уровня затрат и себестоимости продукции, реструктуризацией и реорганизацией предприятия, назрела необходимость перестройки бизнеса на основе логистического подхода. Этот переход осуществляется с учетом экономических, социальных, технических, технологических, организационных, правовых, научных, психологических, экологических и других приоритетов деятельности субъектов хозяйствования. Более совершенная модель бизнеса основывается на полном соответствии базовых приоритетов потребителей основным компонентам деятельности предприятий, четком понимании и совершенствовании механизма получения прибыли. Товары со временем устаревают, соответственно потребительская ценность их также не остается на постоянно высоком уровне, а потребности потребителей меняются. Следовательно, и модели бизнеса через какое-то время становятся экономиче-

ски непригодными. Все обостряющаяся конкуренция отвлекает значительную часть ресурсов предприятия. Существующие модели бизнеса не позволяют получать высокие прибыли. Если на предприятии не проводится целенаправленная работа по формированию у потребителей конкретных знаний как решать имеющиеся у них проблемы или не предлагаются готовые решения, то это означает, что за вас это делают, или уже сделали конкуренты. В соответствии с этим, принято говорить, что зона прибыли на основе, которой модели проектировались, сместилась. В столь сложной, быстро меняющейся реальности, все труднее жить и функционировать предприятиям, принимать эффективные управленческие решения, последствия которых могут повлиять на шансы предприятий по выведению их в зону прибыли. Если производится неконкурентоспособная мало востребованная продукция и предприятие работает в убыток или, как принято говорить, работает «на склад», то повышение интенсивности использования основных средств, трудовых, материальных и финансовых ресурсов способствует быстрейшему разорению предприятия.

Американские маркетингологи А. Сливотски и Д. Моррисон дали следующее определение зоны прибыли: «Зона прибыли – это арена экономической деятельности компании, где получают высокие прибыли, то есть не прибыли средних размеров, не прибыли в результате циклических инфляционных процессов и не краткосрочные прибыли, а устойчивые и очень высокие прибыли. Другими словами, зона прибыли, является местом, где создается стабильно высокая прибыль компании» [1]. Главная цель стратегического маркетинга таких предприятий на – основе маркетинговых исследований и анализа рынка обосновать рациональные модели бизнеса, которые полностью соответствуют текущей ситуации на рынке, и способствуют выведению и внедрению предприятия в зону прибыли. Однако в современных условиях войти в зону прибыли, используя только базу, технологии и инструментарий маркетинга уже невозможно. Сочетание научных исследований, маркетинга, менеджмента и логистики становится важнейшим фактором эффективности: наличие продукции в нужном месте, в нужное время и по разумной цене, определяет ее ценность для потребителя. Выявление новых проблем и предпочтений потребителей, определение рынков, на которых проявляется наиболее активный спрос, должны активно, и своевременно удовлетворяться за счет быстрой и точной поставки продукции в эти зоны прибыли. Максимально быстрые поставки возможны лишь при четко налаженной системе логистики. Несмотря на то что входящие в нее материальные, информационные, финансовые и др. потоки прерывны и часто разнонаправлены, в менеджменте, маркетинге и логистике разработаны системы и технологии управления, которые позволяют на основе интеграции сформировать хорошо слаженную, стратегическую, инновационную логистическую систему.

Выступая перед студентами «Международного университета «МИТСО», Председатель ассоциации логистики Италии Доминико Нетти сформулировал основной принцип современной логистики – «Быстрее. Качественнее. Дешевле». При этом он назвал некоторые факторы проявления интереса к развитию логистики и ее изменениям, это: следование за потребностями потребителей; старение населения; социальные отношения в семье; покупка товаров через Интернет; снижение затрат; экология; изменение технологий логистики, и другое. Уже сегодня технологии логистики и информационные технологии позволяют существенно экономить (до 15-20 %) издержек, связанных с производством и преодолевать время и пространство. Например, самая длительная поставка товара, приобретенного потребителем через Интернет, по всему миру составляет – 48 часов, а по Европе – 24 часа. Сила и успех любого предприятия зависит от компетенции его сотрудников. Для руководства многих предприятий Беларуси логистические методы и технологии в плане улучшения бизнеса, повышения конкурентоспособности известны, но применяются они в практической деятельности не часто. В стране не хватает дипломированных логистических менеджеров. В связи с этим, в ВУЗах Беларуси формируются кафедры логистики, открываются новые направления логистического обучения, разрабатываются базовые дисциплины. Официально открыта кафедра и соответствующая специальность в УО ФПБ «Международный университет «МИТСО».

Наряду с этим, имеется актуальная необходимость в подготовке логистов по программам повышения квалификации работников, уже работающих в этой сфере, а также по программам переподготовки на базе высшего образования. Требуется разработки и внедрения в процесс обучения принципиально новая система прохождения студентами различных видов практик в логистических компаниях. Эта система должна предусматривать, возможно, отведение на производственную практику до 50 % времени, предусмотренного на получение образования по дисциплинам в области логистики. Для построения эффективной логистической системы Республике Беларусь нужны кадры соответствующие международной квалификации логистических операторов 3PL, 4PL, и 5PL. Причем потребность в этих кадрах, необходимо удовлетворить в самые короткие сроки, иначе конкуренты смогут сделать это значительно быстрее. Доминико Нетти, утверждает, для максимально быстрого решения этой стратегической задачи, необходимо привлечь логистических операторов-практиков из наиболее продвинутых стран Европы: Италии, Германии, Швеции, Польши и др. Сильная национальная логистика должна определяться эффективными правилами ведения логистической деятельности, стимулирующими развитие данной отрасли: законами (гармонизированными с международными законами и практикой); разумной и взвешенной инвестиционной политикой (в частности, за рубежом в область логистики поступает, практически, 100 % инвестиций); рациональным использованием природных (в том числе географических – в плане расположения логистических предприятий, а

также выгодного расположения Беларуси в Европе), материальных, информационных, финансовых, людских, интеллектуальных и др. ресурсов.

До недавнего времени логистические концепции и модели управления в Беларуси продвигались в основном зарубежными партнерами предприятий с долевым участием иностранного капитала или зарубежными компаниями. Основной целью этих усилий определена задача, максимально быстро вовлечь белорусские предприятия в современные глобальные логистические процессы. В стремлении ускорить интенсивность деятельности в этой сфере, в настоящее время в Беларуси принята и последовательно реализуется Программа развития логистической системы рассчитанная до 2015 года, утвержденная постановлением Совета Министров от 29 августа 2008 года № 1249. Очевидно, что при полном воплощении программы в жизнь и достижении тех результатов, которые в ней намечены, данный проект должен стать фундаментальной системой экономики Республики Беларусь. В связи с этим, актуальной задачей логистики Беларуси является совершенствование национальной нормативной и правовой базы на основе тех данных, которые имеются по итогам трех лет работы. Проработан вопрос о внесении изменений в Указ Президента от 1 сентября 2010 № 450 «О лицензировании отдельных видов деятельности». Для владельцев логистических центров предлагается упростить требования, которые предъявляются к соискателям специальных разрешений (лицензий) при оптовой торговле и хранении алкогольной, спиртосодержащей и табачной продукции.

Разработаны разъяснения о порядке документооборота при реализации товаров с участием логистических центров и разработаны стандарты для опово-логистических центров. С 1 января 2011 г. в Беларуси введены в действие новые государственные стандарты СТБ 2047-2010 «Логистическая деятельность. Термины и определения» и СТБ 2046-2010 «Транспортно-логистический центр. Требования к техническому оснащению и транспортно-экспедиционному обслуживанию». Данные стандарты разработаны БелНИИТ «Транстехника» в рамках Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года. Новые стандарты призваны обеспечить взаимопонимание между всеми участниками логистической деятельности в Беларуси, способствовать применению современных технологий, снижению логистических затрат. Термины и определения основных понятий в области логистической деятельности установлены в СТБ 2047-2010. В процессе разработки терминов для стандарта проведены комплексные исследования терминологической системы логистики. Учитывая международный опыт, проделана значительная работа по уточнению отдельных терминов логистики и формированию новых, в том числе: дана терминология 36 основных элементов процесса логистической деятельности от консультирования по вопросам организации перевозок грузов (предоставление нормативной правовой и иной информации в области транспортно-логистической деятельности) до сбытовых (распределительных) логистических услуг (комплекс операций по доставке товаров от производителей, поставщиков к потребителям).

Особое внимание в стандарте уделено понятию «Логистические центры» – это имущественные комплексы, включающие специально отведенный участок с расположенными на нем зданиями, сооружениями, оборудованием, предназначенные для оказания комплекса логистических услуг в процессе движения материальных потоков от производителя к потребителю. В зависимости от специфики оказываемых услуг логистические центры подразделяются на информационно-логистические, опово-логистические, таможенно-логистические, транспортно-логистические и другие. В стандарте также установлена терминология контейнерных перевозок грузов, критерий эффективности функционирования логистических систем и др. Алфавитные указатели терминов приведены на белорусском, русском, английском языках.

Требования к техническому оснащению транспортно-логистического центра и к оказанию транспортно-экспедиционных услуг установлены в СТБ 2046-2010. Данный стандарт распространяется на проектируемые транспортно-логистические центры, а также на существующие грузовые терминалы, на базе которых создаются транспортно-логистические центры. К основным характеристикам технического оснащения транспортно-логистических центров относятся наличие автоматизированных систем складского учета товарно-материальных ценностей, современных средств механизации погрузочно-разгрузочных работ и транспортно-складских операций по переработке грузов, расположение на территории транспортно-логистического центра структурных подразделений Государственного таможенного комитета Республики Беларусь, охраняемая территория для парковки и отстоя автопоездов и другое. Для того чтобы называться транспортно-логистическим центром, объект должен обеспечивать комплексность услуг, в соответствии с Законом Республики Беларусь «О транспортно-экспедиционной деятельности» от 13 июня 2006 г. № 124-3. Новые стандарты уже нашли свое применение при строительстве транспортно-логистических центров СООО «БелВингесЛогистик» (город Раков, Воложинского района), ИООО «Прилесье» (пересечение автомагистралей Минск-Могилев и Москва-Берлин), ООО «КМК-Турист РУП Белтаможсервис» (Мотель «Пичь, Минского района») и другие [2]. Концепция, общая стратегия и программа развития предприятий и страны в целом базируются на инвестиционной стратегии. В соответствии с этой стратегией, государство проводит инвестиционную политику по осуществлению системы мер, направленных на установление структуры и масштабов инвестиций, направлений их использования и источников получения в сферах и отраслях национальной экономики. Для белорусской экономики наиболее предпочтительным вариантом привлечения внешних финансовых ресурсов является привлечение прямых иностранных инвестиций в

форме вкладов в уставные фонды, в строительство новых производств, приобретение средств производств и так далее. В этом случае зарубежные партнеры напрямую заинтересованы в максимально эффективном использовании их средств, а не стремятся получить только заранее оговоренный процентный доход. [3].

На основе изучения требований экономических законов и всестороннего анализа состояния развития экономики в Республике Беларусь принята Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций на период до 2015 года, утвержденная постановлением Совета министров и Национального банка от 18.01.2012 г. № 51/2. Стратегия призвана существенно увеличить приток зарубежного капитала в нашу страну, создать условия для сотрудничества с транснациональными корпорациями [4]. В соответствии с программой развития логистической системы и плана мероприятий по участию и повышению позиций Беларуси в рейтинге по индексу логистики Всемирного Банка в 2014 году в Беларуси созданы 24 логистических центра, в том числе 17 – по госпрограмме развития логистической системы на период до 2015 года, в них привлечено более 350 млн долларов, организованы порядка 1,5 тысячи новых рабочих мест. Всего же госпрограмма предусматривает реализацию 36 инвестпроектов, заявленный объем инвестиций в отрасль до 2016 года ожидается в сумме 900 млн долларов [5]. Очевидно, что без привлечения зарубежных инвесторов для строительства логистических комплексов обойтись сложно. Возведение транспортно-логистического центра для обслуживания международных грузопотоков обходится в несколько десятков миллионов долларов. К этой сумме необходимо добавить инвестиции, направляемые в соответствующую инфраструктуру: дороги, гостиницы, мотели, автозаправки и так далее. Поэтому срок окупаемости современного логистического комплекса составляет от шести до восьми лет.

Открытым остается вопрос поиска финансовых ресурсов для дальнейшего роста белорусской экономики, ее модернизации и повышения конкурентоспособности. Для решения намеченных планов в развитии логистики в Республике Беларусь необходимо использовать два наиболее реальных источника ресурсов, которые вполне дополняют друг друга – это рост эффективности инвестиций и прямые иностранные инвестиции. «Ключевой задачей на ближнюю перспективу должно стать превращение Беларуси в масштабный транспортно-логистический международный центр в целях максимального использования выгодного географического положения нашей страны», – заявил Александр Лукашенко, выступая с ежегодным посланием народу и парламенту. Выгодное географическое положение страны позволяет осуществлять перемещение транзитных потоков через территорию Беларуси при соблюдении оптимальности маршрутов движения и их максимальной загрузки. Например, после ввода в строй ряда логистических центров и создания соответствующей инфраструктуры, логистическая система Беларуси будет способна принять на себя от 30 % до 40 % грузопотоков, которые сегодня обслуживают страны Балтии. Крупные корпорации многих стран европейского региона, таких как Англия, Франция, Германия, Голландия, Польша, Бельгия и другие, проявляют повышенный интерес, при поставках своей продукции в другие страны, к использованию транзитных путей Республики Беларусь. Для получения наибольшего положительного эффекта – максимальной прибыли из транзитивных возможностей нашей страны, необходимо последовательно и настойчиво решать ряд неотложных задач. Это, прежде всего, настойчивое претворение в жизнь принятых стратегий и программ в сфере логистики. И, следующее, поиск путей, методов и технологий привлечения финансовых ресурсов для дальнейшего роста белорусской экономики, и национальной логистики в том числе. В настоящий момент наиболее привлекательными для инвестирования сегментами, по мнению В. Маргелова, в Беларуси являются производство и логистика. Однако зарубежные инвесторы перестраховываются, ориентируются на предприятия со стопроцентной надежностью. Риски вложений в логистическую систему Беларуси просчитать очень сложно.

В такой ситуации главными тенденциями в формировании инвестиционных стратегий стали – нежелание инвесторов рисковать, и переток капиталов назад в развитые страны, остро нуждающиеся в ликвидности [4]. Самым ценным и важным ресурсом, который определяет эффективность функционирования современного предприятия, является человеческий капитал. Поэтому основным элементом в логистической системе предприятия является человек, высококвалифицированный специалист. Такие специалисты в Беларуси есть. Они способны в полном объеме участвовать в трансфере современных технологий. Как известно, эффективный трансфер снижает технологическое и научно-техническое отставание Беларуси от западных высокоразвитых государств. Например, областью особого интереса логистики является медицина, как наиболее емкая область в основном трудовых ресурсов. Общеизвестны грандиозные успехи, которых добились белорусские медики в области трансплантологии, после того как внедрили и освоили новейшие технологии в этой отрасли медицины. Наши специалисты в области логистики способны не только быстро внедрить новейшие технологии в логистическую систему страны, но, что самое главное, успешно их развивать, добиваясь опережающего эффекта, по отношению к другим странам мира. В своей деятельности они должны опираться на основополагающий принцип логистов всего мира: «Логистика есть, была и будет – мы можем только обучаться ее использованию с целью обеспечения себе преимуществ в ведении бизнеса. Если будем использовать ее технологии, никакие наши желания не покажутся нам трудными, поскольку за нами будет большая сила» [6].

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. В настоящий момент логистика является эффективным инструментом системы управления предприятием, координации звеньев логистической цепи и основой современной модели бизнеса хозяйствующих субъектов рынка.

2. Интеграция усилий, объединяющих воедино такие функциональные подсистемы как менеджмент, маркетинг и логистику, является ключевым фактором оптимизации экономики в целом, экономией затрат предприятий и повышает конкурентоспособность их продукции на внутреннем и внешнем рынках.

3. Организация подготовки и переподготовки кадров для системы национальной логистики находится в стадии становления. Необходимо наряду с подготовкой менеджеров-логистов в высших учебных заведениях активно развивать и поддерживать другие направления подготовки специалистов. На основе общей заинтересованности всех сторон надлежит коренным образом пересмотреть программы производственных практик и стажировок студентов и слушателей в логистических компаниях в стране и за рубежом.

4. Становление сильной национальной логистики должно осуществляться по двум основным направлениям: разработке законодательной базы, в полном соответствии с международными законами и практикой, а также в соответствии с законодательствами партнеров по Таможенному союзу и Единому экономическому пространству – Россией и Казахстаном; рациональному использованию, имеющихся в распоряжении или доступных ресурсов (природных, материальных, информационных, финансовых, людских, интеллектуальных и др.).

#### Список использованных источников

1. Сливотски, А. Маркетинг со скоростью мысли / А. Сливотски, Д. Моррисон – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002 – 448с.
2. Козлов, В. В. Краткая история на Беларуси / В. В. Козлов. [Электронный ресурс]. – 2011 – Режим доступа: [transportal.by > services/logistica...belarus.php](http://transportal.by/services/logistica...belarus.php). – Дата доступа 23.02.2012.
3. Гуманитарные науки. Сб. науч. тр. Серия «Экономика». Вып.16. Иностранные инвестиции и проблемы развития внешнеэкономической деятельности в Республике Беларусь: валютно-финансовые и юридические аспекты. / Сост. В. Г. Гавриленко; под науч. ред. М. В. Мясниковича, П. Г. Никитенко; Институт экономики НАН Беларуси. – Минск. Право и экономика, 2011. – 216 с.
4. Фридкин, Л. Как попасть в ногу со временем / Л. Фридкин // Экономическая газета. – 2012. – 31 янв. – С. 1–2.
5. Логистика на перспективу // Экономическая газета. – 2014 – 17 окт. – С. 15.
6. Ташбаев, Ы. Э. Актуальные вопросы и тенденции развития логистики / Ы. Э. Ташбаев. [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: [iteam.ru > publications / logistics ...article\\_2701](http://iteam.ru/publications/logistics...article_2701). – Дата доступа 05.03.2015.

## ПОНЯТИЕ И СОСТАВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ

**Е.Н. Полещук,**  
ассистент

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

Мировая глобализация и растущая динамичность развития рыночной экономики предопределяют потребности внутренних рынков и ставят новые задачи перед экономикой Республики Беларусь. Формирование, становление и развитие системы распределения практически на всех промышленных предприятиях и в торгово-посреднических организациях относятся к разряду стратегических, обеспечивающих успех их деятельности на рынке. Эффективно функционирующая сеть распределения является залогом достижения множества целей цепи поставок, начиная от минимизации общих затрат и заканчивая высокой гибкостью и оперативной реакцией на изменяющиеся внешние условия и запросы потребителей. Достигнуть этих цели можно лишь с использованием принципов логистики. Поэтому понимание того, что должно быть для обеспечения реализации логистического подхода при формировании эффективной сети распределения является актуальной задачей, решение которой позволит предприятиям приобретать конкурентные преимущества и повышать эффективность своей деятельности.

К настоящему времени количество научных и специальных работ, посвященных изучению процессов распределения продукции, вполне достаточно. Однако существуют определенные проблемы в понятийном аппарате системы распределения, построенной на принципах логистики, которые требуют углубленного теоретического исследования. Так углубленного теоретического исследования требует малоизученное понятие «система логистического обеспечения распределительных сетей», не определены элементы данной системы и процесс их формирования в распределительной сети. А ведь построение и бесперебойное функ-

ционирование сети распределения невозможно представить без соответствующей системы логистического обеспечения товародвижения, от которого во многом зависит эффективность и ритмичность работы предприятия.

Что же следует понимать под логистическим обеспечением распределительных сетей? Несмотря на кажущуюся очевидность, в настоящее время в литературных источниках отсутствует какое-либо единое определение данного понятия. Очевидным является тот факт, что для обеспечения продвижения потоков товаров до конечных потребителей, логистика должна создать систему цепей поставок с эффективно функционирующей логистической инфраструктурой. Для логистики это означает – проектирование сети распределения на основе оптимизации имеющихся ресурсов [1].

Согласно Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года (Глава 2 Основные понятия и определения) под логистическим обеспечением процесса товародвижения понимается совокупность форм, методов, принципов, функций, с помощью которых логистические услуги и ресурсы реализуются в экономических потоках для рационального и оптимального функционирования процесса товародвижения.

Опираясь на выше представленную формулировку, под логистическим обеспечением распределительных сетей будем понимать систему управления перемещением конечной продукции от источника до потребителя, включающую в себя логистические технологии, поддерживаемые соответствующими информационными логистическими системами, элементы логистической инфраструктуры, кадровое обеспечение, с помощью которых логистические услуги и ресурсы реализуются в экономических потоках сетей распределения на принципах логистики.

Под логистическими ресурсами (logistic resources) следует понимать материальные, трудовые, финансовые и иные ресурсы, необходимые для реализации процессов логистической поддержки [2].

Логистические услуги – это широкий спектр операций, связанных с приобретением, хранением и перемещением товаров.

Ввиду того, что понятие «система» подразумевает процесс декомпозиции или разбиения объекта на элементы с учетом имеющихся между ними связей, структуру системы логистического обеспечения распределительных сетей будем рассматривать с позиции двух основных комплексов подсистем: функционального и обеспечивающего. Разделение системы логистического обеспечения распределительных сетей с функциональной позиции происходит с целью реализации управленческих функций – организации, планирования, регулирования, координации, учета, анализа и контроля. В разрезе реализации функций управления важно выделять звенья и элементы системы, за которыми закрепляются материальные и финансовые ресурсы, а также определить полномочия и состав управленческого и рабочего персонала. Функциональный комплекс соответственно управляет основными функциями распределения (транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, запасами и т. д.).

Объектная декомпозиция – позволяет определить структуру (состав, вид) системы логистического обеспечения распределительных сетей применительно к проблеме формирования цепи поставок как некоторого набора структурных единиц (рис.1).



**Рис. 1.** Общая схема объектной декомпозиции системы логистического обеспечения распределительных сетей

Звеном логистической системы называется некоторый экономически и/или функционально обособленный объект, не подлежащий дальнейшей декомпозиции в рамках поставленной задачи анализа или синтеза логистической системы и выполняющий локальную целевую функцию. В качестве звеньев логистической системы могут выступать предприятия-поставщики, производственные предприятия и их подразделения, сбытовые предприятия, торговые и посреднические организации, транспортные предприятия и банки и т. п.

Звенья логистической системы могут быть трех основных типов: генерирующие, преобразующие и поглощающие материальные и сопутствующие им информационные и финансовые потоки. Часто встречаются смешанные звенья логистической системы, в которых указанные три основных типа звеньев комбинируются в различных сочетаниях. В звеньях логистической системы материальные (информационные, финансовые) потоки могут сходиться, разветвляться, дробиться, изменять свое содержание, параметры, интенсивность и т. п.

Элемент логистической системы – неделимая в рамках поставленной задачи управления или проектирования часть звена логистической системы (подсистемы).

Выделение элемента определяется низшим уровнем декомпозиции логистической системы и вызвано необходимостью обособления операции или их совокупности с целью оптимизации ресурсов, построения модели предприятия или его структурных подразделений, моделирования бизнес-процессов, закрепления за операцией конкретного исполнителя или технического устройства (например, автоматизированного рабочего места), формирования системы учета, контроля и мониторинга логистического плана.

Элементы (звенья) логистической системы в определенной упорядоченности составляют логистическую цепь (цепь поставок).

Эти понятия четко не разграничены, а иногда термины «логистическая система», «логистическая сеть», «логистическая цепь» и «цепь поставок» применяются как синонимы, особенно в зарубежной логистической практике [3].

Таким образом, система логистического обеспечения распределительных сетей – это неотъемлемая часть общей логистической системы, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции. Представляет собой относительно устойчивую совокупность звеньев (структурных/функциональных подразделений компании, а также поставщиков, потребителей и логистических посредников), взаимосвязанных и объединенных единым управлением корпоративной стратегии организации бизнеса. Все элементы представляют собой единую систему, имеющую обратную связь и гибко реагирующую на все происходящее.

Реальными звеньями, из которых может состоять обеспечивающий комплекс системы логистического обеспечения распределительных сетей, являются:

- логистические технологии;
- информационная поддержка;
- логистическая инфраструктура;
- сервисная поддержка;
- кадровая поддержка.

Тогда уточненную объектную декомпозицию системы логистического обеспечения распределительных сетей можно представить в следующем виде (рис.2).



**Рис. 2.** Уточненная схема объектной декомпозиции системы логистического обеспечения распределительных сетей

Информационное обеспечение состоит из информационных систем и технологий. Логистические информационно-компьютерные технологии – это совокупность операций в логистической системе, связанных с получением и обработкой информации в реальном режиме времени о внутренних материальных потоках,

характеристиках и запасах материальных ресурсов, незавершенном производстве, готовой продукции, грузовых отправлениях, параметрах заказов и других логистических характеристиках.

Логистическая технология — стандартная (стандартизованная) последовательность (алгоритм) организации и выполнения отдельной логистической функции и (или) логистического процесса в функциональной области логистики и (или) в ЛС в целом, поддерживаемая соответствующей информационной системой и реализующая определенную логистическую концепцию.

В настоящее время не существует четкого разграничения между понятиями «логистическая концепция» и «логистическая технология». При этом под логистическими технологиями понимается рациональное выполнение таких технологических процедур и операций, как погрузочно-разгрузочные работы, транспортировка и складирование продукции, хранение запасов, комплектование заказов, формирование транспортных партий и грузовых единиц. Термин «логистическая технология» возник сравнительно недавно в связи с превращением некоторых приемов, методов, процедур и процессов принятия решений в логистике многих компаний промышленно развитых стран в стандартные (стандартизированные) алгоритмы, поддерживаемые стандартными информационно-программными системами (подсистемами/модулями) КИС. Эта стандартизация уже оформлена юридически (например, программные модули MRP I, MRP II, на которые существуют стандарты ISO) или применяется фактически (системы KANBAN, OPT, ERP и др.) [4].

Таким образом, логистическую технологию можно определить как стандартную (стандартизованную) последовательность (алгоритм) выполнения отдельной логистической функции и/или логистического процесса в функциональной области логистики и/или в ЛС, поддерживаемую соответствующей информационной системой и воплощающую определенную логистическую концепцию.

Кадровое обеспечение – это система подбора квалифицированных кадров при использовании двух видов источников – внутренних (имеющихся в организации) и внешних (найденные или привлеченные из внешней среды), имеющего своей целью обеспечить потребности организации в необходимом количестве специалистов в конкретные временные рамки.

В качестве элементов логистической инфраструктуры будем рассматривать следующие:

- транспортное хозяйство (транспортные средства, их ремонт, обслуживание и профилактика) и транспортные коммуникации;
- складская система (терминалы различного назначения, подъемно-транспортное, весоизмерительное и складское оборудование);
- торговые сети (супермаркеты, гипермаркеты, универсальные и специализированные магазины, торговое оборудование).

Таким образом, можно говорить о том, что неотъемлемой частью общей логистической системы, выполняющей роль связующего звена между системой производства и системой потребления товаров, в которой при помощи процессов транспортирования и складирования товар доставляется в определенное потребителем место и время – перемещается в пространстве и во времени (пространственно-временное преобразование товара) является логистическая система распределения. Построение и бесперебойное функционирование сети распределения невозможно представить без соответствующей системы логистического обеспечения товародвижения, от которого во многом зависит эффективность и ритмичность работы предприятия. Несмотря на кажущуюся очевидность, в настоящее время в литературных источниках отсутствует какое-либо единое определение данного понятия. Повысить эффективность распределительных сетей можно лишь определив составные элементы системы логистического обеспечения товародвижения и используя системный подход при ее формировании. Выбор адекватной системы логистического обеспечения позволяет восстанавливать единство и непрерывность относительно экономически обособленных в территориальном и временном аспектах разобщенных субъектов хозяйственной деятельности и обеспечить наличие необходимого товара в нужном месте и в нужное время реализуя при этом логистические функции, управление движением материальных запасов/товаров в границах функциональной области распределения и используя все возможные ресурсы логистической системы.

#### **Список использованных источников**

1. Дыбская, В. В. Логистика распределения: эффективные решения по управлению распределением и проектированию системы распределения / В. В. Дыбская // Управление цепями поставок – 2010. – № 5.
2. Национальный стандарт Российской Федерации. Интегрированная логистическая поддержка. Основные термины и определения: ГОСТ Р 53394-2009. – Введ. 01.07.2010. – Москва: Государственный стандарт Ростехрегулирования, 2010.
3. Никифоров, В. В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок / В. В. Никифоров. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 192 с.
4. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / В.И. Сергеев [и др.] ; под общ. и научн. ред. проф. В. И. Сергеева. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 976 с.



# МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК ПРЕДПРИЯТИЯ

М.Н. Ковалёв,

канд. экон. наук, доцент

Гомельский филиал Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Гомель

Разработка и реализация стратегии опережающего развития экономики в условиях глобализации предполагает концентрацию на таких (среди прочих) ключевых направлениях формирования нового технологического уклада, как глобальные информационные сети и интегрированные высокоскоростные транспортные системы [1]. По сути речь идет о развитии логистики. Необходимость внедрения логистических методов управления на макро- и микроуровне является актуальной проблемой экономики. Эта актуальность возрастает в условиях затянувшегося выхода мировой экономики из кризиса. В связи с этим представляют интерес вопросы анализа, моделирования и проектирования цепей поставок в системе SCM.

Известная концепция SCM (Supply Chain Management – «управление цепью/цепями поставок») предполагает, как правило, выполнение функций планирования, организации и контроля цепей поставок, звеньями которых являются поставщики сырья и материалов, изготовители продукции, посредники и потребители товаров. Д. Ламберт и Дж. Сток так определяют это понятие [2, с.51]: управление цепями поставок – это интегрирование ключевых бизнес-процессов, начинающихся от конечного пользователя и охватывающих всех поставщиков товаров, услуг и информации, добавляющих ценность для потребителей и других заинтересованных лиц. По их мнению, управление цепями поставок – это интеграция ряда ключевых бизнес-процессов.

Управление цепями поставок – это современная концепция управления, которая явилась развитием интегрированного подхода к логистике. По нашему мнению, управление цепями поставок есть не что иное, как совокупность управленческих решений по обеспечению поставок материальных ресурсов. Целями управления цепями поставок являются: минимизация совокупных логистических издержек, достижение максимальной прибыли или минимальных затрат отдельных звеньев.

По определению авторитетных специалистов в области логистики: «Цепь поставок – это три или более экономические единицы (организации или лица), напрямую участвующие во внешних и внутренних потоках продукции, услуг, финансов и/или информации от источника до потребителя» [3, с.161].

По нашему мнению, цепь поставок – совокупность попарно связанных звеньев, обеспечивающих доставку товаров от производителя до потребителя и доставку материальных ресурсов, необходимых для производства этих товаров, от поставщика до производителя. Звеньями цепи поставок могут быть юридические и физические лица, а также территориально удаленные подразделения юридических лиц. Вообще говоря, цепь поставок может быть образована двумя лицами: предприятие добывающей отрасли плюс потребитель сырья.

Сущность цепи поставок может быть проиллюстрирована простым примером. На рисунке 1 представлена однопродуктовая цепь поставок: поставщик поставляет производителю один вид материальных ресурсов через посредника, предприятие-производитель (ФК) доставляет один вид товара до потребителя через посредника. Центральным звеном этой цепи является предприятие-производитель (*фокусная компания*), цель которого заключается в увеличении прибыли и сокращении логистических издержек. Фокусной компанией может быть не только производитель товаров, но также посредник. В таком случае цепь упрощается: посредник представляет собой перевалочный пункт на пути движения материального ресурса от поставщика до потребителя. Такого рода цепь поставок называют расширенной, в отличие от прямой цепи поставок, в которой участвуют три лица [3, с.161–162]: 1) поставщик; 2) предприятие-производитель; 3) потребитель. На самом деле, по нашему мнению, в экономике существуют и двухзвенные цепи: 1) поставщик сырья (предприятие добывающей отрасли); 2) предприятие-потребитель.

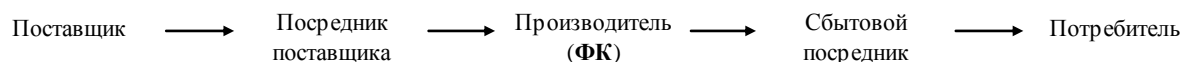


Рис. 1. Схема однопродуктовой цепи поставок

*Примечание.* Обозначение: ФК – фокусная компания, т. е. предприятие, с позиции которого анализируется цепь поставок

Все звенья цепи, за исключением первого звена (первого поставщика) и последнего (конечного потребителя), выступают в двух ролях:

- 1) в качестве покупателя (получателя) материальных ресурсов;
- 2) в качестве поставщика (отправителя).

Количество посредников может варьироваться от 0 до нескольких.

Поскольку цепь поставок трактуется как множество взаимосвязанных элементов, то ее можно рассматривать как систему, как логистическую систему, которая, в свою очередь, состоит из систем более низкого уровня (микрологистических систем) и в то же время является составной частью логистических систем мезо- и макроуровня.

Как всякая экономическая система цепь поставок имеет структуру и обладает рядом характерных свойств: надежности, управляемости, гибкости и адаптивности.

Структура системы «цепь поставок» определяется составом звеньев – предпринимателей, предприятий и организаций и их подразделений – и связями между ними.

Эффективность цепи поставок во многом зависит от ее надежности.

Совет по цепям поставок, описывая основные метрики SCOR-модели (процессно ориентированной модели управления цепями поставок), определяет надежность как «возможность выполнять поставленные задачи, оправдывая ожидания». Мы рассматриваем надежность цепи поставок как способность выполнять заданные функции в требуемых режимах. Надежность цепи поставок позволяет прогнозировать процесс поставок, показатели надежности ориентированы на клиента.

Понятие надежности связано с такими понятиями, как устойчивость, гибкость, реактивность (скорость реакции), жизнестойкость, адаптивность.

Для эффективного функционирования цепи поставок необходимо повышение либо постоянное поддержание ее надежности на должном уровне. Причиной снижения надежности является неопределенность в цепях поставок, которая вызвана отсутствием информации, недостатком информации, наличием искаженной и/или неактуальной информации, дублированием и избыточностью информации.

Снижение неопределенности является важнейшим требованием современного подхода создания интегрированных систем управления цепями поставок.

Свойство управляемости цепей поставок характеризует, с одной стороны, их способность адекватно реагировать на управляющие воздействия и, с другой стороны, возможность воздействовать на цепь поставок с целью изменения параметров поставок (номенклатуры, объемов, сроков, пунктов назначения, маршрутов и т.д.).

Свойство гибкости цепи поставок означает способность быстрой перестройки системы на поставки других товаров, объемов, с использованием другого транспорта, тары и т.д. Адаптивность системы «цепь поставок» есть ее способность приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды. Устойчивость и жизнестойкость цепи поставок являются производными от прочности и стабильности ее структуры, от характера и устойчивости связей между звеньями цепи.

Управление цепей поставок невозможно без проведения их анализа с помощью различных моделей. При построении моделей цепей поставок могут быть использованы методы сетевого управления [5]. Если представить цепи поставок графически, то они по внешнему виду представляют собой сети (рис. 2) [6]. В приведенной гипотетической цепи фокусная компания (звено 8) получает материальные ресурсы от трех поставщиков (звенья 1, 3, 7). Причем, поставщик №1 работает через посредников, поставщик №3 работает через посредников и напрямую, поставщик №7 осуществляет прямые поставки. Предприятие №8 осуществляет сбыт товаров также с использованием как прямого канала, так и косвенных каналов. В качестве сбытовых посредников выступают звенья 9, 10, 11, 14. Потребители обозначены номерами 12, 13, 15.

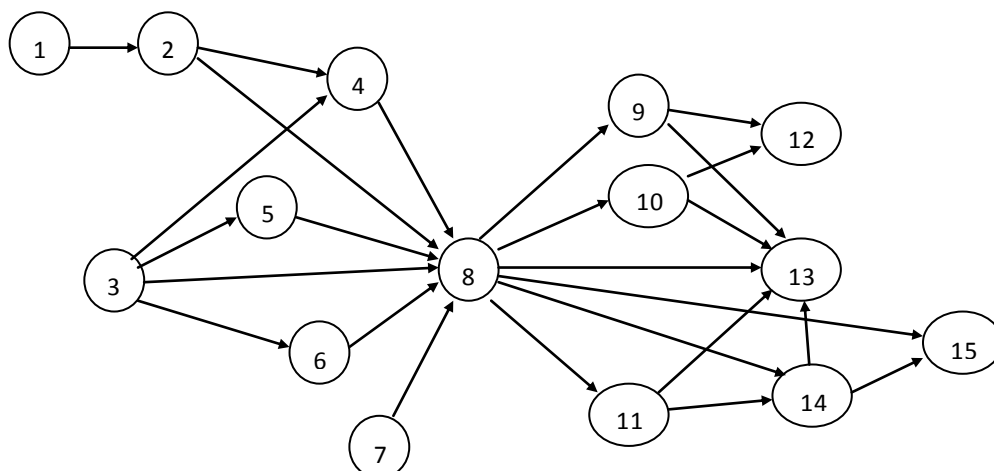


Рис. 2. Сетевая модель гипотетической цепи поставок

Примечание. Обозначения:  $\textcircled{n}$  – звено цепи и его номер,  $\rightarrow$  – материальный поток

Для упрощения анализа сети поставок введем понятия «центральное звено» сети и «подсеть». Центральное звено сети – это фокусная компания. Подсеть – часть сети, совокупность связанных звеньев. Выделим в сети левую и правую подсети. Левую подсеть образуют центральное звено и все звенья, которые участвуют в поставках материальных ресурсов фокусной компании. Правую подсеть образуют центральное звено, сбытовые посредники и потребители.

В отличие от классической сетевой модели управления данной модели присущи некоторые особенности (табл. 1):

- основными элементами цепи поставок являются звенья и материальные потоки;
- цели сетей различаются;
- в сетевой модели цепей поставок выделяются центральное звено и подсети;
- в традиционной модели есть исходное и завершающее события;
- динамическая модель управления разрабатывается для отдельного проекта, а сетевая модель цепей поставок относительно стабильна;
- отсутствует понятие «критический путь»;
- поставки одной подсети относительно независимы от поставок другой подсети.

Таблица 1

**Отличительные особенности сетевой модели цепей поставок**

Наименование свойства	Отличительные особенности	
	в традиционной сети	в цепи поставок
Сетевой график	Стрелками в сети изображаются отдельные работы, а кружками – события. Над стрелками указывается ожидаемое время выполнения работ	Стрелками в сети изображаются поставки, а кружками – звенья. Над стрелками можно указывать параметры поставок: номенклатуру, объемы, сроки, затраты
Наличие исходного и завершающего события	Путь от исходного события до завершающего события называется полным	Исходных и завершающих звеньев может быть множество
Стабильность сети	Динамическая модель разрабатывается для отдельного проекта	Модель может применяться многократно, подвергаясь изменениям
Наличие критического пути	Критический путь – наибольший по продолжительности путь графика	Отсутствует
Цель исследования и оптимизации	При управлении ходом комплекса работ внимание сосредотачивается на работах критического пути с целью его сокращения	Сокращение логистических затрат либо максимизация прибыли от продаж
Зависимость событий	Выполнение очередной работы невозможно до наступления соответствующего события	Поставки левой подсети относительно независимы от поставок правой подсети
Наличие центрального звена	Нет	В качестве центрального звена выступает фокусная компания
Деление на подсети	Нет	Выделяется левая и правая подсети

Для анализа и проектирования цепей поставок нами предложена сетевая модель [2; 3]. В сети поставок введем понятия «центральное звено» сети и «подсеть». *Центральное звено сети* – это фокусная компания. *Подсеть* – часть сети, совокупность связанных звеньев. Выделим в сети левую и правую подсети. Левую подсеть образуют центральное звено и все звенья, которые участвуют в поставках материальных ресурсов фокусной компании. Правую подсеть образуют центральное звено, сбытовые посредники и потребители.

Ниже в общем виде приведена математическая модель задачи минимизации внешних логистических издержек промышленного предприятия для многопродуктовых цепей поставок. Для этого отдельно рассмотрим плановые показатели закупок, продаж, издержек для левой и для правой подсети цепи поставок. Величину производственной программы приравняем к плану продаж товаров. Чтобы упростить задачу, допустим, что материальные ресурсы закупаются у поставщиков по одинаковым ценам, а реализуемые товары продаются покупателям по одинаковым ценам.

Потребность предприятия в закупках основных материалов на выполнение производственной программы в натуральном измерении:

$$M_l = \sum_{i=1}^m R_{li} \cdot Q_i, \quad (1)$$

где  $R_{li}$  – норма расхода  $l$ -го материала на  $i$ -ю деталь;  $m$  – число позиций деталей,  $Q_i$  – количество деталей, сборочных единиц, необходимых для выполнения производственной программы.

Стоимость  $l$ -го материала:

$$C_l = M_l \cdot p_l, \quad (2)$$

где  $p_l$  – цена  $l$ -го материала.

Плановое количество деталей, сборочных единиц, комплектующих изделий определяется на основе плана производства (продаж) с учетом применяемости деталей и узлов в изделиях:

$$Q_i = \sum_{j=1}^n P_j \cdot k_{ij}, \quad (3)$$

где  $P_j$  – план производства (продаж)  $j$ -го изделия;  $k_{ij}$  – применяемость  $i$ -ой детали в  $j$ -м изделии;  $n$  – количество номенклатурных позиций товаров.

Логистические издержки, связанные с закупками материальных ресурсов (затраты левой подсети цепи поставок):

$$Z_1 = \sum_{p=1}^u \sum_{l=1}^t Z_{lp}, \quad (4)$$

где  $Z_{lp}$  – издержки доставки  $l$ -го материала от  $p$ -го поставщика;  $u$  – число поставщиков;  $t$  – номенклатура материалов.

План продаж определяется на основе маркетинговых исследований целевых рыночных сегментов:

$$P_j = \sum_{k=1}^w P_{jk} \cdot r_j, \quad (5)$$

где  $P_{jk}$  – план продаж  $j$ -го изделия  $k$ -му сегменту;  $r_j$  – цена  $j$ -го изделия;  $w$  – количество сегментов.

Логистические издержки, связанные с реализацией товаров (затраты в правой подсети):

$$Z_2 = \sum_{k=1}^w \sum_{j=1}^n S_{jk}, \quad (6)$$

где  $S_{jk}$  – издержки доставки  $j$ -го товара на  $k$ -й сегмент.

Целевая функция – минимизация общих логистических издержек фокусной компании, связанных с закупками и сбытом:

$$Z = Z_1 + Z_2 \rightarrow \min. \quad (7)$$

Ограничения:

$$0 \leq \sum_{p=1}^u Z_{lp} \leq \frac{N_l \cdot C_l}{100}, \quad (8)$$

где  $N_l$  – норматив транспортных затрат для  $l$ -го материала, %:

$$0 \leq \sum_{k=1}^w S_{jk} < G_j, \quad (9)$$

где  $G_j$  – издержки производства и реализации  $j$ -го товара.

В результате решения этой задачи определяется набор поставщиков материальных ресурсов и объемов этих поставок, а также выбор звеньев сбытовой сети и распределение между ними товаров.

Важнейшую роль в системе SCM играет проектирование цепей поставок, которое заключается, главным образом, в определении звеньев цепей поставок с позиции фокусного предприятия и установлении связей между ними. Нами предлагается вариант методики проектирования цепей поставок, механизм которого представлен в [7].

При проектировании цепей поставок следует различать цепи поставок на входе в логистическую систему фокусной компании, которые обеспечивают входные материальные потоки, и на выходе из логистической системы – выходные материальные потоки. От этого зависят критерии отбора звеньев цепей поставок.

Важно также учитывать особенности применяемых технологий в производстве, требования и ограничения производственной логистики фокусной компании.

Проектирование цепи поставок на входе в логистическую систему зависит от целей закупочной логистики и включает следующие этапы:

- 1) формулирование назначения и целей цепи поставок;
- 2) формулирование критериев эффективности при отборе звеньев;
- 3) определение ограничений;
- 4) поиск производителей материальных ресурсов;
- 5) отбор вариантов производителей (генеральных поставщиков) с учетом ограничений;
- 6) оценка поставщиков;
- 7) выбор поставщика на основании критерия;
- 8) поиск и отбор вариантов посредников;
- 9) оценка посредников;
- 10) выбор посредников на основании критерия (критериев);
- 11) определение параметров функционирования ЦП (номенклатуры сырья, материалов и комплектующих, объемов и периодичности поставки, вида транспорта и др.);
- 12) установление связей с поставщиком и посредниками.

Если в соответствии с критериями выбор был остановлен на производителе материальных ресурсов, и он может играть роль прямого поставщика, то процесс определения звеньев цепи поставок на этом может быть прекращен. В итоге будет сформирована короткая цепь на входе в логистическую систему фокусной компании, которая включает одно звено.

В качестве критерия (критериев) выбора могут выступать:

- лучшее качество поставляемого ресурса;
- минимальная цена ресурса;
- лучшие условия поставки;
- наиболее качественный сервис;
- минимальная территориальная удаленность поставщика;
- минимальные логистические издержки доставки ресурса;
- высшая надежность поставщика;
- особые («близкие») отношения с поставщиком.

При выборе поставщика следует руководствоваться ограничениями:

- политическими, такими, например, как действие эмбарго, введенного ООН на вывоз товаров из той или иной страны;
- финансовыми;
- таможенными;
- количественными (на величину партии поставки);
- имиджевыми (низкая репутация поставщика) и другими.

Проектирование цепи поставок на выходе из логистической системы фокусной компании включает следующие этапы:

- 1) формулирование целей цепи поставок;
- 2) сегментация рынка;
- 3) анализ рыночных сегментов и выбор целевого рынка;
- 4) позиционирование товаров на рынке;
- 5) формулирование критериев эффективности для каналов распределения товаров;
- 6) определение ограничений для каналов распределения товаров;
- 7) оценка и выбор каналов распределения товаров с учетом критерия и ограничений.

Если в результате выбран прямой канал сбыта, то следует позаботиться об использовании или формировании собственных сбытовых сетей. Если выбор остановился на косвенных каналах распределения товаров, то процесс отбора звеньев продолжается:

- 8) поиск посредников;
- 9) отбор вариантов посредников с учетом ограничений;
- 10) оценка посредников;
- 11) выбор посредников на основании критерия (критериев);
- 12) определение параметров функционирования ЦП (номенклатуры товаров, объемов и периодичности поставки, вида транспорта и др.);
- 13) установление связей с посредниками.

При выборе звеньев цепи распределения товаров (сбытовых посредников) критерии будут несколько иными:

- максимальная рентабельность продаж;

- лучшие условия поставки;
- минимальные логистические издержки в цепи распределения товаров;
- высшая степень надежности и лучшая репутация посредника;
- особые отношения с посредником.

Установление связей с поставщиками и посредниками может не привести к достижению договоренности о сотрудничестве. В таком случае следует вернуться к поиску и выбору новых звеньев ЦП.

Важнейшей и наиболее сложной задачей проектирования цепей поставок является интеграция ЦП – достижение согласованного взаимодействия звеньев ЦП на основе взаимной заинтересованности сторон. Как правило, у независимых звеньев цепей поставок интересы и цели различаются, порой диаметрально противоположно. Договариваясь о сотрудничестве, следует стремиться достижения консенсуса, применять гибкость, идти на компромиссы. В роли интегратора ЦП при условии наличия сильной рыночной позиции может и должна выступать фокусная компания.

Представленные подходы к исследованию и проектированию цепей поставок могут быть полезны не только для производственных предприятий, но также для посреднических структур, логистических провайдеров и интеграторов. Сетевая модель является удобным инструментом проектирования интегрированных цепей поставок.

### **Список использованных источников**

1. Глазьев, С. Ю. Стратегии опережающего развития / С. Ю. Глазьев // Наука и практика. – 2013. – № 1(9). – С. 41–49.
2. Сток, Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Джеймс Р. Сток, Дуглас М. Ламберт. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 831 с.
3. Дыбская, В. В. Логистика: учебник / В. В. Дыбская [и др.]; под ред. В. И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2011. – 944 с.
4. Ковалев, М. Н. Управление материальными потоками в логистической системе предприятия / М.Н. Ковалев. // Наука и практика. – 2013. – №1(9). – С. 119–129.
5. Шикин, Е. В. Математические методы и модели в управлении / Е. В. Шикин, А. Г. Чхартишвили. – М.: Дело, 2000. – 440 с.
6. Ковалёв, М. Н. Сетевая модель цепей поставок / М. Н. Ковалёв // Логистика и управление цепями поставок. – 2014. – № 2. – С. 22–37.
7. Ковалёв, М. Н. Моделирование цепей поставок в промышленности / М. Н. Ковалёв // Вестник Гомельского государственного университета им. П. О. Сухого. – 2014. – № 1. – С. 117–124.

## **РАЗРАБОТКА ПРИНЦИПОВ РАБОТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С СУБЪЕКТАМИ СОВМЕСТНОЙ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ**

**Р.А. Лизакова**

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой «Маркетинг»  
*Учреждение образования*  
*Гомельский государственный технический университет*  
*имени П.О. Сухого, г. Гомель*

**А.Ю. Бердин**

ст. преподаватель  
*Учреждение образования*  
*Гомельский государственный технический университет*  
*имени П.О. Сухого, г. Гомель*

В современных экономических условиях ни одно массовое производство не может заниматься распределением произведенных товаров без разветвленной системы товаропроводящей сети (далее ТПС). С целью оптимизации доведения продукции до целевых потребителей и максимального охвата приоритетных рынков производители учреждают различные субъекты ТПС совместно со своими партнерами. Но, не смотря на тот факт, что в рамках одной ценностной цепочки производитель и его субъекты ТПС действуют в рамках одного вектора оптимизации хозяйственной деятельности, на микроэкономическом уровне они являются контрагентами, т.к. имеют диаметрально противоположные хозяйственные цели в отношении друг – друга [1,3].

При этом успешная реализация маркетинговых стратегий невозможна без выработки совокупности принципов, обеспечивающих направленность, структурированность, последовательность и непротиворечи-

вость маркетинговой деятельности на всех этапах реализации. Нельзя приступать к осуществлению конкретных маркетинговых мероприятий без определения, структурирования и всестороннего анализа, учитывающего специфику отрасли, всех потенциальных проблемных вопросов, возникающих в ходе реализации стратегии маркетинга, особенно при взаимодействии с субъектами ТПС, от которых непосредственно зависит поступление финансовых средств и коммерческая эффективность функционирования предприятия [2, 3].

Таким образом, необходимо регламентировать и оптимизировать приоритетные аспекты взаимодействия предприятия с его субъектами ТПС. Первоначально предлагается определить базовые принципы, на которых должно основываться создание и функционирование субъектов совместной ТПС. Совокупность доминантных принципов представим в таблице 1.

Таблица 1

**Принципы, предлагаемые для обязательного отражения в положении о создании, функционировании субъектов совместной ТПС**

Принципы	Характеристика
Декларирование форм распределения	Указывается посредством, каких распределительных форм осуществляется сбыт продукции
Обозначение статуса субъектов	Обозначается тип субъектов ТПС, указывается форма отношения к ним предприятия
Декларирование стратегии	Прописывается стратегия, главная цель, конкретные задачи всех элементов распределительной системы
Управляемость системой	Обозначается административный центр ответственности, определяются рычаги воздействия
Зональность сбыта	Разграничиваются сбытовые регионы между субъектами распределительной системы
Регулируемость функционирования	Прописываются механизмы регулирования оперативного функционирования распределения
Единообразие стандартов коммуникации	Определяются константные значимые элементы фирменного стиля, товарного окружения, принципов взаимодействия с потребителями, уровня сервиса
Разграничение обязанностей	Декларируются обязанности всех участников распределительной цепи
Обусловленная ответственность	Обозначается ответственность за невыполнение задекларированных обязательств

Источник: разработка автора

На основе принципов, изложенных в таблице 1, предлагается разработать типовое положение о создании и функционировании субъектов совместной ТПС.

Предлагаемое типовое положение создания, деятельности и распределительной политики субъектов совместной ТПС промышленного предприятия:

- 1) деятельность субъектов совместной ТПС направлена на достижение максимальной эффективности реализации продукции и обеспечение долгосрочной конкурентоспособности головного предприятия;
- 2) субъекты совместной ТПС позиционируют себя, как официальные представители головного предприятия, осуществляя соответствующую рекламу, соблюдают фирменный стиль, участвуют в выставках, маркетинговых исследованиях.
- 3) субъектами товаропроводящей сети обеспечивается максимальный уровень сервиса для клиентов, проводится интенсивная работа по удержанию реальных и привлечению потенциальных конечных потребителей продукции головного предприятия.
- 4) субъекты товаропроводящей сети осуществляют ежемесячную отчетность по соответствующим формам, разрабатываемым головным предприятием;
- 5) субъекты совместной ТПС производят обязательную ежемесячную выборку и оплату продукции в соответствии с доведенными головным предприятием месячными квотами потребления по видам продукции;
- 6) субъекты товаропроводящей сети строго соблюдают предложенные головным предприятием методы регулирования уровня цен для потребителей;
- 7) субъекты совместной ТПС по согласованию с головным предприятием должны развивать соответствующую инфраструктуру включающей в себя складские и офисные помещения, обеспечивающие наиболее полное удовлетворение потребностей покупателей продукции головного предприятия;
- 8) ценообразование на продукцию осуществляется в соответствии с законодательством той страны, в которой осуществляет свою деятельность субъект совместной ТПС;
- 9) субъекты совместной ТПС строго соблюдают оговоренную зону основной ответственности реализации продукции (при условии регионального принципа организации ТПС).

После того, как мы определили базовые принципы, определяющие маркетинговые ориентиры в работе субъектов совместной ТПС предприятия, нам необходимо обусловить взаимодействие наших контрагентов в рамках планирования и реализации ценовой политики. Совокупность принципов, на которых предлагается основывать формирование системы взаимоотношений производителя и его субъектов совместной ТПС в процессе управления ценовой политикой, представим в таблице 2.

**Принципы, предлагаемые для обязательного отражения в положении о ценообразовании предприятия при работе с субъектами совместной ТПС**

<b>Принципы</b>	<b>Характеристика</b>
Законность	Ценообразование должно осуществляться в соответствии с законодательством Беларуси и страны контрагента
Непротиворечивость	Интересы одних участников сбытовой цепочки не должны превалировать над остальными интересами
Стратегическая прозрачность	Должна быть обозначена ценовая стратегия, принцип формирования различных уровней цены
Адекватность	Определяются факторы влияния на ценообразование, обуславливаются риски и возможные экстремумы
Обусловленность	Устанавливаются базисы ценообразования, привязка к рыночной конкурентной ситуации и прочим объективным факторам
Последовательность	Вырабатываются принципы разграничения и соотношения транзакционных издержек
Обоснованность	Каждое изменение цен должно быть соответствующим образом обосновано
Стабильность	Уровень цен не должен изменяться внезапно и произвольно: сроки, условия, пределы
Ответственность	Прописывается ответственность за нарушение условий положения о ценообразовании

Источник: разработка автора

На основе принципов, изложенных в таблице 2, предлагается разработать типовое положение о ценовой политике субъектов совместной ТПС.

Предлагаемое типовое положение о формировании политики ценообразовании субъектов совместной ТПС промышленного предприятия:

- 1) уровень отпускных цен в адрес субъектов ТПС формируется производителем в соответствии с законодательством Республики Беларусь;
- 2) субъекты ТПС формируют уровень собственных отпускных цен в целевом регионе в соответствии с законодательством страны месторасположения конкретного субъекта ТПС;
- 3) предприятия-соучредители с целью обеспечения возможности развития и рентабельности функционирования утверждают для субъектов совместной ТПС плановый среднегодовой уровень рентабельности реализации продукции;
- 4) текущее значение уровня рентабельности реализованной продукции субъектов совместной ТПС в зависимости от сезонного периода или конкретной сложившейся рыночной ситуации, по решению совета учредителей, может быть ниже или выше запланированного среднегодового уровня;
- 5) уровень отпускных цен в адрес совместной ТПС регулируется производителем посредством проведения мониторинга динамики отпускных цен по конкретному региону в адрес конечного потребителя;
- 6) при ценообразовании в адрес субъектов ТПС производитель принимает в расчет, заранее оговоренные советом учредителей, совокупность издержек, не относимых на счет прибыли совместной ТПС: затраты на транспортировку, оформление, погрузочно – разгрузочные работы и складирование продукции;
- 7) изменение уровня отпускных цен производителя в адрес субъектов ТПС происходит в соответствии с изменением конъюнктуры конкретного рыночного региона. Каждое изменение уровня отпускных цен, как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения сопровождается написанием и утверждением на предприятии ценового обоснования. Остальные учредители информируются об минимум за три дня перед изменением уровня цен;
- 8) субъект ТПС письменно оповещается об изменении уровня отпускных цен в его адрес не позднее, чем за три дня, до момента вступления в силу новых отпускных цен.

Производителю и его субъектам совместной ТПС необходимо также заниматься продвижением продукции, а, следовательно, и реализацией мероприятий в рамках коммуникационной политики. Принципы, на которых предлагается строить взаимодействие предприятия – производителя и его субъектов совместной ТПС в рамках планирования и реализации коммуникационной политики представим в таблице 3.



**Принципы, предлагаемые для обязательного отражения в положении о коммуникационной политике предприятия при работе с субъектами совместной ТПС**

<b>Принципы</b>	<b>Характеристика</b>
Акцентирование	Цели, задачи и целевые направления стратегии коммуникации должны быть четко обозначены
Координация	Все элементы коммуникационной политики должны быть скоординированы на всех уровнях реализации
Стратегическая адаптивность	Как минимум один из блоков комплекса коммуникации должен быть направлен на нивелирование будущих потенциальных микро- и макроэкономических деформаций целевых рынков
Последовательность	Комплекс коммуникационных мероприятий не должен реализовываться хаотично и безвекторно
Унификация элементов	Элементы коммуникации на всей цепочке продвижения должны быть единообразными
Достаточность	Плотность информационного потока не должна быть чрезмерной, также минимальные затраты должны обуславливать максимальное достижение целей
Взаимное дополнение	Необходимо стремиться достичь максимального синергетического эффекта политики коммуникации
Анализ эффективности	Наличие конкретных заранее обозначенных критериев эффективности, отражающих достижение изначально установленных целей и задач
Обусловленная ответственность	Наличие взаимной ответственности за реализацию коммуникационной стратегии на всех уровнях

Источник: разработка автора

На основе принципов, изложенных в таблице 3, предлагается разработать типовое положение о коммуникационной политике субъектов совместной ТПС.

Предлагаемое типовое положение о коммуникационной политике субъектов совместной ТПС промышленного предприятия:

- 1) совет учредителей определяет стратегию, цели и задачи и формы реализации коммуникационной политики субъекта совместной ТПС. Цели и задачи должны быть обоснованы и задекларированы в данном положении;
- 2) коммуникационная политика совместной ТПС должна быть скоординирована со стратегией коммуникации предприятия – производителя. Совет учредителей осуществляет координацию и контроль реализации коммуникационной политики субъектов совместной ТПС;
- 3) стратегия коммуникации должна учитывать не только текущие, но и стратегические интересы всех учредителей и обеспечивать базу для адаптивной и эффективной реализации маркетинговых планов производителя;
- 4) на основе задекларированных целей и задач продвижения, а также полученных стандартов коммуникации субъект совместной ТПС разрабатывает, а совет учредителей координирует и утверждает план и бюджет годичной коммуникационной компании субъектов совместной ТПС;
- 5) производитель предоставляет совместной ТПС согласованные советом учредителей стандарты сбыта и коммуникации: требуемый пакет элементов фирменного стиля, товарного окружения, средств и методов коммуникации. Субъект совместной ТПС обязан придерживаться полученных стандартов;
- 6) политика коммуникации должна соответствовать отраслевой специфике, месту производителя на рынке и учитывать характер распределения продукции и факторы мотивации контрагентов на всех уровнях;
- 7) коммуникационная политика совместной ТПС должна дополнять стратегию коммуникации производителя, а также прочих учредителей и за счет взаимодополняемых мероприятий усиливать целевой образ предприятия;
- 8) должны быть сформированы четкие критерии оценки эффективности коммуникационной политики для субъектов совместной ТПС, учитывающие цели и задачи стратегии коммуникации, как субъекта ТПС, так и учредителей;
- 9) учредители и субъект ТПС несут взаимную ответственность за реализацию коммуникационной политики. Должны быть назначены ответственные лица за реализацию стратегии коммуникации с каждой стороны.

Таким образом, производители, используя выработанные принципы, а также разработанные положения, могут достичь максимальной синергии при реализации коммуникационной политики на всех уровнях распределения продукции. Это позволит оптимизировать затраты на продвижение, нивелировать эффекты взаимного коммуникационного каннибализма и улучшить информационный охват целевых массивов контрагентов. Непродуманная, а тем более разновекторная коммуникационная политика может не только

лишить клиентов ориентиров при позиционировании, но и обусловить наличие несоответствия полученного результата сформировавшимся ожиданиям, что является крайне негативным фактом.

Но даже при условии, что субъект ТПС является совместной собственностью производителя и его торгового партнера, возникает закономерная дихотомия краткосрочных коммерческих интересов относительно процессов ценообразования, распределения и контроля. Коммерческие цели партнеров могут открыто расходиться с принципами и задачами производителя. Таким образом, возникает факт недобросовестного ведения бизнеса, намеренного искажения информации и подрыва экономической безопасности контрагента. Ликвидация же или замена субъекта ТПС в краткосрочном и даже среднесрочном периоде может обернуться для производителя потерей рынка. В связи с этим необходимо определить принципы осуществления контроля со стороны производителя за деятельностью его совместной ТПС [1,2]. Предлагаемые принципы представим в таблице 4.

Таблица 4

**Принципы, предлагаемые для обязательного отражения  
в положении о контроле субъектов совместной ТПС со стороны производителя**

Принципы	Характеристика
Легитимность	Формы и методы контроля не должны нарушать общих юридических норм, а также прописанных и согласованных сфер и рамок проведения
Направленность	Контролирующая деятельность должна иметь свои задачи, контроль должен быть акцентированным, а не тотально – повсеместным
Обоснованность	Контроль не должен являться чрезмерным, а затрагивать только те области, которые непосредственно касаются взаимной деятельности
Непротиворечивость	Одни формы контролирующей деятельности не должны дублировать или противоречить другим формам, а также вышеуказанным принципам
Структурность	Формы предоставления данных должны быть удобными, понятными, структурированными, а также согласованными
Периодичность	Установление периодичности предоставления текущей отчетности и временных рамок комплексных проверок и ревизий
Персонификация	За каждым элементом контролирующей деятельности с каждой стороны должен быть закреплен ответственный сотрудник
Ответственность	Наличие ответственности за не предоставление обосновано требуемых данных и за наличие нарушений, выявленных в ходе проверок и ревизий

Источник: разработка автора

На основе принципов, изложенных в таблице 4, предлагается разработать типовое положение для контроля деятельности субъектов совместной ТПС.

Предлагаемое положение о контроле субъектов совместной ТПС промышленного предприятия:

- 1) субъекты совместной ТПС должны не позднее двадцатого декабря предшествующего года предоставить и утвердить на совете учредителей бизнес – план организации на текущий год;
- 2) субъекты совместной ТПС ежеквартально в срок не позднее двадцатого числа месяца, следующего за отчетным кварталом, предоставляют всем учредителям квартальный бухгалтерский баланс со всеми приложениями и пояснительной аналитической запиской к балансу; годовой баланс вместе с пояснительной аналитической запиской предоставляется в срок не позднее девяноста дней с момента окончания отчетного года;
- 3) не реже одного раза в полугодие осуществляется проверка деятельности субъекта совместной ТПС, непосредственно на месте комиссией, сформированной из компетентных и уполномоченных представителей всех учредителей данного субъекта ТПС;
- 4) не реже одного раза в квартал организуются деловые совещания представителей всех учредителей и руководителей субъекта совместной ТПС с целью обсуждения спорных вопросов, утверждения объемов квот, совместной разработки стратегии маркетинговой кампании, доведение директив и мнения совета учредителей до руководителей субъектов совместной ТПС;
- 5) субъекты совместной ТПС должны не позднее последнего дня текущего месяца предоставлять на головное предприятие, заранее обусловленные и согласованные со всеми учредителями субъекта ТПС формы отчетности касательно анализа рыночной ситуации (конкуренты, динамика цен, структура отгрузок, клиентская база, тенденции и прогнозы) в своем целевом регионе;
- 6) производитель, за подписью уполномоченного члена совета учредителей субъекта ТПС, может в случае необходимости затребовать любую официальную информацию, касающуюся деятельности субъекта совместной ТПС. Информация должна быть предоставлена в кратчайшие сроки;
- 7) при необходимости оперативного мониторинга хозяйственной деятельности производитель, по предварительной договоренности с субъектом совместной ТПС и остальными учредителями, командует сотрудников компетентных служб для анализа конкретных аспектов и направлений деятельности субъекта ТПС;

- 8) получение информации от субъектов совместной ТПС должно быть делегировано и закреплено за конкретными сотрудниками производителя.

Следование вышеизложенным принципам контроля деятельности совместных субъектов ТПС даст возможность предприятиям не позволить своим контрагентам заниматься явной дезинформацией и следовать исключительно своим коммерческим целям.

В целом же использование промышленными предприятиями в своей хозяйственной практике предложенных принципов организации работы с субъектами совместной ТПС и типовых положений, разграничивающих сферу интересов контрагентов, позволит производителям существенно снизить потенциальные коммерческие риски и изначально нивелировать потенциальные злоупотребления со стороны партнеров.

#### **Список использованных источников**

1. Бердин, А. Ю. Организация товаропроводящих сетей предприятия как базовая составляющая стратегического планирования маркетинга / А. Ю. Бердин // Потребительская кооперация. – 2010. – № 2. – С. 17–21.
2. Бердин, А. Ю. Специфика стратегии распределительной политики предприятий промышленности строительных материалов / А. Ю. Бердин // Вестник Гомельского государственного технического университета имени П.О. Сухого. – 2011. – № 3. – С. 104–111.
3. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий. – 2008. – 376 с.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ АУТСОРСИНГА И РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**О.В. Верниковская**

канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования*

*«Белорусский государственный экономический университет», г. Минск*

Аутсорсинг логистики — это не просто один из способов повышения эффективности управления деятельностью предприятия, но и инструмент, способствующий оптимизации модели логистики, получению наибольшего эффекта за счет сосредоточения на основной корпоративной деятельности и передачи инфраструктурных функций внешним специалистам. С переходом на инновационный путь развития национальной экономики нашей страны популярность аутсорсинга значительно возросла.

Понятие «аутсорсинг» появилось в научной литературе относительно недавно. Термин «аутсорсинг» («outsourcing») происходит от английских слов «outside resource using» — «использование внешних ресурсов». В международной бизнес-практике этот термин определяет последовательность организационных решений, суть которых состоит в передаче некоторых, ранее самостоятельно реализуемых организацией функций или видов деятельности, внешней организации или, как принято говорить, «третьей стороне».

Современный аутсорсинг охватывает все отрасли промышленного производства. Результаты успешного аутсорсинга кумулятивно воздействуют на другие секторы экономики, ее диверсификацию, создание инновационных проектов на основе частно-государственного партнерства.

Аутсорсинг в целом предполагает концентрацию управления на разработке стратегии и определении путей развития организации с формализацией всего, что связано с проектированием, внедрением, эксплуатацией и сопровождением.

Аутсорсинг можно классифицировать по сферам применения на:

- 1) Аутсорсинг сферы вспомогательного производства.

Аутсорсинг сферы производства затрагивает, в первую очередь, вспомогательное производство — обеспечение основного производства технологическим оснащением, электроэнергией, транспортом, ремонт оборудования, изготовление вспомогательных устройств и т.п. Отказ от самостоятельного выполнения функций вспомогательного производства позволяет организации специализироваться в основной своей деятельности. Сокращение соответствующих подразделений, ответственных за реализацию функций вспомогательного производства, высвобождает ресурсы организации (сокращение и декапитализация). Это способствует существенному сокращению расходов и развитию стратегически важных направлений, в том числе современных технологий и научно-исследовательской деятельности, акцентированию внимания руководства на интеллектуальном капитале организации.

- 2) Аутсорсинг сферы основного производства.

Аутсорсинг сферы основного производства — стратегическое решение, направленное на глобальную интеграцию организации в национальную и/или транснациональную производственную сеть. В зависимо-

сти от уровня развития и жизненного цикла отрасли, жизненного цикла отдельных продуктов, доступности международных источников ресурсов, эффективности использования ресурсов, внутренних резервов и внешних возможностей с учетом особенностей конкурентной среды степень аутсорсинга основных производственных функций и форма организации взаимоотношений с аутсорсерами может различаться. Аутсорсинг сферы основного производства — принцип организации деятельности всех промышленных транснациональных компаний.

### 3) Аутсорсинг сферы управления.

Аутсорсинг сферы управления связан с повышением требований к квалификации управляющих, а также с широким использованием информационных технологий управления. Для определения возможностей и основных направлений аутсорсинга функций управления организацией необходимы:

- а) концентрация внимания менеджмента организации на основных составляющих цепочки создания стоимости;
- б) выбор индивидуального подхода ко всем функциям управления с точки зрения их уникальности и стратегической важности.

Аутсорсинг сферы управления организацией способствует широкому распространению новых методов, инструментов и технологий управления, повышению квалификации менеджеров среднего звена.

Наряду с формированием качественно нового уровня менеджмента, аутсорсинг сферы управления организацией позволяет:

- сосредоточить внимание на развитии тех функций, которые имеют существенное значение для обеспечения конкурентоспособности;
- определить направления организационного развития и создать условия для успешной реализации новых проектов;
- привлечь к управлению организацией знания и опыт специалистов высокого класса (в отличие от традиционного консалтинга аутсорсинг функций управления организацией предполагает ответственность аутсорсера за деятельность организации);
- осуществить переход на современные информационные технологии управления;
- снизить расходы на управление.

Аутсорсинг сферы управления охватывает финансовую деятельность, а также разработку и сопровождение проектов организационного развития или отдельных функций, например: выявление, оформление и предъявление стратегических интересов собственника; стратегический мониторинг; поиск, формирование идеи развития организации; построение стратегических альтернатив; обеспечение стратегического выбора; бизнес-планирование на основе выбранной стратегии; построение и поддержание системы управления реализацией стратегии (мультипроектное управление).

### 4) Аутсорсинг сферы услуг.

Аутсорсинг сферы услуг охватывает различные по своему содержанию виды деятельности организации, связанные с удовлетворением потребности общества в услугах, а также те обслуживающие бизнес-процессы, которые являются частью бизнес-системы и обеспечивают ее функционирование. Аутсорсинг сферы услуг связан, прежде всего, с технологической специализацией производителей и расширением спектра сложных и наукоемких видов услуг. Отмечается значительный рост объемов деловых услуг (включая кредитно-финансовые и страховые), а также услуг телекоммуникации.

Аутсорсинг сферы услуг рассматривается в двух основных аспектах, различающихся направлением потока услуг:

- делегирование внешней организации-аутсорсеру функций обслуживания конечных потребителей, ранее выполнявшихся специальными службами, отделами, подразделениями организации-клиента (удовлетворение потребностей рынка);
- приобретение услуг специализированных организаций-аутсорсеров по реализации функций, ранее выполнявшихся организацией-клиентом самостоятельно (удовлетворение внутренних потребностей организации-клиента).

Таким образом, аутсорсинг – широкое понятие, объединяющее различные формы взаимовыгодного сотрудничества. К аутсорсингу в частности можно отнести:

- использование услуг специализированных организаций для решения внутренних проблем компании (например, разработки проектов, кадрового обеспечения, обучения персонала);
- приобретение у сторонних компаний услуг по реализации отдельных бизнес-процессов (например, в сфере логистики, информационного и финансового обслуживания и т.п.);
- вынесение производства (частично или полностью) в регионы с более дешевой рабочей силой;
- реализацию проектов (частично или полностью) силами внешних организаций, располагающих необходимыми ресурсами, в том числе высококвалифицированным персоналом;

- вынесение части активов за пределы предприятия, создание дочерних фирм и совместных предприятий для выполнения отдельных видов деятельности [1].

В современных условиях развития аутсорсинга любое коммерческое предприятие ставит целью получение прибыли, которая является основой для расширения бизнеса и социального развития. В свою очередь, получение прибыли в условиях рынка – результат синергетического эффекта взаимодействия самостоятельных систем. Величина синергетического эффекта определяется результатами работы каждой системы в отдельности, а именно: системы маркетинга, логистики, информации, коммуникации, мотивации, контроля и др. При этом доминируют результаты работы логистической и маркетинговой системы.

Механизм аутсорсинга является современным методом создания высокоэффективных и конкурентоспособных организаций в условиях жесткой конкуренции. Компания-аутсорсер раньше любой отраслевой фирмы знакомится с новыми разработками, поскольку именно это и есть ее ключевая специализация, что впоследствии дает весомые конкурентные преимущества ей и ее клиентам.

Аутсорсинг в логистике предполагает оптимизацию управления материальными потоками с привлечением менеджмента внешних организаций и определение путей развития организации в целом с формализацией всего, что связано с исследованием рынка сырья, внедрением эффективных каналов распределения, эксплуатацией транспорта, погрузочно-разгрузочного оборудования и сопровождением грузов.

Мировой опыт свидетельствует: 75 % аутсорсинговых проектов ориентированы на оптимизацию логистических бизнес-процессов и, в конечном итоге, на уменьшение расходов компании, 21 % – на повышение качества предоставляемых клиентам услуг, что в результате приводит к увеличению доходов, и 4 % – на создание новых услуг, расширение рынка и опять же увеличение доходов.

Основными предпосылками формирования и развития организационного механизма логистики являются:

- глобализация рынка с характерной для него интенсивностью товарно-материальных, финансовых и информационных потоков;
- формирование интегрированных организационных структур с доминированием сетевой торговли;
- увеличение скорости и сложности потокопроцессов, особенно при реализации экспортно-импортных операций;
- сокращение количества участников, звеньев логистических цепей и каналов распределения в результате использования элементов аутсорсинга в режиме «В-to-B», когда часть бизнеса передается на исполнение внешней компании с применением электронных технологий.

Основная цель системы аутсорсинга в логистике — это снижение совокупных затрат, времени исполнения полученного заказа в режиме повышения качества работы (услуги) по управлению цепочками поставок.

Актуальными задачами аутсорсинга для логистических систем являются рационализация и оптимизация хозяйственных связей и звеньев логистических цепей в целях сокращения логистических издержек, в том числе трансакций.

Благодаря использованию системы логистического аутсорсинга становится возможным улучшить эффективность управления компанией в результате повышения уровня управления потокопроцессами. При этом происходит сокращение расходов на собственную инфраструктуру, так как оплачиваются только услуги аутсорсинговой фирмы, компании.

Компании, использующие логистический аутсорсинг, приобретают ряд преимуществ. Среди них:

- концентрация предприятия на основном виде деятельности;
- повышение организационной гибкости предприятия;
- повышение качества выполнения непрофильных логистических бизнес-задач;
- оперативность в принятии решений в области внутренней и внешней логистики;
- инновационные методы в работе;
- увеличение инвестиционной привлекательности;
- разделение рисков между заказчиком и компанией-аутсорсером;
- снижение или отсутствие расходов на содержание и обучение собственного штата специалистов.

Наряду с целями, задачами, принципами организации логистического аутсорсинга, главной компонентой представленной концепции является обратная связь, отражающая степень удовлетворенности конечного потребителя.

Основополагающими критериями обоснования целесообразности использования системы аутсорсинга в логистике являются:

- определение значимости каждой позиции бизнес-процесса с учетом сложности исполнения, себестоимости работ и наличия корпоративных ресурсов;

- принятие решения по стратегии снабжения, а именно: какие детали закупать или изготавливать самостоятельно, а какие приобретать по контракту аутсорсинга;
- обоснование причин невозможности обеспечения требуемого качества, уровня снижения затрат, высвобождения дефицитных ресурсов, оборудования, высококвалифицированной рабочей силы;
- обоснование причин отказа от аутсорсинга в связи с отсутствием надежных поставщиков строительных услуг, возможной потенциальной зависимостью от монополии поставщика, понижением оперативности принятия управленческого решения и контроля;
- обеспечение качества и сокращение времени отдельных видов работ.

Многообразный логистический процесс аутсорсинга включает в себя снабжение, транспорт, хранение, распределение, управление заказами, запасами и др.

Условно аутсорсинг логистических услуг можно разделить на пять групп.

**Транспортно-экспедиционные услуги.** Как правило, транспортную услугу заказывают те компании, в которых уже существует отдел экспедирования. В этом случае транспортная компания выполняет только перевозку груза, а подготовку документов и т.д. компания осуществляет собственными силами. Но чаще более востребована транспортно-экспедиционная услуга, поскольку включает в себя полную координацию грузоперевозки в целом.

**Услуги по таможенному оформлению.** Таможенное оформление – достаточно специфическая сфера логистической деятельности. Она подразумевает работу непосредственно с таможенными органами в регламентированном правовом поле. Это обуславливает наличие в компании аттестованных специалистов по таможенному оформлению, досконально знающих таможенное законодательство. В большинстве случаев достаточно трудно организовать работу по таможенному оформлению внутри компании, так как это требует больших финансовых и трудовых затрат. Кроме того, при возникновении разногласий с таможенными органами в части декларирования товаров вся ответственность, как юридическая, так и финансовая в виде штрафов, ложится непосредственно на компанию.

**Услуги склада.** Организация складского комплекса (либо просто складских помещений) внутри компании – достаточно дорогостоящее мероприятие, подразумевающее большие финансовые инвестиции как в покупку либо аренду помещения, так и в оборудование склада в соответствие с требуемыми нормами.

**Координация процесса закупок, упаковка-переупаковка товаров, складирование и т.д.** Данный вид услуг востребован чаще всего компаниями, имеющими в своей организационной структуре достаточно разветвленные филиальные (торговые) сети. В этом случае заказ такого рода логистических услуг будет целесообразен и оправдан.

**Комплексные услуги (комплексный аутсорсинг).** Здесь в роли компании-подрядчика выступает единый логистический оператор. Как правило, это крупная логистическая компания, имеющая в своем распоряжении все ресурсы, необходимые для реализации логистических бизнес-процессов по всей логистической цепочке компании-клиента. Данная комплексная услуга востребована компаниями, алгоритм поставок которых достаточно сложен и имеет несколько промежуточных этапов. По сути, это услуга по товародвижению от производителя к потребителю.

Управление логистикой нельзя рассматривать только как автономный бизнес-процесс, поскольку в этом процессе вступают во взаимодействие практически все стратегии компании второго уровня — от кадровой до маркетинговой и финансовой. Таким образом, для разработки и внедрения логистической стратегии необходимо ориентироваться в первую очередь на общие корпоративные цели и генеральную стратегию компании, поскольку именно они должны связывать воедино все процессы, протекающие в организации. Только в этом случае логистика может стать эффективным инструментом управления компанией в целом.

Мировой опыт свидетельствует, что компании редко имеют возможность обеспечения каждого этапа организации закупок, дистрибуции, сбыта, а также сервисного обслуживания клиентов. Практика предпринимательства показала, что за счет специализации ключевых процессов логистики обеспечивается высокое качество и относительно низкие цены на корпоративную продукцию (услуги).

В современных условиях коммерческие структуры используют аутсорсинг логистических услуг в целях: экономии времени, сосредотачиваясь на профильной деятельности; разделения ответственности в сфере управления для повышения качества транспортно-складских операций со стороны внешних операторов и оптимизации уровня производственных запасов; создания эффективных каналов дистрибуции с оперативной реакцией на рыночные перемены и потребительские предпочтения; использования опыта и профессионализма логистических посредников.

Аутсорсинг при грамотном построении и реализации аутсорсинговых схем может стать одним из важнейших инструментов оптимизации логистической цепочки. Для крупных компаний логистический аутсорсинг может стать необходимым элементом управления сложными алгоритмами поставок [2].

Таким образом, аутсорсинг – это комплексное стратегическое решение, направленное на реструктуризацию деятельности организации, с передачей отдельных функций или целых бизнес-процессов внешним исполнителям.

Уровень развития логистической компании определяется способностью обеспечить выполнение тех или иных функций. Это является основным классифицирующим элементом компаний логистических операторов. В мировой практике логистические компании принято разделять по классификации xPL (где x – количество сторон (субъектов), участвующих в логистическом процессе):

First Party Logistics (1PL) – это автономная логистика: все операции выполняет сам грузовладелец с помощью собственных служб и ресурсов.

Second Party Logistics (2PL) – это узкофункциональные логистические операторы, которые специализируются на оказании традиционных услуг по транспортировке и управлению складскими помещениями, и, как правило, их деятельность ограничена регионом, страной, видами транспорта.

Third Party Logistics (3PL) – это логистический провайдер, способный оказывать широкий комплекс логистических услуг, с созданием значительной добавленной стоимости и возможностями привлечения субподрядчиков. 3PL оператор использует любые виды транспорта, имеет собственный подвижной состав, может владеть терминальными комплексами, имеет возможность организации хранения и перевалки грузов через собственные или привлеченные склады.

Fourth Party Logistics (4PL) – это логистический оператор, способный решать задачи, связанные с планированием, управлением и контролем всех логистических процессов компании-клиента, включая потоки ресурсов в производственной среде клиента с учетом долгосрочных стратегических целей. 4 PL-оператор осуществляет также управление цепями поставок необходимых клиенту ресурсов, является интегратором всей логистической цепи клиента, тем самым сочетая в себе функции консалтинговой компании и 3PL-провайдера.

Fifth Party Logistics (5PL) – это логистический провайдер, который принимая на себя функции 4PL-оператора, широко использует Интернет, как единую виртуальную платформу, обеспечивающую более полное взаимодействие и всестороннюю координацию работы с обслуживаемыми клиентами.

Аутсорсингом логистических услуг определяется передача части или всех логистических функций, в основном непромышленного характера, сторонним логистическим организациям – провайдерам логистических услуг (3PL).

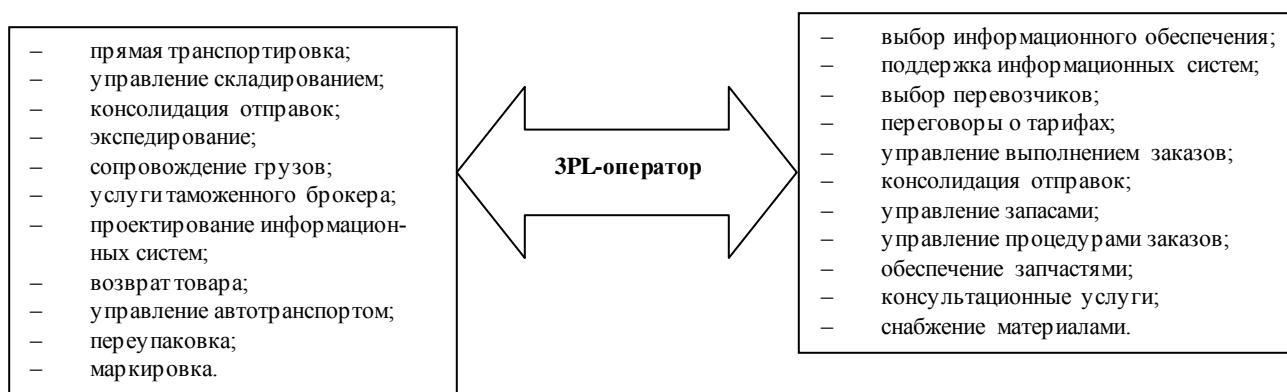
Следует отметить, что логистические операторы класса 1PL и 2PL с каждым днем утрачивают свои позиции на рынке логистических услуг, так как компании-клиенты все больше нуждаются не в отдельных логистических операциях, а в комплексе логистических услуг: «от доставки и адресного хранения до управления заказами и отслеживания движения товаров». А это способны предложить только логистические операторы класса 3PL и выше.

Провайдерами уровня 3PL становятся компании, развивающиеся посредством добавления новых услуг к основному логистическому профилю своей деятельности, или выделившиеся из логистических подразделений «родительской» организации не логистического профиля. Последние увеличивают свою клиентскую базу за счет компаний-клиентов сходного с «родительской» компанией формата, тем самым сокращая логистические издержки, например, за счет консолидации грузов и т.п.

Типовой набор 3PL-сервисов представлен на рис. 1.

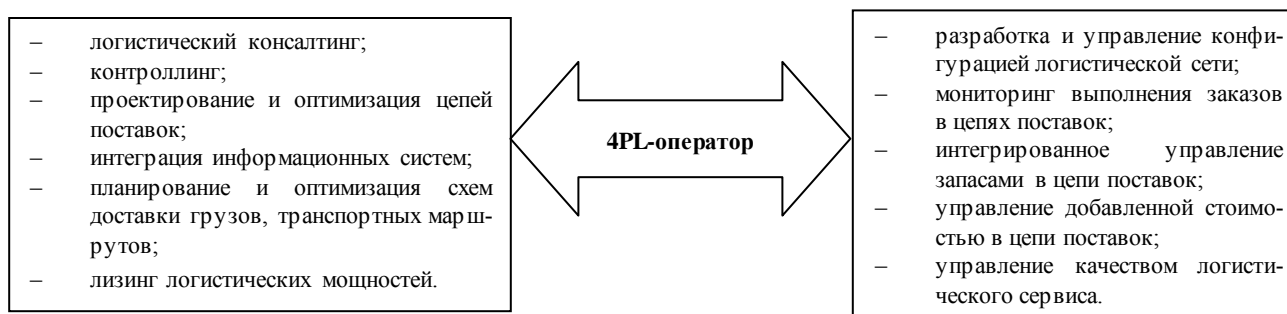
Что касается компаний класса 4PL, то их основной задачей является управление цепочкой поставок. В отличие от 3PL-оператора, 4PL-провайдер является независимым и нейтральным посредником. Он не имеет физических активов и предоставляет пакет оптимальных решений, привлекая капитал других компаний, т.е. консолидирует логистические услуги, оказываемые несколькими компаниями, в интегрированный пакет. При этом основой функционирования 4PL-оператора является наличие мощных и эффективных IT-систем. Следует отметить, что для 4PL-провайдера свойственен весь типовой набор услуг компаний класса 3PL. Вместе с тем, 4PL-оператор может обладать некоторыми организационными структурами, которые существенно отличают его от предшественника:

- подразделение по управлению запасами, к функциям которого относится планирование закупок партий товара на основании данных от клиента, и отслеживание уровня потребления товара через торговые точки клиента;
- подразделение, отвечающее за закупки, задачей которого является полный спектр взаимоотношений с поставщиками продукции клиента, включая договорные отношения. К задачам данного подразделения также относят вопросы, связанные с сертификацией продукции и ее таможенным оформлением;
- подразделение бренд-менеджеров, к функциям которого относится контроль и, в случае необходимости, коррекция прогнозов поведения той или иной товарной позиции.



**Рис. 1.** Виды услуг, предоставляемые 3PL-оператором

Благодаря этому, 4PL-оператор может оказывать широкий перечень услуг (рис. 2). При этом он призван оптимизировать логистическую цепь клиента в целом, в то время как 3PL-провайдер улучшает лишь отдельные звенья цепи.



**Рис. 2.** Типовой перечень услуг, предоставляемых 4PL-оператором

Однако следует отметить, что по сравнению с 3PL-операторами, компаний класса 4PL пока не так много на рынке логистических услуг. Это связано в первую очередь с тем, что не все компании готовы передать на аутсорсинг управление всей логистической цепочкой. Но, как утверждают специалисты, это лишь дело времени, т.к. привлечение 4PL-провайдера способствует снижению операционных логистических затрат предприятия до 15 % за счет увеличения операционной эффективности и сокращения расходов на поставку посредством полного аутсорсинга логистической системы. Одновременно передача логистических активов предприятия 4PL-оператору освобождает ресурсы для инвестиций в объекты профильной деятельности компании, например, в производство, НИОКР, рекламу и др.

Что касается Беларуси, то в настоящее время в стране ощущается нехватка логистических операторов высокого уровня. Логистические услуги белорусским предприятиям оказывают, как правило, зарубежные компании.

Основу успешного функционирования организационного механизма аутсорсинга составляет транспортно-логистическая система, которая нацелена на эффективное и качественное обслуживание коммерческих предприятий. Ни один логистический оператор не смог бы работать без наличия разветвленной сети логистических центров. В последние годы большинство логистических операций во всем мире осуществляется в логистических центрах. Активные действия правительства и частного бизнеса в развитии логистической системы Республики Беларусь привели к появлению первых 3PL- и 4PL-провайдеров. В качестве примера белорусской компании, оказывающей комплекс логистических услуг, можно привести РУП «Белтаможсервис», которая развивается в двух взаимосвязанных направлениях:

- создание сети транспортно-логистических центров – участвует в программе создания и реализации транспортно-логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года;
- выполнение логистических операций в интересах клиента по всей территории Республики Беларусь, в том числе за рубежом (через контрагентов).

РУП «Белтаможсервис» предлагает заказчикам следующий комплекс логистических услуг:

- 1) Транспортные – осуществление международных автомобильных перевозок грузов собственным транспортом.
- 2) Складские:
  - а) осуществление приемки, хранения, обработки, отправки грузов.
  - б) при создании транспортно-логистических центров – стеллажное многоярусное хранение грузов с использованием штрих-кодирования и адресного хранения (WMS-технологии), включая упаковку, затаривание, сортировку, маркирование, пакетирование, перегрузку/перевалку грузов; консолидацию и



дробление отправок грузов: под таможенным контролем (на складе временного хранения и таможенном складе); на складе общего пользования.

3) Экспедиторские:

- а) В пунктах пропуска через государственную границу Республики Беларусь:
- оформление документов, электронных копий документов, получение разрешений органов экспортно-импортного контроля;
  - обеспечение уплаты таможенных платежей;
  - сопровождение грузов, обеспечение их сохранности.
- б) В логистических центрах:
- консультирование по вопросам организации перевозок грузов;
  - определение потребности в подвижном составе;
  - выбор вида транспорта;
  - определение этапов перевозки;
  - расчет стоимости перевозки;
  - организация процесса перевозки груза любым видом транспорта;
  - согласование схемы маршрута перевозки груза;
  - оформление перевозочных и иных документов, необходимых для выполнения перевозки груза;
  - прием груза в пункте отправления и назначения (проверка количества мест, массы и состояния груза с фиксированием ее результатов в товарно-транспортных документах);
  - осуществление расчетов с участниками логистической деятельности;
  - контрактное транспортно-логистическое обслуживание, выстраивание логистических цепочек с включением логистических операций предприятия с учетом индивидуальных потребностей клиента, оценка эффективности спроектированных логистических систем.

4) Информационные – осуществляется передача и прием информации посредством факсимильной связи, сети Интернет, в том числе с использованием программных продуктов, разработанных РУП «Белтаможсервис», разъяснение заинтересованным субъектам норм таможенного законодательства и законодательства в области транспортно-экспедиционной деятельности.

5) Финансовые – на территории транспортно-логистических центров расположены филиалы банков, которыми оказываются услуги по приему платежей, валютно-обменные операции.

6) Страховые – РУП «Белтаможсервис» является страховым агентом посреднических услуг и оказывает страховые услуги, в том числе транспортное страхование.

7) Таможенного представителя:

- а) Предварительное декларирование товаров:
- предварительное информирование таможенных органов Республики Беларусь (стран Таможенного союза);
  - предварительное информирование таможенных органов стран Европейского Союза (ЕС), в том числе с предоставлением финансовых гарантий на перевозку товаров и транспортных средств по территории этих стран для предоставления ее таможенным органам стран ЕС.
- б) декларирование товаров с целью помещения их под таможенную процедуру на территории Республики Беларусь [3].

Таким образом, среди компаний-заказчиков существует тенденция передавать на аутсорсинг стратегически важные логистические функции, а также функции, ориентированные на покупателя.

При этом функции, в значительной мере связанные с использованием информационных технологий, чаще передаются провайдеру, что отражает общие тенденции развития рынка услуг – желание заказчиков в полной мере использовать те преимущества специализации и интеграции бизнес-процессов, которые предоставляет аутсорсинг. Очевидны перспективы развития рынка услуг логистических провайдеров и сопутствующих технологий именно в сторону увеличения объемов услуг, так или иначе связанных с применением ИТ-технологий.

Обобщенно говоря, концепция логистики аутсорсинга является выражением корпоративной философии в виде комплексной совокупности целей, задач, принципов организации, направленных на максимальное удовлетворение запросов потребителей и заказчиков в режиме высокого качества, своевременности исполнения заказов поставщиками логистических услуг с учетом оптимизации общих затрат на продвижение грузов.

В ближайшей перспективе среди основных направлений развития рынка логистических услуг по аутсорсингу на первый план выступают следующие:

- дальнейшее формирование рыночного пространства логистического аутсорсинга в сфере бизнеса;

- обострение конкуренции на рынке услуг аутсорсинга;
- рост доли логистического аутсорсинга не только на международном, но и на региональном, местном, республиканском уровнях;
- внедрение в сферу бизнеса новых логистических технологий аутсорсинга с использованием глобальных сетей Интернета;
- разработка стандартов качества логистической услуги аутсорсинга;
- совершенствование творческого подхода, профессионализма и компетентности исполнителей логистической услуги аутсорсинга за счет экономического обоснования ее необходимости;
- вхождение Беларуси в мировое сообщество для притока инвестиций и международного сотрудничества.

#### **Список использованных источников**

1. Аникин, Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций : учеб. пособие / Б. А. Аникин. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 184с.
2. Логистика : учеб. пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н. Г. Каменевой. – М. : КУРС: ИНФРА-М, 2012. – 202 с.
3. Официальный сайт РУП «Белтаможсервис» [Электронный ресурс]. – Минск, 2015. – Режим доступа: <http://declarant.by>. – Дата доступа: 18.03.2015.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ JIT В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**К.О. Бердник,**  
студентка

Научный руководитель: **А.М. Омелянюк**, канд. экон. наук, доцент  
*Учреждение образования «Брестский государственный технический университет»*

В настоящее время применение логистики стало ключевым звеном в развитии как конкретного предприятия в частности, так и для страны в целом. Главной целевой функцией любого предприятия является оптимизация бизнес-процессов, сокращение затрат и максимально-эффективное использование ресурсов, что и включает в себя правильно выбранная и введенная логистическая система на предприятие. Следовательно, в стране существует необходимость активного развития логистики, в частности в Республике Беларусь. Это обусловлено тем, что на предпринимательскую деятельность в белорусскую экономику оказали влияние нестабильность покупательского спроса и, как следствие, увеличение запасов на складах; повышение стоимости логистических услуг; вступление республики в Таможенный союз; реализация государственных программ по совершенствованию логистической системы и использованию транспортного потенциала страны; активное развитие информационных и коммуникационных технологий; а также тот факт, что отечественные предприятия становятся участниками международных цепей поставок [1].

Сегодня можно смело говорить о переходе на новую, более усовершенствованную, ступень развития экономики, которая по принципу цепной реакции охватывает все страны мира. Если уходящую эпоху определить как время массового производства, то новая эпоха – это время бережливого производства. Бережливое производство – концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя. Особое внимание в компании уделяется ликвидации потерь на всех уровнях производственной цепочки, на каждом рабочем месте, в офисе и непосредственно на главном конвейере.

Удовлетворение всех запросов производителя, т.е. решение проблем, связанных с производственной деятельностью, реализуется с помощью логистической концепции Just in Time (точно в срок). Just in Time (Точно в срок) или JIT – это концепция управления производством которая направлена на снижение количества запасов. В соответствии с этой концепцией необходимые комплектующие и материалы поступают в нужном количестве в нужное место и в нужное время. Применение Just in Time повышает эффективность производства за счет снижения потерь. Под потерями понимаются любые действия, операция или процесс, которые добавляют стоимость, но не повышают ценность продукта с точки зрения клиента, то есть приносящие убытки компании – ненужные перемещения материалов, избыточные запасы и т.п. [2]. Причем все потери делят на две категории.

Потери, относящиеся к первой группе, это те затраты организации, которые нельзя устранить. К ним можно отнести заработную плату сотрудников компании, налоги на прибыль и т.п. По мнению потребите-

лей, это процессы не улучшают качественные характеристики продукта и не делают его более ценным, но оказывают непосредственное влияние на работоспособность компании. Эти издержки нельзя ликвидировать, а можно лишь оптимизировать.

Потери второго порядка оказывают наибольшее, в свою очередь негативное, влияние на процессы, проходящие внутри предприятия. Данные затраты можно устранить, или же минимизировать с помощью предложенной системы.

К потерям второго уровня следует отнести:

1. Неэффективное использование ресурсов и мощностей на перепроизводство.

Перепроизводство является следствием стратегического планирования руководителей, главным, и ошибочным преимуществом для которых является максимальное использование всех мощностей. Что может привести к преждевременному расходу сырья и материалов, увеличению накопленных запасов, неэффективному использованию производственных площадей и рабочей силы предприятия.

2. Потери от простоев – определяются временными величинами.

Простои – время ожидания прибытия продукции с предыдущего этапа производственного процесса. Причинами тому может быть несогласованность производства между рабочими участками, цехами, отделами, также из-за выхода из строя необходимого оборудования.

Анализ структуры логистических затрат среднестатистических компаний в промышленно развитых странах, в частности в США, выявил приблизительно такой расклад. Транспортировка – 60 %, складирование и содержание запасов – 34 %, администрирование и управление логистикой – 6 %. В Беларуси первый показатель будет значительно выше, а причин тому несколько, главная, несомненно, – значительные расстояния перевозки грузов. Соответственно, именно транспортные расходы необходимо снижать, причем существенно. Из этого вытекает следующий показатель [3].

3. Транспортные потери.

Транспортировка и перемещение – одна из ключевых моментов производственного процесса. Однако клиенту безразлично, сколько времени было потрачено, и какими способами осуществлялись все внутренние перемещения на предприятии, так как эти процессы не придают ценности продукту. Хотя зачастую расстояния между производственными местами (процессами) могут составлять несколько километров.

4. Складские потери.

Большая часть предприятий на отечественном рынке рассматривают накопление запасов на складах с целью оградить себя от неопределенности, вызванной нестабильностью спроса и предложения (периодичность поставки продукции к потребителю). Главной задачей логистики в этом случае является определение оптимального количества запасов, которые должны находиться на предприятии для своевременного удовлетворения возникшего спроса, при минимальных затратах.

5. Потери от дефектов продукции.

В первую очередь брак включает в себя затраты прежде всего на материальные и человеческие ресурсы. Выявление таких дефектов приводит к остановке производственного процесса, с целью устранения неполадок, и к перепланированию производственного графика. Следовательно, существует необходимость построения такой системы, которая сведет такие отклонения от запланированного производства к минимуму.

6. Мотивация сотрудников предприятия.

Важным аспектом эффективной деятельности предприятия является человеческий фактор. Утрата сотрудниками творческого подхода – серьезный вид потерь, влияющий на структуру и стабильность компании. В этом случае, если сотрудники безразлично относятся к выполняемой работе, то ждать от них инициативности, ответственности и качественного выполнения работ не имеет смысла. В свою очередь внедрение системы Just in Time требует тесной связи между сотрудниками, слаженности организации в целом и хорошей подготовки.

Логистическая концепция Just in Time рассматривает и устраняет перечисленные проблемы внутри разработанной системы и предлагает свое решение поставленных задач.

Определение JIT не оставляет места для излишков или страховых запасов. Не предусматриваются никакие страховые запасы; другими словами, если запасы нельзя использовать в данный момент времени – в них нет потребности.

Также система «точно в срок» предлагает рациональное использование производственных площадей. Так как ликвидируются огромные излишки незавершенного производства, следовательно, есть возможность уменьшения складских площадей, или же более целесообразное его использование, что приведет к значительному снижению затрат, как финансовых, так и материальных. Кроме того, заводы, спроектированные с одной конкретной целью, более экономичны в строительстве и в ходе эксплуатации.

С целью минимизации времени передачи выполняемой работы с одного рабочего участка с определенной специализацией рабочих на другой специализированный участок, предпочтительно объединить все

операции, необходимые для изготовления определённой детали, и сгруппировать необходимое оборудование в одном месте. Данная рекомендация нейтрализует перемещение и длительное время ожидания в очереди между выполняемыми операциями и уменьшает производственные запасы и количество необходимых работников. Как видно рационально организовать рабочие места является неотъемлемой задачей производственного развития.

Так как любое предприятие ориентированно на конечного потребителя, то продукция должна отвечать требованиям клиентов. Одной из важных характеристик товара – его качество. Чтобы не допустить отклонений от производства, контроль должен производиться у истоков создания заказа, непосредственно на месте выполнения операции с самого начала. Данное мероприятие предусматривает немедленную остановку процесса или конвейера при обнаружении дефекта, пока производство не достигло критической точки. В этом случае сотрудники предприятия становятся контролерами, лично отвечая за качество проделанной работы на соответствующем этапе производства.

Таким образом, существует необходимость мотивации сотрудников с целью улучшения их производительности. Для этого требуется организовать компанию открытого типа, ориентированную на доверительные отношения между руководством и сотрудниками. Компании можно устраивать на предприятии экскурсии для всех желающих. Тогда работники будут чувствовать себя более значимыми, ответственными, и работать с полной отдачей, проявляя творческий подход к решению тех задач, которые ставит руководство компании. Как ведет свою политику компания, так и реагируют ее сотрудники.

В целом система поставок точно-в-срок позволяет избежать проблемы перепроизводства, уменьшить до минимально возможного уровня материальные запасы и устранить необоснованные затраты на складское хранение. Подобная система кроме всего прочего позволяет организовать производство с минимумом дефектов. Наконец, при осуществлении поставок точно-в-срок компании всегда стремятся увеличить качество производства, все время ищут новые пути, которые позволят им работать эффективнее [4].

Однако стратегия Just in Time не является универсально применимой в любых условиях. Для эффективной реализации и внедрения данной концепции на предприятие требуется значительная подготовка: высокий уровень подготовки специалистов в данной области, размещение поставщиков, их ответственность и компетентность при выполнении договора, высокотехнологичное оборудование и информационная обеспеченность. Поэтому многие компании в Республике Беларусь, несмотря на привлекательность стратегии и существенную эффективность использования, применяют иные системы управления производством.

#### **Список использованных источников**

1. Перспективы развития логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://zis.by/publications/perspektiviyi-razvitiya-logistiki-v-belarusi>– Дата доступа: 17.03.2015.
2. Just in Time [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://kpms.ru/General\\_info/Just\\_in\\_Time.htm](http://kpms.ru/General_info/Just_in_Time.htm). – Дата доступа: 18.03.2015.
3. Затраты на логистику: сократить нельзя оставить [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://logists.by/library/view/zatraty-na-logisticy-sokratyt-nelzya-ostavyt>. – Дата доступа: 17.03.2015.
4. Системы поставок «Точно в срок» [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://wikipro.ru/index.php/Системы\\_поставок\\_«Точно\\_в\\_срок»](http://wikipro.ru/index.php/Системы_поставок_«Точно_в_срок»). – Дата доступа: 16.03.2015.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КООПЕРАЦИОННЫХ ПОСТАВОК В РАКЕТНО- КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**М.В. Пименова,**

доцент кафедры логистики,

*Сибирский государственный аэрокосмический университет  
имени академика М.Ф. Решетнева, СибГАУ, г. Красноярск, Россия*

Ракетно-космическая промышленность (РКП) – высокотехнологичный научно-производственный комплекс российской экономики, являющийся важнейшей составляющей космического потенциала России. Обладая значительным инновационным потенциалом, РКП входит в число несущих отраслей, формирующих новый технологический уклад, что позволяет рассматривать интеграцию РКП в национальную экономику как реальную основу для устойчивого инновационного развития экономики страны.

Для эффективного решения стратегических задач в области совершенствования и развития ракетно-космических средств как в интересах национальной безопасности, так и в сфере достижения устойчивого

инновационного развития экономики страны, РКП должна стать экономически устойчивой, развивающейся по инновационному пути, конкурентоспособной, диверсифицированной отраслью промышленности.

Создание современных космических средств осуществляется в кооперации с сотнями предприятий различных отраслей экономики, а услугами, предоставляемыми этими средствами, пользуются практически все государственные и частные предприятия и организации, значительная часть населения России, а также зарубежные потребители на коммерческой основе.

Ракетно-космическая промышленность – совокупность предприятий, научно-исследовательских учреждений и проектно-конструкторских организаций по разработке, производству, ремонту и модернизации боевых ракетных комплексов и ракетных комплексов космического назначения, наземного оборудования космических систем и образцов космической техники гражданского и военного назначения.

Высокий уровень специализации и монополизации предприятий РКП, а так же сложная система работ и производства по полному жизненному циклу наукоемкой продукции обуславливают наличие многоуровневых кооперационных связей.

В систему кооперированных поставок входят производители финальных образцов ракетно-космической и боевой ракетной техники и несколько уровней многочисленных специализированных технологически зависимых и независимых предприятий-поставщиков различных отраслей промышленности (машиностроения, приборостроения, двигателестроения, металлургии, радиотехнической, химической и др.).

Поставщики первого уровня осуществляют поставки деталей, узлов, агрегатов, изделий с наибольшим уровнем сборки (двигателей, систем управления и приборов и т.д.). Поставщики второго уровня поставляют сырье, материалы и комплектующие изделия для поставщиков первого уровня и т.д.

При создании РКТ около 15 % от объемов работ выполняют более 550 предприятий-смежников, в числе которых производители специальных систем (оптики, аппаратуры радиодиапазона и т.д.), поставщики элементной базы радиоэлектронной аппаратуры, черных и цветных металлов и сплавов, редкоземельных элементов, резинотехнических материалов, покрытий, спецжидкостей, герметиков, клеев и т.д. [1].

В спутникостроении затраты смежников, подрядчиков, кооперации второго и третьего уровней составляют более 50 % стоимости финальной продукции [2].

Значительная географическая удаленность предприятий РКП друг от друга является причиной высокого уровня логистической составляющей затрат (транспортно-заготовительных расходов, затрат на управление запасами). Совокупные отраслевые транзакционные издержки составляют важную часть экономических издержек. Как следствие – доминирование материальных затрат над остальными издержками в структуре себестоимости финальной продукции.

Важно также отметить, что на предприятиях РКП к качеству и надежности производимой продукции предъявляются особые требования, что в значительной степени определяется качеством поставляемых материалов и комплектующих. Требования к поставщикам предъявляются достаточно жесткие. Необходим регулярный аудит поставщиков, непосредственный контакт с персоналом, обеспечивающим качество поставляемых материальных ресурсов, что позволит дополнительно акцентировать внимание на требованиях к качеству. В этих условиях поставщики и производители должны перейти от традиционной работы «продавец-покупатель» к долгосрочным партнерским отношениям. Необходимо разработать кооперационные стратегии, основанные на принципах стратегического сотрудничества.

Существующая система поставок в РКП состоит из огромного количества поставщиков и заказчиков, каждый из которых обладает самостоятельностью в принятии решений и имеет свои стратегические цели и средства для их достижения. Очевидно, что требуется высокий уровень согласованности взаимодействия всех субъектов этой системы. Выстраивание эффективной системы взаимодействия с поставщиками способствует только осуществлению бесперебойного снабжения, обеспечению безопасности закупок, возможности значительного снижения экономических издержек, и созданию устойчивых конкурентных преимуществ.

Кооперированные поставки в РКП представляют собой материальный поток, к которому применяются логистические операции, связанные с их физическим перемещением материальных ресурсов в пространстве и во времени: погрузка, разгрузка, транспортировка, сортировка, консолидация, разукрупнение, хранение, затаривание, упаковка и т.п. Совместно с материальными потоками циркулируют потоки информации, необходимой для выполнения управленческих функций. Создание эффективных каналов движения материальных потоков, проходящих через сложную сеть кооперированных поставок, позволит решить вышеперечисленные проблемы, стоящие перед предприятиями РКП. Для этого вся цепочка создания стоимости, начиная с покупки необходимого сырья для производства того или иного компонента и заканчивая поставкой финальной продукции конечному потребителю, должна рассматриваться как единая логистическая система, обеспечивающая поставку нужных материальных ресурсов в нужном количестве, нужного качества, в нужное время, по нужной цене с необходимым уровнем сервиса. Интеграция и системное управление цепями кооперированных поставок материальных ресурсов позволит устранить нерациональное расходование ресурсов, оптимизировать уровень запасов, ликвидировать узкие места.

Современной технологией, позволяющей создать комплексную систему управления взаимоотношениями между участниками кооперированных поставок, является концепция управления цепями поставок (Supply Chain Management, SCM). В основе концепции лежит оптимизация параметров материального потока, интеграция ключевых бизнес-процессов и координация деятельности контрагентов цепи поставок.

Повышение уровня межорганизационной координации партнеров цепи поставок в процессе управления потоками материальных ресурсов возможно только при условии создания единого информационного пространства для оперативного обмена достоверной и исчерпывающей информацией между поставщиками, производителями и провайдерами логистических услуг.

Внедрение концепции SCM дает возможность повысить оборачиваемость запасов, что ведет к сокращению их уровня и, следовательно, высвобождению значительных сумм оборотных средств, при этом уменьшаются затраты на закупку материальных ресурсов и т.д.

Управление цепями поставок в РКП способствует повышению надежности поставок качественных материальных ресурсов, сокращению материальной составляющей себестоимости продукции, тем самым позволяет обеспечить повышение эффективности производства и конкурентоспособности финальных образцов продукции ракетно-космической промышленности.

#### **Список использованных источников**

1. Итоги 2009 года. Федеральное космическое агентство / А. Перминов ; беседовал И. Маринин // Новости космонавтики. 2010. – № 2. – С. 1–5.
2. Хартов, В. В. Научный космос сегодня – это инструмент, с помощью которого человечество получает новые знания, делает шаги дальше в развитии. Интервью ИА «Интерфакс [Электронный ресурс] / В. В. Хартов. – АВН» июль 2010г. URL: [http://www.laspace.ru/rus/cmi04\\_10.pdf](http://www.laspace.ru/rus/cmi04_10.pdf).

## **ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СЕТЬ**

**А.Г. Самойлова,**

старший преподаватель, магистр экон. наук

**В.С. Глазкин,**

студент

*Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»,  
г. Новополоцк*

Современный мир невозможно представить без глобализации. Стремление к объединению стало одним из важнейших приоритетов развития общества. Глобализация оказывает влияние практически на все стороны нашей жизни, включая бизнес-сферу, что приводит к формированию большого количества транснациональных компаний, использующих глобальные логистические цепи. Их развитию способствуют международные транспортно-экспедиторские и страховые компании, глобальные телекоммуникационные сети и другие структуры.

Появление термина «глобальная логистика» отражает развивающуюся тенденцию в мировой экономике, которая характеризуется движением предпринимательской деятельности от ее специализации по отдельным странам и регионам к мультиорганизованному мировому рыночному хозяйству. Глобальная логистика – это стратегия и тактика создания устойчивых макрологистических систем на межгосударственном уровне. В своей основе опирается на продолжающийся рост мировой экономики, на экспансию новейших технологий и формирование глобальных логистических цепей, а также на ускорение и удешевление движения материальных потоков [1, с. 8].

Роль глобальной логистики в осуществлении международной торговли трудно переоценить. Логистические затраты в конечной цене продукции, реализуемой за рубежом, достигают в среднем 25-30 %, что примерно на 15 % выше, чем при реализации продукции внутри страны. Это связано, прежде всего, с таможенными затратами, но также и с более сложной и дорогой перевозкой, наличием большого числа посредников, без которых сложно организовать доставку, повышенными требованиями к логистическому сервису, более высокой квалификацией перевозчиков и т.п. Компании, занимающиеся международным бизнесом, вопросам повышения эффективности логистических систем придают особое, стратегическое значение, прекрасно понимая, что правильное решение именно этих вопросов позволит им получить конкурентное преимущество в жесткой конкурентной борьбе [2, с. 90].

Современная действительность такова, что только крупные международные логистические компании, имеющие представительства во многих странах, обладающие широкой сетью посредников, обеспеченные

прогрессивными техническими и технологическими средствами, а также различные объединения логистических компаний способны эффективно функционировать в современных условиях. Сегодня одной из характерных тенденций является рост числа крупных логистических компаний за счет концентрации собственности, в том числе, так называемых «слияний и поглощений».

Таким образом, глобальные процессы в экономике (в частности, формирование глобальных рынков) требуют глобализации логистики. Глобальная логистика строится на основе использования современных коммуникаций, включающих наработки информационных технологий. Развитие глобальной логистики в значительной мере связано с формированием виртуальных корпораций, что в последнее время становится основным трендом глобальной экономики. Транснациональные корпорации реализуют свои глобальные логистические стратегии путем создания специализированных предприятий, централизованных запасов, а также путем использования метода отсрочки. Транспортные проблемы глобальной логистики решаются специализированными логистическими компаниями – интеграторами, осуществляющими доставку грузов оптимальным путем: «от двери к двери». Структура организации глобальной логистики в целом связана с усилением централизации. Однако такая стратегия не исключает применения принципа вертикально-горизонтальных построений в структуре управления глобальной логистической системой.

По мере развития виртуальных компаний, усиливается потребность в глобальной координации. Основными движущими силами современной глобализации логистического менеджмента являются:

- перманентная интенсификация изменчивости процессов мировой экономики;
- экспансия новейших технологий во все области функционирования глобального рынка;
- развитие и интеграция макрорегиональных экономических структур;
- реализация процедур дерегулирования, проводимых многими странами для повышения оперативности управления материальными потоками.

Широко известны примеры успешного формирования макрологистических региональных структур в странах ЕС, Юго-Восточной Азии, Северной Америки. Их опыт наглядно подтверждает естественное стремление стран к региональной интеграции. Этому способствуют сходство политических систем государств, укладов жизни населения, традиций, близость исторических корней, практика пользования едиными источниками энергии и сырьевыми ресурсами, сопряженность коммуникаций, отсутствие торговых и таможенных барьеров. Вместе с тем, поиск новых резервов роста и обострение конкуренции вызывают стремление многих компаний искать новые рынки сбыта, дешевые источники сырья и трудовых ресурсов за пределами национальных границ своих стран.

Проведём анализ интеграции СООО «Белвест» в международную логистическую сеть. СООО «Белвест» является белорусско-российским совместным обществом с ограниченной ответственностью. Оно было создано в июне 1988 года на основе витебской фабрики «Красный Октябрь» при участии немецкой компании «Salamander» и стало одним из первых совместных предприятий на территории бывшего СССР. С конца 2002 года предприятие стало белорусско-российским. Оно осуществляет производство и сбыт обуви. Производственные мощности компании «Белвест» расположены в Витебске и Китае. В Беларуси производство организовывалось немецкими специалистами по технологии «Salamander», в Китае производство ведется под контролем белорусских специалистов. Открытие дополнительного производства в Китае позволило разгрузить основное производство в Беларуси, которое сократило объём производства в два раза (с 6млн пар в год до 3х). В данный момент ведутся переговоры об организации производства на базе витебского ОАО «КИМ».

Предприятие является крупнейшим в РБ экспортёром обуви. Около 70 % продукции «Белвест» экспортируется в РФ и Латвию. Для осуществления более продуктивной экспортной деятельности в 2014 году была создана дочерняя группа компаний «Белвест-ритейл», проведена реорганизация российской компании-соучредителя. СООО «Белвест» стремится к соответствию современным международным стандартам в производстве и торговле, развивает собственную внутреннюю и внешнюю торговую сеть, а также использует международное разделение труда.

Для проведения сравнительного анализа была выбрана эталонная компания – «Nike, Inc.». Данная компания не является прямым конкурентом компании «Белвест». Выбор «Nike» можно объяснить тем, что она является отличным примером успешной компании, которая в своей деятельности эффективно применяет глобальную логистику, высокотехнологичные IT-средства, а также постоянно совершенствует свои бизнес-процессы.

Компания была основана 25 января 1964 года под названием «Blue Ribbon Sports», и официально стала «Nike, Inc.» 30 мая 1978 года. Кроме производства одежды и обуви, компания управляет розничными магазинами под названием «Niketown». По мнению аналитиков, на долю компании Nike приходится почти 95 % рынка баскетбольной обуви в США.

«Nike» стала одной из первых в мире «компаний без производства». Это значит, что с момента образования фирма постепенно передавала производственные функции на контрактной основе подрядчикам из развивающихся стран, а в настоящее время «Nike» полностью отказалась от собственности на средства про-

изводства. Она рассматривает себя прежде всего как исследовательскую, дизайнерскую и маркетинговую организацию. Также значительную часть внимания специалистов компании занимает логистика. Компания использует несколько фирменных крупных логистических центров (Европейский, Американский и т.д.). Стоит отметить, что европейский логистический центр (ELC), расположенный в Бельгии, обслуживает поставки продукции “Nike” не только в страны Европы, но и на Ближний Восток и в Африку.

Если провести параллель между компаниями “Белвест” и “Nike”, становятся очевидными недостатки первой и преимущества второй компании. А именно:

1. “Белвест” недостаточно внимания уделяет высокотехнологичным решениям.

Предприятием только недавно была внедрена информационная система SAP ERP, в то время как “Nike, Inc.” уже давно её использует. Несмотря на положительный эффект от внедрения данной системы, этого недостаточно для максимально эффективной оптимизации экономической и логистической деятельности организации. В “Nike” используется множество высокотехнологичных решений для обеспечения эффективной работы самых различных отделов компании.

2. Предприятие не стремится к передаче производственной части компании в аутсорсинг, что “Nike” сделало вскоре после основания. С недавних пор часть продукции “Белвест” производится сторонней организацией в Китае, но это было сделано только из-за того, что белорусское производство не справлялось с объёмами производства, выросшими в разы за счёт хорошей маркетинговой политики компании.

Как показывает опыт “Nike”, передача производственной части компании сторонней организации влечёт за собой только выгоды.

3. “Белвест” не расширяет географию продаж.

Основные направления внешнеэкономической деятельности компании – страны ближнего зарубежья (РФ, Латвия). “Nike” в свою очередь использует все возможности глобализации мировой экономики и торгует практически во всём мире.

4. Недостаточное использование всемирной сети Интернет компанией “Белвест”.

Онлайн-покупка продукции компании доступна только на территории Республики Беларусь [<http://belwest.com/>]. Нет возможности кастомизировать товар перед покупкой. “Nike” уже давно активно использует метод онлайн-продаж и география оналайн-покупок для потребителей данной марки гораздо шире. Также на официальном сайте производителя Nike [<http://www.nike.com/>] есть возможность кастомизации товара перед покупкой, т.е. создания уникального продукта из стандартных составляющих с помощью различных их сочетаний. Это связано, прежде всего, с правильно организованной логистикой, гибкостью производства (тянущая система управления движением материального потока).

Исходя из данного анализа, для совершенствования интеграции компании “Белвест” в международную логистическую сеть, ей необходимо активно внедрять высокотехнологичные решения для оптимизации всех процессов и логистической системы в целом, передавать производство сторонним компаниям в разных странах мира, расширять географию продаж, а также развивать онлайн-торговлю.

Все эти и многие другие подходы уже реализуются компаниями стран, входящих в ВТО.

Всемирная торговая организация (ВТО) – это международная экономическая организация, занимающаяся вопросами многостороннего регулирования торговли товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности.

ВТО является преемницей Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ, General Agreement on Tariffs and Trade — GATT), которое было подписано 23 странами в Женеве в октябре 1947 г. и вступило в силу 1 января 1948 г. ГАТТ положило начало либерализации торговли товарами путем снижения импортных таможенных пошлин. На протяжении 47 лет (до создания ВТО) основной юридический текст ГАТТ оставался в том виде, в каком он был принят в 1948 году. В дополнение к нему были приняты многосторонние соглашения с ограниченным кругом участников.

Сегодня правила многосторонних торговых соглашений ГАТТ/ВТО используются как основа регулирования экспортно-импортных взаимоотношений более 150 стран. Правила ВТО являются также ориентиром для разработки и практического применения национальных законодательных и нормативных актов в области внешней торговли. Сама организация является форумом, на котором в процессе коллективных обсуждений и переговоров формируются правила международной торговли и рассматриваются вопросы сокращения барьеров на ее пути.

На 1 июня 2014 г. полноправными участниками ВТО являлись 159 государств. Более 20 государств имеют статус наблюдателя ВТО. Подавляющее большинство из них, в том числе Республика Беларусь, ведут переговоры о присоединении к данной организации [3].

Российская Федерация стала членом Всемирной торговой организации 22 августа 2012 года. Таким образом, Беларусь, как член Таможенного союза, оказалась в ситуации вынужденной либерализации торговли. При этом её рынок стал более открытым для импорта из третьих стран, а экспортная продукция столкнулась с усилившейся конкуренцией на российском рынке. Однако в отличие от России, этот процесс не сопровождается улучшением доступа на рынок третьих стран и других преференций, предоставляемых членам ВТО. Именно поэтому, в ноябре 2012 года правительство страны возобновило приостановленный в



2005 году процесс переговоров о вступлении в ВТО. В связи с этим особенно актуальным становится вопрос об оптимизации переговорного процесса и о возможном влиянии институциональных реформ, связанных с вступлением в ВТО, и о последующем функционировании экономики страны в рамках этой организации. Это определяется тем, что правила ВТО касаются практически всех сторон деятельности, в той или иной мере связанных с международной торговлей, а потому следование им неизбежно оказывает влияние на регулирование и институты внутри страны. Поскольку процессы либерализации в Беларуси находятся на начальном этапе, проведение соответствующих институциональных реформ, без сомнения, станет одним из основных условий вступления в ВТО [4].

Беларусь сейчас находится на ответственном этапе присоединения к ВТО, так как от условий, на которых страна-кандидат вступит в эту организацию, будут зависеть долгосрочные выгоды её участия во Всемирной торговой организации.

К основным преимуществам, которые получает страна при присоединении к ВТО, можно отнести:

- недискриминационный доступ на рынки 159 государств – членов ВТО (на сегодняшний день более 90 % всего мирового торгового оборота регулируется правилами ВТО);
- обеспечение международной правовой защиты экономических интересов страны;
- значительное улучшение открытости торговой политики и практики торговых партнеров, обеспечивающее большую безопасность в торговых отношениях;
- создание и использование правовой основы для устранения дискриминационных мер (количественных ограничений, антидемпинговых, компенсационных и защитных мер), применяемых государствами в торговле с Беларусью;
- международный режим торговли, регулируемый четкими и стабильными нормами, предсказуемый в торговых отношениях;
- доступ к механизму разрешения споров в рамках ВТО, обеспечивающему защиту торговых интересов в том случае, если они были ущемлены торговыми партнерами;
- участие в системе ГАТТ/ВТО будет способствовать созданию в стране предсказуемой торговой инвестиционной среды, привлечению капиталовложений в конкурентоспособные, ориентированные на экспорт секторы белорусской экономики;
- возможность получения от договаривающихся сторон ГАТТ/ВТО определенных льгот, которые предусматриваются в ряде статей Генерального соглашения по тарифам и торговле. Приобретаемые льготы особенно важно использовать сейчас, когда республика переживает серьезные экономические трудности, а отечественная продукция не является достаточно конкурентоспособной на мировом рынке;
- использование ВТО в качестве средства продвижения своих торгово-экономических интересов путем эффективного участия в многосторонних торговых переговорах в рамках ВТО;
- уменьшение вероятности частых изменений в торговой политике Беларуси и, как следствие, более благоприятные условия для инвестиционной деятельности;
- укрепление репутации страны как стабильного и надежного торгового партнера.

Хотя перечисленные выше выгоды и будут доминировать, необходимо учитывать и те потери, которые понесет страна в случае присоединения к ВТО в качестве полноправного участника. Это, прежде всего, издержки экономического и социального характера, с которыми столкнется экономика страны в период адаптации к правилам более острой международной конкуренции в условиях либерализации внешнеэкономических связей. Следует также учитывать сокращение помощи государства некоторым производителям-экспортерам и, соответственно, возникновение трудностей развития отдельных отраслей народного хозяйства, возможное непредоставление переходного периода для республики, расширение доступа на внутренний рынок товаров и услуг потенциальных конкурентов, необходимость тарифных уступок.

Необходимы средства для приведения в соответствие национальной законодательной базы с международными нормами и правилами, а также создания институционального механизма контроля за выполнением взятых на себя многосторонних обязательств. Участие Республики Беларусь в деятельности ГАТТ/ВТО потребует также определенных валютных затрат на выплату взносов в регулярный бюджет этой организации, оплату расходов, связанных с участием делегаций Беларуси в работе органов ВТО и проведением разного рода переговоров.

Что касается непосредственно членских взносов в ВТО, то они рассчитываются на основе доли государства в общемировом объеме торговли. (Этот показатель определяется на основании данных о внешней торговле за последние три года.) Минимальная шкала взносов составляет 0,03 % и менее. Таким образом, Беларуси, чья доля в мировой торговле составляет приблизительно 0,06 %, нужно будет ежегодно вносить в бюджет ВТО около 60 тыс. швейцарских франков.

При вступлении в ВТО страна получит определенные права и обязанности в качестве экспортера и импортера. В качестве экспортера у нее будет право защищать себя от «серьезного вреда» своим интересам и от «потери или уменьшения прибылей», полагающихся ей как члену. Таким образом, если субсидии дру-

гих членов будут оказывать отрицательное воздействие на ее экспорт, то у нее будет право обратиться за помощью, что в результате приведет к прекращению указанных субсидий или даст ей право на принятие контрмер.

В качестве импортера у нее будет право обратиться за помощью, если субсидируемый импорт из другой страны наносит ущерб ее внутренней промышленности. В качестве члена-экспортера и члена-импортера у нее будет обязанность иметь институциональный механизм для проведения объективного расследования существования субсидий и их объемов, а также наличия ущерба, или серьезного вреда, или потери, или уменьшения прибыли.

Членство в ВТО уменьшит риск одностороннего произвола в применении тех или иных ограничительных мер дискриминационного характера, которые в последнее время вводятся в отношении некоторых белорусских товаров со стороны ряда государств и прежде всего экономически более развитых. Важно добиться, чтобы в ходе разрешения таких конфликтов на основе применяемых в ВТО механизмов и процедур и, в первую очередь, при проведении антидемпинговых расследований принимались во внимание специфические местные экономические условия (невысокая заработная плата, все еще относительно низкие цены на энергоносители и др.), следствием которых являются более низкие цены на отдельные товары, чем на рынках Европейского союза.

В отличие от многих стран Восточной Европы и бывшего СССР, которые уже стали членами ВТО, у РБ есть ряд особенностей, обусловленных структурой ее экономики. Прежде всего, это – высокая концентрация производства в промышленности, что предполагает достаточно длительный срок ее реформирования. Однако подобные особенности стран с переходной экономикой правилами ВТО сегодня, к сожалению, не учитываются. Страны с такой же, как у Беларуси, структурой промышленности и экономики в целом, не получают преимуществ при вступлении в эту организацию. Вот почему для многих из них процесс присоединения является достаточно болезненным.

Чтобы оградить себя от неоправданных издержек, Беларусь, пользуясь статусом наблюдателя в ВТО, ведет активную работу по введению в правила этой организации объективных критериев и условий для государств с переходной экономикой. Такой подход находит поддержку других стран, а также таких международных экономических структур и органов Организации Объединенных Наций, как Экономический и социальный совет ООН, Конференция по торговле и развитию (ЮНКТАД) и др. [5].

Другой существенной особенностью является то, что основные параметры позиции белорусской стороны на переговорах с ВТО должны согласовываться с Российской Федерацией и другими партнерами РБ по Таможенному союзу. Это обусловлено интеграцией с РФ и обязательствами сторон в рамках союзного государства. Вот почему Республика Беларусь выступает за согласованный и взвешенный подход к вопросу о присоединении к ВТО. Такая ясная и взвешенная позиция находит понимание и поддержку как участников Таможенного союза, так и самой ВТО.

Еще одна особенность Республики Беларусь – огромные экономические потери, которые страна понесла, особенно в сельском хозяйстве, в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС. Удалось, в частности, достигнуть понимания странами-членами ВТО аргументов белорусской стороны, направленных на применение гибкого подхода к обязательствам Республики Беларусь по сокращению субсидирования сельского хозяйства. Это также в известной мере облегчает процесс присоединения [5].

Таким образом, членство Республики Беларусь во Всемирной торговой организации дает ряд преимуществ: уменьшение риска одностороннего произвола в применении тех или иных ограничительных мер дискриминационного характера, которые в последнее время вводятся в отношении некоторых белорусских товаров со стороны ряда государств и прежде всего экономически более развитых; а также способствование созданию в стране предсказуемой торговой инвестиционной среды, привлечению капиталовложений в конкурентоспособные, ориентированные на экспорт секторы белорусской экономики и другие выгоды.

Следует учитывать, что сейчас Беларусь находится на самом сложном и ответственном этапе присоединения к ВТО. Вследствие этого в процессе переговоров о присоединении к ВТО приоритет должен уделяться системной трансформации экономики, а не односторонней задаче по либерализации внешней торговли.

В целом, интеграция является важнейшей движущей силой логистики. Она позволяет расширять рынки сбыта, уменьшает издержки производителей, увеличивает конкуренцию на рынках, что, в конечном счете, приводит к улучшению качества жизни каждого человека и прогрессу общества в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Аникин, Б. А., Логистика : учеб. пособие / Б. А. Аникин. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 327 с.
2. Ельдештейн, Ю. М., Логистика : учеб. пособие / Ю. М. Ельдештейн. – М. : Юнити, 2010. – 211 с.
3. Беларусь и ВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/wto/> – Дата доступа: 10.02.2015
4. Колесникова, И. С. “Вступление в ВТО и экономическое развитие” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research.by/webroot/delivery/files/pdp2013r04.pdf> – Дата доступа: 12.11.2014.
5. Бобров, И. А. “Роль ВТО в международной торговле” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neznanija.net/jekonomika/rol-vto-v-mezhdunarodnoj-torgovle/3964-preimuschestva-i-nedostatki-vstupleniya-belarusi-v-vto.html> – Дата доступа: 18.02.2015.

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Е.А. Кулеш

Научный руководитель: **М.Л. Третьякова**, магистр экон. наук, преподаватель  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

К числу ключевых вопросов, актуальных в настоящее время в бизнес-среде, относится выбор эффективной стратегии организации. Помимо снижения логистических затрат, одним из основных направлений стратегии любого отдельно взятого предприятия становится концентрация на приоритетных видах бизнеса и операциях. Это способствует рациональному распределению ресурсов предприятия между теми видами бизнеса, которые являются конкурентоспособными и в которых у предприятия есть определённые преимущества (технология, ноу-хау, специальное оборудование, подготовленные кадры). Такой подход в западной практике называется определением «ключевой компетенции». В связи с этим всё большее распространение в мировой практике приобретает аутсорсинг [1, с. 380].

Особую роль стратегия управления организацией на основе аутсорсинга играет для малых предприятий. Малые предприятия в силу своего размера, масштаба деятельности и имеющихся ресурсов имеют ограниченную возможность по созданию в своей структуре подразделений, осуществляющих маркетинг, сбыт, ведение бухгалтерского учета и оптимизацию налогообложения т.д.

В связи с этим перед предприятиями встает вопрос: выполнять бизнес-процессы собственными силами или отказываться от выполнения бизнес-процессов и делегировать их специализированным организациям. Принятие решения «делать или покупать» (Make or Buy – МОВ) – является одной из основных проблем в логистической деятельности и в бизнесе в целом. Проблема «делать или покупать» актуальна ввиду своей важности. Почти каждая организация постоянно сталкивается с этой проблемой [2]. Аутсорсинг решает эту проблему.

Аутсорсинг – это сокращение или отказ предприятия от собственного бизнес-процесса, обычно не ключевого (непрофильного) и (или) неприбыльного для предприятия, и передача его на основании договора на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответственной области.

Аутсорсинг логических услуг – это передача части или всех логистических функций, в основном непроизводственного характера, сторонним логистическим организациям – провайдером логистических услуг [3, с.35].

Логистические провайдеры, они же провайдеры (операторы) логистических услуг (LogisticServiceProviders – LSPs, 3PLs, TPLs) – это коммерческие организации, оказывающие услуги в сфере логистики, выполняющие отдельные операции или комплексные логистические функции (складирование, транспортировка, управление заказами, физическое распределение и пр.), а также осуществляющие интегрированное управление логистическими цепочками предприятия-клиента.

Основными типами аутсорсинга являются:

- краткосрочный аутсорсинг (для решения краткосрочных задач);
- аутсорсинг по управлению проектом;
- полный аутсорсинг (внешний поставщик полностью отвечает за выполнение конкретной функции).

На практике распространение получили следующие виды аутсорсинга:

- информационных технологий (в этой области был применен впервые);
- финансов;
- трудовых ресурсов;
- производственный;
- маркетинговых функций;
- логистических функций.

Среди логистических функций на аутсорсинг передаются следующие:

- таможенное декларирование и таможенная очистка грузов;
- проверка грузовой счет-фактуры;
- организация грузовых перевозок;
- складское хранение;
- организация закупок и связь с поставщиками;
- выбор грузового перевозчика и др. [4].

В связи с широким использованием услуг аутсорсинга для реализации лишь части отдельных производственных функций или конкретных задач иногда используется термин «ауттаскинг» (от англ. *outtasking*). Подобные неологизмы призваны сконцентрировать внимание на характере отношений между партнёрами в аутсорсинг-проекте. В частности, ауттаскинг предполагает большой контроль над выполнением порученных внешней стороне конкретных задач, например, обработки бумажных носителей информации и формирования электронной базы данных, обслуживания компьютеров и техники в офисе, приёма заявок по телефону и т.п.

Аутсорсинг бизнес-процессов (ВРО) – результат развития современного предпринимательства в целом. По мнению западных аналитиков, эволюция партнёрских взаимоотношений в условиях «рынка потребителя» может характеризоваться тремя группами факторов:

- 1) технологические (партнёрство в сфере совершенствования качества продукции и снижения затрат);
- 2) процессные (партнёрство в сфере совершенствования создания стоимости);
- 3) предпринимательские (партнёрство в сфере реорганизации предприятия или рынка).

Качественно новый подход к организации деятельности компании на основе ВРО и то влияние, которое ВРО уже сегодня оказывает на глобальный рынок, позволили ряду исследователей говорить об аутсорсинге бизнес-процессов как о самостоятельной форме аутсорсинга.

В зависимости от конкретных видов деятельности, в которых специализируется аутсорсер, можно выделить отдельные виды аутсорсинга. К самостоятельным видам аутсорсинга можно, например, отнести:

- аутсорсинг информационных технологий (IT-аутсорсинг);
- аутсорсинг научно-производственной деятельности;
- аутсорсинг логистических функций;
- аутсорсинг функций управления организацией;
- аутсорсинг функций управления организацией;
- аутсорсинг финансовых и банковских операций;
- аутсорсинг человеческих ресурсов и пр [3].

Компании, которые берут на себя выполнение выносимых технологических блоков, называют «контракторами». Последовательная реализация идеи аутсорсинга привела к тому, что оригинальные производители сами те или иные товары не производят, а делают заказы на их изготовление специализирующимся на этом фирмам-контракторам, которые в такой цепочке теперь могут заниматься еще и разработкой товаров, и их модификацией. Но вот создание и эксплуатацию своего брэнда, т.е. реализацию товара конечному потребителю, оригинальный производитель из своих рук никогда не выпустит.

Понятно, что такая цепочка фирм должна работать как часы, следуя за всеми нововведениями и перестройками оригинального производителя. Отставшая или не вовремя и не в полной мере выполнившая рекомендации или требования фирма-контрактор безжалостно и мгновенно заменяется на более подходящий элемент. В такой организации производства несвоевременное или неосторожное вмешательство государственных и других посторонних субъектов в деятельность находящейся на их территории фирмы-контрактора может привести к ее выводу из цепочки.

Не обошёл аутсорсинг и нашу страну: около 7 % молодых специалистов Беларуси (до 30 лет) зарабатывают сегодня деньги на рынке аутсорсинговых услуг, встраиваясь в цепочки процессов создания программных продуктов по заказам крупнейших западных компаний. Наиболее значительный и известный пример такого бизнеса – белорусская фирма в ранге СП "ГВА". Подавляющая часть его доходов обеспечивается участием в технологических цепочках разработчиков программного обеспечения.

У большинства белорусских предприятий загрузка производственных мощностей невелика, и они с большим энтузиазмом относятся к предложениям из области аутсорсинга от российских фирм. Но низкий уровень менеджмента и полное отсутствие возможности самостоятельно принимать стратегические решения делает наши фирмы, компании и заводы только объектом получения хорошей прибыли в российских цепочках. Встраивание в аутсорсинговые цепочки благополучных межнациональных фирм гораздо выгоднее. Так, львиная доля примеров успешного аутсорсинга в развивающихся странах, по данным фирмы McKinsey Quarterly, приходится на лидеров новой экономики: Philips, Motorola, Alcatel, Ericsson, Intel, Microsoft, IBM, Cisco. Те же производители автомобилей, по данным Bear Sterns, до 65 % производственной логистики обеспечили аутсорсингом, что позволило им на 20–30 % снизить издержки и увеличить скорость реагирования на «голос потребителя». Однако наши машиностроители не являются конкурентоспособными на этом рынке.

Пока наши предприятия вовлекаются в аутсорсинговые схемы в самом невыгодном давальческом варианте. Изношенность основных фондов и низкий уровень менеджмента не позволяет надеяться на то, что эти схемы кооперации разовьются в цивилизованные формы аутсорсинга. Другое дело, если бы государство как главный собственник белорусских предприятий одной из стратегических целей управления своей

собственностью установило формирование фирм-контракторов с передачей их эффективным собственникам. Это был бы очень перспективный вариант возрождения белорусской экономики.

В перспективные фирмы-контрактеры с удовольствием вкладывают деньги будущие заказчики, если доказана выгодность использования этих фирм в аутсорсинговых цепочках. Успешность экспансии многонациональных корпораций на восточные рынки во многом определяется тем, насколько эффективны новые контрактеры. Поэтому Ford, интенсивно осваивающий рынок России и других стран СНГ, активно обучает своих будущих поставщиков, готовя их к тендерам на право быть контрактерами в своих цепочках. Аналогичной тактики придерживаются и другие корпорации.

Белорусские предприятия в аутсорсинговых схемах могли бы выступать как в качестве контрактеров, так и в качестве оригинальных производителей. Последний случай касается только предприятий, имеющих широко известные и продвинутые брэнды, например «Атлант», МАЗ, «Белита». Но применение аутсорсинговых схем целесообразно лишь тогда, когда все другие способы снижения издержек и повышения качества исчерпаны, и привлечение стороннего исполнителя действительно даст весомый эффект [5].

При расчете выгод от применения аутсорсинга необходимо принимать во внимание различные альтернативные варианты документарного оформления выноса части функций за пределы предприятия. Это необходимо для минимизации затрат на преодоление законодательных барьеров (например, ограничений по включению в себестоимость затрат на оплату услуг сторонних организаций, которые организация способна выполнять своими силами благодаря наличию соответствующих структур и штатных единиц).

Выбор варианта определяется конкретными обстоятельствами. В любом случае результат выполнения выносимой функции для предприятия становится покупаемым товаром (даже если это услуга), что подразумевает соблюдение соответствующего налогообложения и всех сопутствующих правил и процедур.

Если же белорусское предприятие выступает в качестве контрактера, никаких законодательных ограничений на участие в аутсорсинговых схемах нет. Имеются другие трудности. Они связаны с неготовностью белорусских предприятий к структурным преобразованиям, отсутствием должной корпоративной культуры, общим низким уровнем менеджмента и психологической неподготовленностью работников предприятий к изменениям. А изменения необходимы, т.к. статус поставщика продукции или услуг должен подтверждаться доказываемым наличием у предприятия-претендента системы минимизации издержек, оптимизации качества. Также необходимо показать способность соответствовать требованиям оригинального производителя. Эти требования обусловлены необходимостью опережающего поддержания конкурентоспособности, что означает быстрое изменение номенклатуры в соответствии с требованиями рынка при минимизации издержек и оптимизации соотношения "цена/качество".

Преимущества, которые получают предприятия-контрактеры, связаны с тем, что у них появляется доступ к современным технологиям, а участие в технологических цепочках дает основания для привлечения инвестиций на перевооружение и освоение новейших технологий. Таким образом, появляется шанс вырваться из замкнутого кольца нехватки оборотных средств, неплатежей и технической стагнации. Поэтому белорусским предприятиям, претендующим на продление своей жизни путем участия в аутсорсинговых схемах, необходимо безотлагательно заняться доведением организации управления, производительности, эффективности, минимизации издержек и соотношения цена/качество до конкурентного уровня.

Следует отметить, что такую деятельность как аутсорсинг очень трудно называть белорусской, американской или китайской, ведь большая их часть построена именно на международном сотрудничестве.

Будущее белорусской экономики, вполне вероятно, будут определять не МАЗы и не трактора, а фирмы, работающие в сфере высоких технологий. Пока они не многого добились – им не хватает господдержки. А вот структуры, определяющие ИТ-бизнес Беларуси, которые могли бы открыть для страны хорошую перспективу, прокладывают путь в большой бизнес самостоятельно.

Оценка аналитиков мирового рынка ИТ-технологий, в частности, оффшорного аутсорсинга за 2003-й год. В 2003-м рынок аутсорсинга стал больше на 890 %. Было заключено 244 крупных ИТ-контракта (стоимостью выше 100 млн USD) и 29 контрактов стоимостью более 1 млрд USD.

Самый крупный заключен налоговым управлением Великобритании с Cap Gemini Ernst & Young стоимостью 5,1 млрд USD. Рост рынка ИТ-аутсорсинга в значительной степени происходил за счет увеличения числа госзаказов. Как планируется, в 2004-м с крупными ИТ-заказами на рынок могут выйти министерства обороны США и Великобритании, МВД США.

Именно аутсорсинг стал причиной уменьшения высокооплачиваемых рабочих мест в США. Это и заставило сенат США одобрить законопроект, который ограничивает размещение американских заказов за пределами страны.

На первый взгляд, нам данный прецедент ничем не угрожает. Наш рынок ИТ-технологий не настолько силен, чтобы претендовать на размещение заказов данного характера в Беларуси. Однако уровень развития ряда белорусских фирм, работающих в сфере высоких технологий, свидетельствует о том, что технически

их выполнение не представляет собой ничего сложного. Наши программисты не хуже индийских, которые сегодня снимают до 70 % «пеню» с рынка аутсорсинга, а также китайских, бразильских, южно-африканских, которым правительства развитых стран, в том числе США и Западной Европы, доверяют выполнение заказов.

При аутсорсинге вспомогательных производственных функций можно столкнуться с проблемами монополизма, особенно за пределами европейской части территории Беларуси. Незрелость рынка приводит и к завышению стоимости выполнения заказа даже при проведении конкурсов, а также к возможности безнаказанного уклонения от качественного исполнения работы, особенно при несовершенстве условий контракта.

Помимо этого, в наследство от советского периода осталась сильная вертикальная интегрированность. Боязнь перемен и косность мышления руководства таких предприятий зачастую мешает им отказаться от самостоятельного выполнения некоторых функций. Во многих случаях они пытаются решить проблемы путем выделения вспомогательных подразделений в дочерние предприятия. Несмотря на повышение заинтересованности руководителей подразделений, при таком развитии событий финансовые выгоды будут невелики, поскольку предприятия холдинга все равно будут делать заказы друг для друга вместо поиска сторонних партнеров, способных обеспечить нужды предприятий по более низкой цене или более качественно. Опыт развитых стран показывает, что при такой стратегии или компания переходит на аутсорсинг, или снижается ее эффективность в целом. Поэтому следует ожидать, что наши предприятия будут в дальнейшем все более внимательно присматриваться к аутсорсингу.

В последние годы, во многом благодаря приходу нового поколения менеджеров, стали заметны сдвиги в политике многих предприятий. Сталкиваясь с жесткой конкуренцией со стороны иностранных фирм, они активно проводят реструктуризацию, продавая активы, ненужные для основной деятельности, и передавая на сторону часть деятельности компании. В отдельных отраслях, например, в строительстве, отказ от самостоятельного выполнения некоторых функций уже давно стал обычным явлением.

Еще одним препятствием на пути осуществления аутсорсинговых схем является то, что ведение бизнеса в таком режиме требует чрезвычайно высокого уровня организации управления. Необходимы грамотное стратегическое планирование и профессиональное оперативное руководство, четкий финансовый менеджмент и надежные механизмы контроля качества. К сожалению, таким требованиям сейчас нечасто удовлетворяет менеджмент, как в компаниях-заказчиках, так и в компаниях-исполнителях [6].

Одним из важнейших требований к компании-аутсорсеру является обеспечение конфиденциальности информации клиента, для чего она должна быть достаточно крупной, чтобы оставаться неподкупной, и достаточно известной и закрепившейся на рынке, чтобы дорожить своей репутацией. Она должна быть устойчивой и надежной, чтобы возможность ее неожиданного банкротства и поиска клиентом нового аутсорсера была минимальной. И кроме того, такая компания должна быть гибкой, способной полностью понимать задачи клиента и быстро перестраиваться в соответствии с его запросами. Пока таким требованиям в Беларуси удовлетворяют лишь немногие компании.

И все же в стране уже сейчас существует большое количество компаний, оказывающих те или иные аутсорсинговые услуги: бухгалтерские и юридические фирмы, рекламные агентства. Причем число их постоянно растет. Возможно, новый импульс развитию аутсорсинга в Беларуси даст его использование молодыми начинающими компаниями.

Несмотря на трудности, возникающие из-за незрелости отечественного рынка и законодательства, существуют и некоторые особенности, благодаря которым использование аутсорсинга в нашей стране особенно перспективно. В белорусских условиях компаниям-производителям важны не только повышение качества и снижение цены для получения конкурентного преимущества, но и увеличение финансовой устойчивости, которую можно получить при рациональном применении аутсорсинга.

Использование аутсорсинга, позволяющего добиться повышения эффективности деятельности компании без крупных дополнительных инвестиций в новые дорогостоящие технологии, в том числе информационные, и сфокусироваться на приоритетных направлениях, может облегчить компаниям выход на мировой рынок, так как они в большинстве своем еще слишком малы, чтобы достойно конкурировать на этом рынке, и не могут пока вкладывать в развитие своего бизнеса и исследовательские разработки средства, сопоставимые с инвестициями западных фирм.

Таким образом, в Беларуси есть предпосылки к активному внедрению новой стратегии ведения бизнеса – аутсорсинга. Однако для его успешного применения необходимо учитывать не только обычные в мировой практике трудности перехода на аутсорсинг, но российскую специфику: незрелость рынка, несовершенство законодательства и слабую культуру договорных отношений. Очевидные же преимущества, которые приносит аутсорсинг при тщательном поиске партнеров и заключении эффективных контрактов, позволяет предположить бурный его рост в стране уже в ближайшее время [5].

В Беларуси аутсорсинг пока еще не получил такого мощного развития, как в остальном мире. Компании, которые предоставляют аутсорсинговые услуги, как правило, еще не вычленили этот бизнес в отдельное направление. Но, тем не менее, тенденция увеличения спроса на аутсорсинг в Беларуси схожа с мировой. Постепенно приходит понимание, что аутсорсинг является эффективным способом снижения издержек, доступа к новейшим технологиям и возможности сконцентрироваться на ведении своей основной деятельности, и начинает создаваться среда для его успешного внедрения.

Потенциальными клиентами аутсорсинговых фирм видятся малые предприятия, ограниченные в ресурсах, крупные компании и банки, которые имеют возможность проведения конкурса с целью отбора наиболее подходящих исполнителей, представительства зарубежных компаний и совместные предприятия, у которых есть опыт использования аутсорсинга, правда, в других условиях, а также государственные организации, заинтересованные в привлечении квалифицированных специалистов.

И все же широкому использованию аутсорсинга этими категориями до сих пор мешает целый ряд факторов. Так, в Беларуси пока нет аутсорсинговых компаний, уровень которых удовлетворял бы высоким запросам таких клиентов, как зарубежные компании и банки, а переходу на аутсорсинг в государственных учреждениях зачастую мешает инертность мышления их руководства. Использование аутсорсинга информационных технологий крупными российскими компаниями и банками затруднено вследствие наличия у них собственного штата специалистов по автоматизации и из-за сложности перехода к новому для них типу управления информационными технологиями, поэтому безболезненно ИТ-аутсорсинг может быть осуществлен только во вновь создаваемых банками филиалах.

Кроме того, наши компании, как, впрочем, и зарубежные, опасаются доверять информацию посторонним, боясь потерять контроль над ситуацией. Однако в Беларуси такое недоверие к аутсорсингу усугубляется неразвитостью рынка и непроработанностью законодательной базы. Мало того, что на рынке существует лишь небольшое количество компаний, занимающихся аутсорсингом, еще меньше имеется компаний с устойчивой хорошей репутацией. Компаниям сложно найти партнеров, в которых можно быть уверенными, а несовершенство законов не всегда гарантирует выполнение условий соглашения, причем уклонению от их выполнения также способствует и низкая степень добросовестности соблюдения договорных обязательств в Беларуси. В нашей стране есть и еще одна особенность ведения бизнеса: многие компании не просто заботятся о конфиденциальности информации, но и не заинтересованы в какой бы то ни было открытости, так как зачастую бухгалтерский учет носит полуофициальный характер. Из-за недостаточно широкого рыночного предложения внешних исполнителей компаниям, прибегающим к аутсорсингу, иногда приходится обращаться к потенциальным или фактическим конкурентам, а при передаче слишком многих важных функций стороннему агенту может появиться новый конкурент, хорошо знакомый с данным сектором бизнеса.

#### **Список использованных источников**

1. Аникин, Б. А. Логистика: учебное пособие / Б. А. Аникин [и др.]; под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : Проспект, 2011. – 408 с.
2. Сергеев, В. И. Управление закупками в цепях поставок : учеб.-метод. материалы / В. И. Сергеев. – М. : МЦЛ ГУ ВШЭ, 2007.
3. Курочкин, Д. В. Логистика: курс лекций / Д. В. Курочкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : ФУАинформ, 2012. – 272 с.
4. Формы и виды аутсорсинга [Электронный ресурс]. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://menedjeram.ru/page15/page17/>. – Дата доступа: 09.03.2015.
5. «Национальная экономическая газета» [Электронный ресурс]. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.neg.by/>. – Дата доступа: 11.03.2015.
6. Еженедельник «Computerworld» [Электронный ресурс]. Москва, 2004. – Режим доступа: <http://osp.ru/>. – Дата доступа: 09.03.2015.

## РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Гжегож Йокел

Grzegorz Jokiell

доктор экономических наук

Экономический университет во Вроцлаве, г. Вроцлав, Польша

**Введение.** Понятие логистики для описания экономических реалий использовалось в США в конце 50-х годов XX в. Сначала в рамках концепции логистики занимались частичными и рассредоточенными на предприятии действиями, связанными с распространением на уровне операций. Однако логистический системный подход к управлению, записанный в концепцию, приводил к охвату все новых площадей предприятия, чтобы координировать перемещения товаров и связанную с ними информацию. Вместе с развитием логистики росло ее значение на уровне межорганизационного сотрудничества фирм в рамках логистических цепей и сетей. Начиная с 80-х лет XX в. предметом заинтересованности логистики стали процессы, которые пронизывают насквозь единичное предприятие. В наше время необходимо отдавать себе отчет в том, что не одно предприятие является субъектом конкуренции, но и целые коммерческие системы – «ни одна фирма не является островом» [1]. В более длительной перспективе успех предприятия обеспечивается сотрудничеством в рамках цепей поставок, кластера, сети и других многосубъектных коммерческих систем. Оказывается, не только клиент-получатель является наиважнейшим элементом окружения предприятия, но и также важны разного рода заинтересованные лица [2], среди них значительную роль играет конечный потребитель. Казалось бы, что теория организации и управления уже решила эту проблему, и даже ушла на несколько шагов вперед, концентрируясь на сетях поставок и виртуальных организациях, работу которых координируют дирижеры. Однако практика управления многих фирм показывает, что эти вопросы мало изучены, отсутствуют методы поддержки управления цепями поставок, горизонт анализа цепи ограничен тремя-четырьмя его ближайшими звеньями. Можно сказать, что существует брешь между теоретическим содержанием и коммерческой практикой.

Целью статьи является анализ причин сложностей в идентификации и управлении цепями поставок. Кроме того, показание существенной роли логистики в потоках создаваемых ценностей в таких коммерческих системах.

**Идентификация цепей поставок.** В предметной литературе можно найти много описаний проблем управления организационных систем, охватывающих не один субъект, Дж. Чэмпи (*J. Champy*) [3], Э. Голдратт (*E. Goldratt*) [4], П. Сендж (*P. Senge*) [5]. Описаны реально действующие коммерческие системы, такие как японские сети Заибатцу, а после войны Кеирещу, корейская Чеболе. Появилась богатая литература на тему стратегических альянсов, кластеров, соперничества [6] и кооперативной конкуренции [7]. Разработана теоретическая концепция управления цепями поставок, какими являются *SCOR* модель (*Supply Chain Operations Reference* – референтная модель операций в цепях поставок), *ECR* (*Efficient Consumer Response* – эффективный отклик на запросы потребителей) и *CPFR* (*Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment* – совместное планирование, прогнозирование и пополнение). Выявлены и хорошо описаны системные явления, которые возникают в подобных коммерческих системах. Об эффекте хлыста говорится во всех экономических учебных заведениях и в рамках переподготовки для фирм, где его иллюстративно вызывают при симуляции бизнес-игры по доставке пива. Казалось бы, в реальности это явление не встречается очень часто, но по крайней мере не должно удивлять участников бизнес-систем своими объемами. Однако на практике оказывается, что этот эффект возникает циклично в различных местах, отраслях, фирмах.

Оказывается, не так-то просто перенести концепцию управления процессами с уровня конкретного предприятия на уровень цепи поставок. Среди основных причин такого положения вещей важно подчеркнуть, например, трудности идентификации таких цепей поставок. Ниже представлены несколько цепей поставок (рис. 1), в которых предприятие может одновременно участвовать. В конце каждой цепи поставок обозначен потребитель или конечный пользователь, как основной, и поэтому структурный элемент тех цепей.



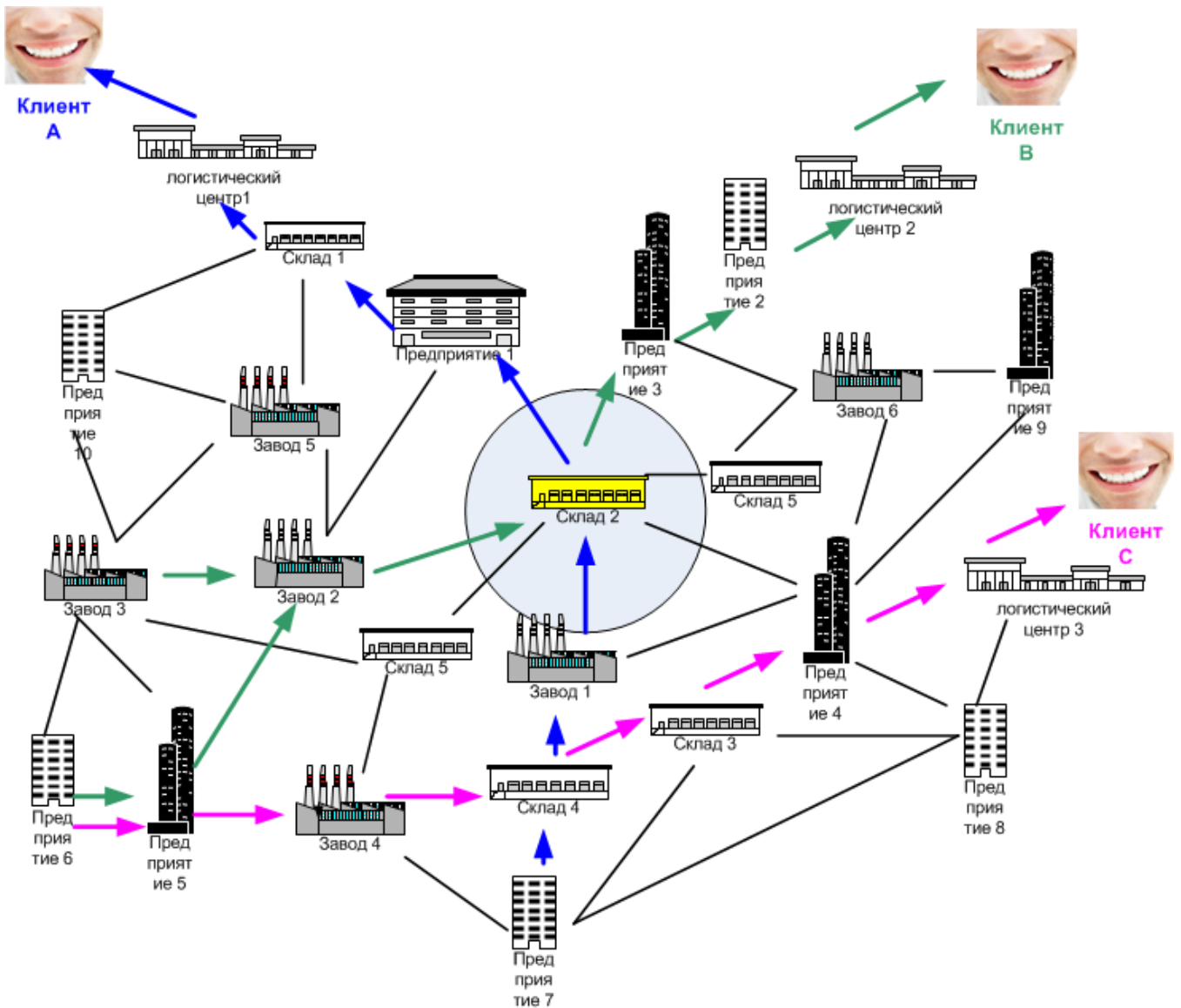


Рис. 1. Три цепи поставок А, В и С, проходящие через сеть предприятий

Источник: собственная разработка.

Обозначенный кругом на рис. 1 склад 2 относится, например к двум цепям поставок. Ввиду недостаточности места ограничили в представлении только фирм, которые связаны между собой нитью сотрудничества. Кроме показанных фирм, необходимо учесть организации, с которыми связаны эти фирмы: налоговые службы, местные и центральные органы управления и т.д. [8]. Можно было бы также ввести субъекты, с которыми фирмы на рис. 1 связаны другими отношениями, такие как: конкуренты, неправительственные организации, исследовательские институты, школы, корпоративные союзы и многие другие заинтересованные организации. В такой степени обогащенная сеть организаций была бы для читателя слишком сложной, а потому непонятной. Касается это также самих участников сети.

Чтобы управлять процессами в цепях поставок, надо, прежде всего, определить сами эти цепи. Возникают, таким образом, два важных вопроса.

1. Где находятся границы цепи, участником которой является предприятие?

2. В каких цепях поставок предприятие является важным звеном – каким образом фирмы определяют и активно участвуют в таких коммерческих системах, и каким образом обозначают конечного клиента?

Ответ на первый вопрос не простой, в частности потому, что сети поставок – это открытые системы. В этой ситуации явной границы, отделяющей объекты в сети от объектов за ее пределами, не может быть. Вероятно, где-то на рубежах сети будут находиться объекты, которые в определенном смысле будут к ней относиться, а в других аспектах уже нет. Указание точных границ между системами, безусловно, не обязательно, с тем, чтобы в структуре сети учесть ключевые объекты системы, когда именно они оказывают ре-

шающее влияние на функционирование целого. Это введено в рекомендации теории ограничений Э. Голдратта (*TOC – Theory of Constraints*), который уже в 70-е годы прошлого века заметил, что несмотря на невообразимую сложность системы (количество взаимосвязей между элементами) ею можно управлять с помощью ограниченного числа ее основных ограничений [9]. Используя эту идею, важно сосредоточиться на ключевых узлах сетей, или ключевых звеньях цепей. Однако определить основные ограничения системы совсем не просто, хотя бы с точки зрения разнообразия критерий выделения этих ключевых звеньев. Это могут быть предприятия, имеющие наибольшие конкурентные преимущества в цепях. Такая ситуация, например, в случае цепей поставок в автомобильной отрасли, где роль основной фирмы, ответственной за координацию цепи, отводится самой сильной, или автомобильным концернам, таким как Форд, Тойота, Фольксваген и т.п. Однако согласно идее оптимизации переработки по Э. Голдратту, основные ограничения следует искать, прежде всего, в «узких горлышках», или в звеньях, ограничивающих прохождение ценностей в рамках цепи, которые не обязательно совпадают с сильнейшими фирмами.

Ответ на второй из основных вопросов на уровне мезологистическом, то есть: цепочка поставок кажется простой. Конечный клиент, или конечный потребитель или пользователь, показано на рис. 1. при каждой определенной цепи поставок. Однако пользуясь призмой принципов отдельного предприятия, являющегося звеном цепи поставок, того же конечного клиента можно не достичь, особенно, если фирма не является основным звеном или дирижером в цепи [10]. Например, интересуется ли сталелитейный завод ситуацией на рынке морских перевозок, или на рынке продажи новых автомобилей? В любом случае должен интересоваться, поскольку значительная часть стали, которую производит завод, плывет в виде конструкций судов, или ездит в виде хотя бы автомобильных кузовов. Ситуация на этих рынках имеет существенное влияние на спрос на сталь, заявляемый непосредственными получателями этого завода в виде верфи или производителей кузовов. Однако это влияние опосредованное и с задержкой по времени (инерция). Редко когда для стратегического анализа такого завода используют факторы из такой далекой среды. Однако желая использовать концепцию управления процессами, нужно точно определить конечного клиента для процесса, реализованного в цепи поставок.

Само определение потребителя иногда не является простым. И так в случае легковых автомобилей это будет конечный пользователь, т.е. физическое лицо – собственник автомобиля, или фирма, использующая автомобили в служебных целях, а точнее ее работник. Однако в случае судов, судовладелец, оказывающий транспортные услуги, является только очередным звеном в цепи поставок. В этой ситуации определение потребителя может быть совсем невозможным, поскольку оказывается, что ими могут быть все, которые приобретают перевозимые этими судами продукты.

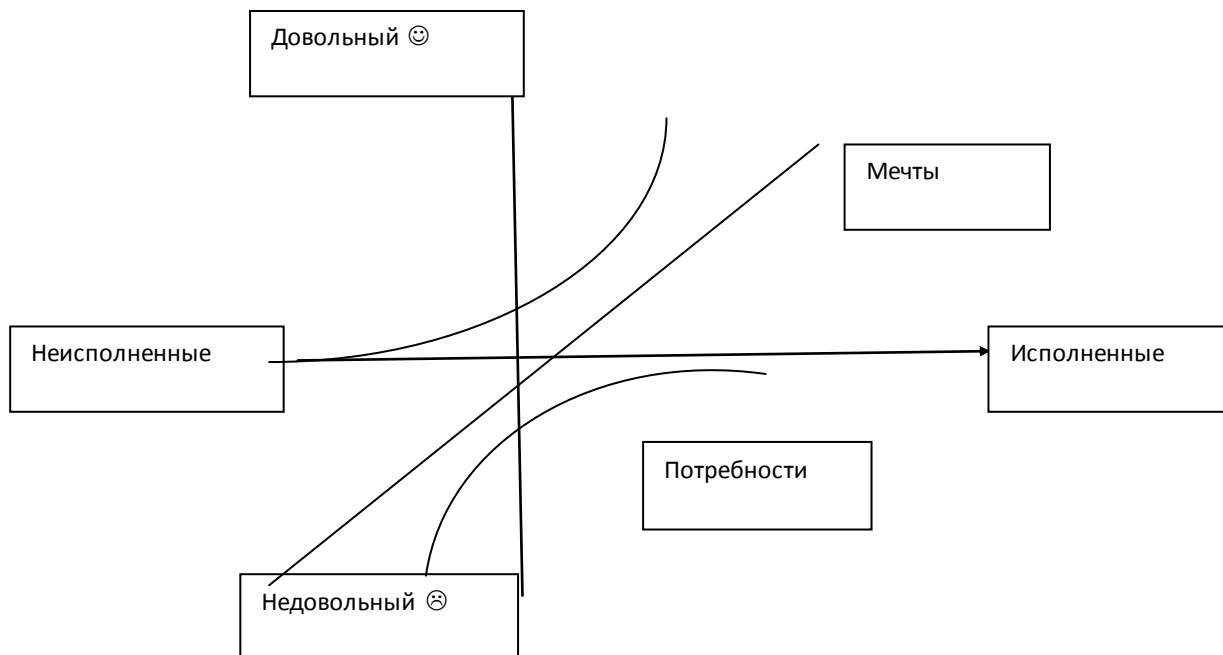
**Создание стоимости в цепи поставок.** Идентификация цепей поставок является основой для определения потока ценности, генерируемой для клиента. Если клиент не является потребителем, и как видно из выше изложенного, возможность идентификации конечного пользователя не столь очевидна, это означает трудности с определением понятия добавленной стоимости – для кого? Проблемы определения стоимости проявляются также в ситуации, когда потребитель известен – это можно точно назвать. Происходит это из-за его субъективной оценки ценности. Обычно эта проблема решается через усреднение заявленных требований к продукту или услуге среди потребителей (сегментация рынка, фокусные исследования). Однако необходимо учесть еще два фактора. В первую очередь, не только основные требования создают ценность. Во-вторых, восприятие ценности меняется во времени.

Выше приведенные примечания можно проиллюстрировать, используя модель Кано. В 80-х годах XX века профессор Норияки Кано разработал визуальный метод, позволяющий понять требования клиента. Он разделил требования на три группы [11]:

1. Основные потребности (*must be*) – имеют фундаментальное значение, продукт или услуга должна их удовлетворить, в противном случае это переходит в полное отсутствие удовлетворения; однако само удовлетворение требований, в лучшем случае, позволяет достичь нейтрального удовлетворения.

2. Мечты/ожидания (*more is better*) – удовлетворение этих ожиданий отражается на повышении довольства клиента.

3. Прихоти/наслаждение (*delight*) – такого рода ожидания в отношении продукта или услуги, который клиент не ожидает заранее; если их не будет, ни что не случится, однако уровень удовлетворения клиента от их исполнения растет по экспоненте.



**Рис. 2.** Модель требований клиента по Н. Кано  
Источник: [11]

На более длинном промежутке стоит ожидать, что все кривые, показанные на рис. 2, пойдут вниз. То, что сегодня очаровывает, станет осознанной мечтой, а прежние мечты станут основными потребностями.

**Логистика в потоках ценностей.** После обзора проблем, касающихся определения понятия «ценность» и идентификации цепей поставок, следует задуматься над ролью логистики в функционировании таких коммерческих систем.

Господствующие в настоящее время тренды глобализации экономики привели к распространению географически разбросанной концепции производства продуктов (особенно сложных, таких как автомобили, бытовая техника, радиоэлектроника, компьютеры и др.). Этой тенденции придерживается и фирма Тойота, которая считается прародителем концепции *Lean management*, в которой транспорт, складирование, запасы считаются проявлением расточительства (потери). А географически разбросанное производство признает такие логистические операции как основу эффективности целой системы.

Логистика имеет, следовательно, в таких глобальных цепях поставок ключевое значение. Хотя не стоит забывать, что именно развитие логистики (уменьшение расходов на транспорт, техническое и организационное развитие, дерегулирование в сфере развития, устранение барьеров в прохождении товаров и т.п.) усилил тенденции глобализации.

Роль логистики в глобальных цепях поставок можно описать примером, взятым из бестселлера Дж. Вумека (*J.P. Womack*) и Д. Джонса (*D.T. Jones*) «Бережливое производство» [12].

Там представлен поток ценности для коробки банок *Coca Cola*. На его основе представлена карта потока стоимости, учитывающая логистические операции (рис. 3). Анализ ограничен исключительно для цепи, производящей банки для этого напитка, в то время как именно банка составляет более половины всех расходов на производство этого продукта.

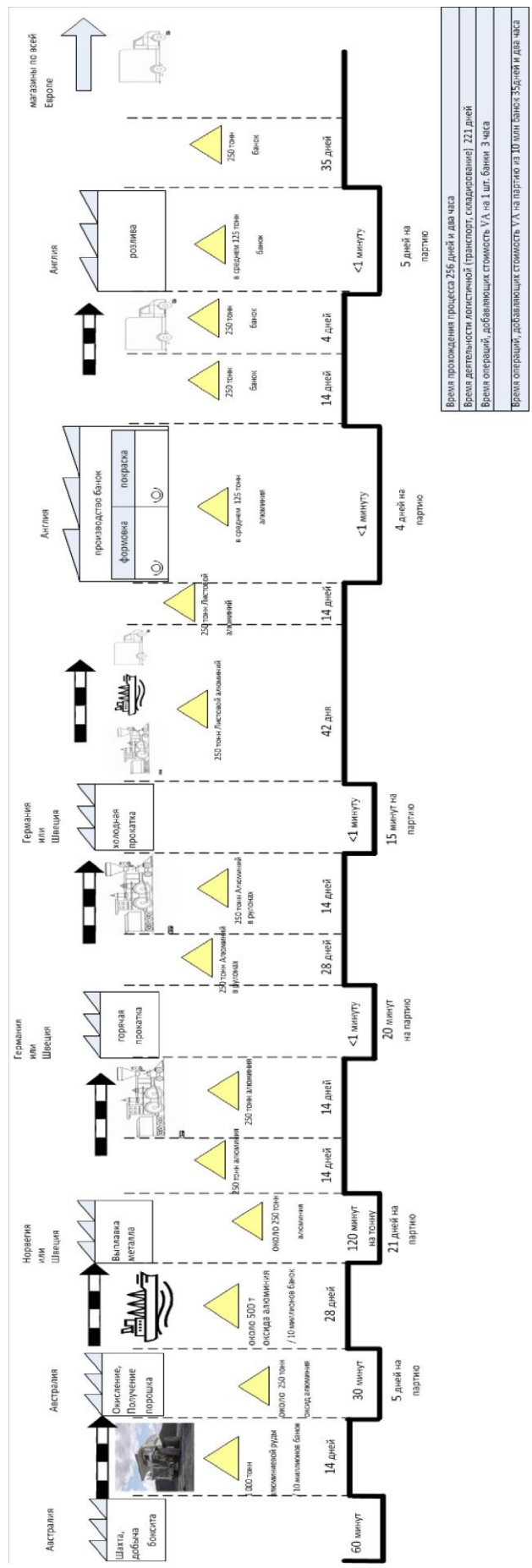


Рис. 3. Поток стоимости для банки Колы от сырья до готового продукта

В представленной на рис. 3 модели можно сравнить масштаб логистических операций, которые не создают добавленной стоимости для клиента (потери типа 1 и 2), с реальными операциями, создающих добавленную стоимость. Логистические операции заняли 221 день при полном времени прохождения 256 дней и 2 часа (рассчитанным для партии из 10 млн банок). Время операций, создающих добавленную стоимость, составляет 3 часа на одну банку и 35 дней и 2 часа на партию из 10 млн банок. Анализ выше показанного потока стоимости с точки зрения длительности процесса (прохождения) показывает, что большая часть времени занимают операции, не приносящие добавленной стоимости, а тесно связанные с логистикой. В этом более 100 дней занимает само складирование полуфабрикатов. Открытым остается вопрос оценки экономической эффективности организованного таким образом потока стоимости. Из-за отсутствия данных трудно доказать, что организация цепи поставок, которая была бы сконцентрирована в одной географической зоне, привела бы к снижению расходов. Главной рекомендацией концепции *Lean management* является сокращение запасов во всех звеньях переработки и организация производства в виде постоянного прохождения. В тех действиях видятся улучшения эластичности действия вместе с повышением эффективности, как следствие сокращения расточительности. Впрочем, Дж. Вумек и Д. Джонс указывают на возможность резкого сокращения рассматриваемого потока стоимости при применении переработки использованных банок, опирающейся на задействовании мини плавильных заводов и мини прокатных производств [12]. Однако не представлены расчеты экономической выгоды предлагаемого нового решения. Сосредоточившись, однако, на анализе продолжительности процесса, реализуемого в описанной цепи поставок, можно указать, что в случае материальных ценностей ожидания, а следовательно, складирование и транспорт, не имеют решающего значения в полной стоимости производства. Калькуляцию расходов на существование запаса на складе или в дороге можно обосновать на основе расхода на замороженный капитал в этих запасах. Иногда в случае органических продуктов следует иметь в виду также расходы на старение либо утрату ценности, например уменьшение массы. Тем не менее, длительное ожидание не сказывается принципиально на состоянии материальных ценностей. Однако в случае, когда модель толкания (*push*) в больших сериях применима к человеку в процессе оказания услуг (пассажир, пациент, заявитель), время ожидания имеет решающее значение для удовлетворения конечного клиента, а, следовательно, созданной в процессе стоимости. К сожалению, логистика в услугах воспроизводит модель массовых перевозок большого количества людей, чьим наглядным примером являются все большие пассажирские самолеты, огромные аэропорты и трассы, предполагающие необходимость пересадок.

Более худший эффект модели массовой логистики создается в услугах здравоохранения. Из-за создания очередей (семейный врач – специалист – диагностическая лаборатория и т.д.) не только растет недовольство пациента от организованного таким образом обслуживания, но также отсрочка лечебных процедур приводит к ухудшению состояния здоровья пациента, а это обычно приводит к большим расходам на восстановление. Например, в Польше в государственной системе здравоохранения время ожидания посещения окулиста варьируется от 6 до 12 месяцев, в зависимости от региона страны. Этот пример кажется особенно ярким в вопросе определения роли логистики в цепях или сетях услуг.

**Заключение.** Роль логистики в сегодняшнем мире глобализации постоянно растет. Кроме увеличивающегося спроса на логистические операции, следующие из развития таких сфер, как транспорт или туризм, участие логистики увеличивается в производственных процессах, реализованных в цепях поставок. Например, производителем автомобилей признаются автомобильные концерны, такие как Фольксваген, Форд или Фиат. Однако когда посмотрим на участие расходов на покупку материалов в структуре всех расходов этих фирм, оказывается, что они составляют 70-90 % их стоимости. Это означает, что огромная часть в производстве автомобилей приходится на внешние кооперативные фирмы (поставщики, субпоставщики и т.п.), расположенных в разных уголках земного шара. Оптимизация логистических процессов не может, следовательно, ограничиваться только единичным предприятием, а должна согласно своему системному характеру охватывать всю систему, или всю цепь поставок. Однако уже в самом начале появляются проблемы с правильной идентификацией таких цепей поставок, особенно с уровня предприятий, занимающихся начальными этапами переработки в таких организациях. Очередная трудность связана с определением конечного потребителя или пользователя для процессов, реализуемых в таких суперорганизациях, как их называет Р.Х. Баллоу (*R.H. Ballou*) [13]. Связано это также со сложностью понятия добавленной стоимости через звенья таких цепей поставок. На фоне выше названных проблем, в статье указывается на значительное участие логистики в потоке стоимости примера, создаваемом предприятиями, занимающимися последующими этапами производства продукта (банка *Coca Cola*). С точки зрения времени логистические операции заняли 221 день в ходе процесса, что составляет 86 % времени. Из этого следует, что операции, добавляющие стоимость, составляют ничтожную часть времени реализации производственных процессов. Этот анализ подтверждает тот факт, что логистика является огромным резервуаром возможности улучшения функционирования цепей поставок.

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемы, связанные с идентификацией цепей поставок как определенных цельных объектов – систем, особенно с точки зрения предприятий, являющихся их звеньями. Представлены также трудности, связанные с определением потребителя, или конечного клиента, а также с

определением добавленной стоимости, создаваемой для него такими коммерческими системами. Роль логистики в цепях поставок проиллюстрирована картой потока стоимости, представляющей операции производственного процесса, реализуемого очередными фирмами в цепи поставок.

**Ключевые слова:** логистика, цепь поставок, поток стоимости.

*перевод: И.К. Кочар*

### Список использованных источников

1. Hakanson, H., Snehota I., No Business is an Island: The Network Concept of Business Strategy, "Scandinavian Journal of Management" 2006, vol. 5, s. 187–200.
2. Freeman, R. E., Harrison J. S., Wicks A. C., Parmar B. L., de Colle S., Stakeholder Theory: The State of the Art, Cambridge University Press, New York, 2010.
3. Champy, J., X-Engineering the Corporation, Reinventing Your Business in the Digital Age; X-engineering przedsiębiorstwa. Przemysł swój biznes w erze cyfrowej, Placet, Warszawa 2003.
4. Goldratt, E., It's Not Luck: Cel II. To nie przypadek. Mint Books, Warszawa 2008.
5. Senge, P., The Fifth Discipline: The art and practice of the learning organization; Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998.
6. Bigliardi, B., Dormio A. I., Galati F., Successful co-opetition strategy: evidence from an Italian consortium, International Journal of Business, Management and Social Sciences, Vol. 2, No. 4, 2011, pp. 1–8.
7. Cygler, J. Kooperencja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne, SGH, Warszawa 2009.
8. Kogut, B., The Networks a Knowledge: Generative Rules and the Emergence of Stucture, "Strategic Management Journal" 2000, vol. 21.
9. Goldratt, E. Cox J., The Goal: A Process of Ongoing Improvement; Cel. Doskonałość w produkcji, Werbel, Warszawa 2000.
10. Fung, V., K., Fung W., K., Wind Y., Competing In a Flat World: Building Enterprises for a Borderless World; Konkurowanie w płaskim świecie. Budowanie przedsiębiorstw przystosowanych do płaskiego świata. W wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2008
11. Majorana, F., Morelli A., Lean banking, Wydawnictwo M Kraków 2011 s. 42–44.
12. Womack, J.P., Jones D.T., Lean Thinking, Simon&Schuster Rockefeller Center, New York 2003.
13. R.H. Ballou, Business Logistics Management, Prentice Hall, Englewood Cliffs 1992, s. 631.

## ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Р.А. Данилюк**  
студент

Научный руководитель: **Г.Б. Медведева**, канд. экон. наук, доцент  
*Учреждение образования*  
*«Брестский государственный технический университет»*,  
г. Брест

К настоящему моменту логистика как практическая деятельность устойчиво заняла свою нишу в управлении современными предприятиями. Логистический подход к объекту управления, инструменты и методы логистики применяются в самых различных областях менеджмента. Наличие логистического подразделения в компании уже не является чем-то необычным, а рассматривается как обязательная составляющая организационная структура успешного предприятия.

Область компетенции специалистов в сфере логистики охватывает управление самыми разными объектами – документооборот, людские потоки, информационные, финансовые и товарно-материальные. Именно управление товарно-материальными потоками, их оптимизация являются наиболее распространенными задачами менеджмента особенно в среде предприятий частной формы собственности. Это обусловлено тем, что очень часто высокая стоимость покупаемых материальных ресурсов, разнообразная номенклатура, большое число различных реальных и потенциальных поставщиков требует привлечения логистических менеджеров к выработке стратегии развития предприятия, к формированию оптимальных материальных потоков. Логисты могут рассчитать эффективность стратегии, принимая во внимание временные и финансовые издержки на транспортировку и складирование ресурсов. Например, эффект от оптимизации и соответственно от возможной минимизации затрат на транспортировку и хранение может обусловить выбор поставщика, предлагающего материальные ресурсы по более высокой цене, но расположенного на удобных транспортных путях и принимающего на себя обязательства отгружать материальные ресурсы партиями в сроки и размерами, синхронизированными с производственным циклом предприятия-

закупщика. Развитость логистики на предприятии можно определить исходя из логистической системы. Грамотная организация логистической операции от закупки сырья, материалов, комплектующих и до поставки покупателю готовой продукции, позволяет получать весьма заметную экономию оборотных средств и в этом смысле представляется важным инструментом в управлении производственно-коммерческой деятельностью предприятия.

Что же такое логистическая система? С точки зрения менеджмента, логистическую систему целесообразно рассматривать как совокупность логистической сети и системы администрирования, формируемая компанией для реализации своей логистической стратегии (тактики).

Логистические системы управления, как и любая система, в реальности могут находиться на различных стадиях развития и отличаться степенью полноты охвата различных компонентов производства и сбыта. Следовательно, является важным и необходимым осуществлять анализ логистических систем в том случае, когда речь идёт о затруднённом сравнении вариантов решения или достижения поставленных целей или когда устанавливается, что необходимо знать и понимать как специалистам логистической службы, так и работникам других функциональных подразделений предприятия.

Анализ и построение логистических систем – это совокупность операций по выработке, доказательству и принятию решений при исследовании и формировании логистических систем на предприятиях. Основная сущность анализа заключается в преобразовании сложного в простое, т. е. превращение трудной для понимания логистической проблемы в серию задач, имеющую различные способы решения, нахождение эффективного способа управления сложными логистическими объектами.

Одной из основных задач при оптимизации логистической системы является модернизация и преобразование уже существующих органов управления предприятия. В связи с этим появляется необходимость в диагностике органов управления логистической системой предприятия, которая направлена на определение и выявление их потенциала и изъянов. Новая система будет внедряться на предприятии только в том случае, если она повысит действенность и эффективность функционирования органов управления. Данный процесс подразумевает выполнение следующих последовательных стадий:

- 1) разделение логистической системы на отдельные компоненты с целью выявления наиболее доступных для решения задач;
- 2) выбор и применение наиболее подходящих особых методов для решения определённых задач;
- 3) объединение частных решений с целью построения общего решения задачи логистической системы на глобальном уровне.

Основные задачи, решаемые при анализе логистических систем:

- правильно и четко описать логистическую систему;
- собрать данные о конкретной логистической системе;
- выявить назначение элемента, решающего логистическую задачу, с тем, чтобы определить его состав, методы, формы и способы взаимодействия с другими элементами логистической системы;
- сформулировать основные цели создания и развития логистической системы;
- установить степень взаимосвязи целей логистической системы со средствами их достижения;
- разработать несколько вариантов развития логистической системы при воздействии различных факторов внутренней и внешней среды;
- выбрать оптимальный курс развития логистической системы;
- разработать программу развития логистической системы;
- проверить эффективность взаимодействия элементов логистической системы, выявить и устранить узкие места;
- выявить эффективность организации управления предприятием, функции и структуру органов управления;
- разработать конкретные показатели функционирования логистической системы [1].

Важным элементом является определение функциональных элементов логистической системы – таких, как распределение, транспортировка, снабжение, а также производство и складирование. Постановка целей для информационных процессов и процессов функционирования требует строгости логического мышления, а также умения контактировать с сотрудниками предприятия, однако в итоге оно приведёт к уменьшению логистических затрат и их доли среди общих затрат. Само выполнение основных управленческих функций для достижения целей логистической системы берет на себя логистический менеджмент.

Логистический менеджмент – это процесс администрирования логистической системы. Его можно охарактеризовать как совокупность мер, связанных с администрированием функций товарообмена в логистической системе за счёт сглаживания как внутрорегиональных, так и межрегиональных противоречий, возникающих между участниками товарообмена [2]. В качестве объекта логистического менеджмента выступают потоки, перемещение сырья, процессы связанные с перемещением сырья, а также материалов, незавершённой продукции и товаров. Всё то, что может рассмотреть и описать специалист по логистике, всё это и будет являться объектом логистического менеджмента. Интерфейс логистического менеджмента про-

является в проблеме учета различных факторов спроса при производстве продукции. Прогноз такого спроса затруднен и сопровождается многими проблемами, которые часто носят не только рыночный характер. Это значительно осложняет оценку и, следовательно, страхование риска от потерь продаж. Предприятия стремятся не только максимизировать объем выпуска готовой продукции, но и минимизировать свои потери, что приводит к возрастанию затрат на хранение и поддержание запасов готовой продукции как у производителя, так и в дистрибутивной сети. В этом случае оптимизация затрат на производстве, которые необходимы для создания сезонных запасов готовой продукции, является задачей логистического менеджмента. Кроме того, на логистический менеджмент ложится задача прогнозирования сервисных потребностей и построение своей сети распределения. Ключевой позицией для логистики в сервисе является позиция построения и внедрения систем сервисной доставки потребителям. Таким образом, поддержанием системной устойчивости фирмы на рынке занимается логистический менеджмент, сглаживая противоречия между маркетингом, производством, финансами и оптимизируя межфункциональные внутрифирменные решения.

Логистический менеджмент оказывает непосредственное влияние на организацию логистических систем, т.к. в системе логистического менеджмента предприятия рассматриваются следующие вопросы:

- управления логистической системой компании;
- управления координацией деятельности структурных подразделений компании, начиная от формирования службы логистики компании и заканчивая вопросами обеспечения планомерной работы логистического подразделения компании;
- управления логистическим бизнес-процессом, под которым понимается процесс выполнения заказов, обслуживания внутренних и внешних клиентов компании;
- управления обслуживанием клиентов;
- управления логистическим персоналом. Здесь выделяется такая составляющая, как разработка должностных инструкций специалистов по логистике (складского персонала, специалистов по транспортировке и поставкам);
- управления учетом и логистической отчетностью;
- управления логистическими затратами [3].

После рассмотрения этих вопросов и создания логистической системы возникает потребность в её оптимизации, что подразумевает собой оптимизацию логистического менеджмента. Для его оптимизации необходимо провести не только логистический анализ, используя различные показатели (систему сбалансированных показателей). Данные такого анализа позволяют оценить принимаемые логистическими менеджерами решения и разработать дальнейшую стратегию развития.

На уровнях фирмы можно выделить следующие задачи логистического анализа:

- производительность (продуктивность);
- эффективность выполнения отдельных логистических функций и работы отдельных подсистем, звеньев и элементов логистической системы;
- эффективность логистической информационной системы и применяемых информационно – компьютерных технологий;
- составляющие логистических издержек и т.д.

При проведении логистического анализа на предприятиях используются различные методы и приёмы. Для повышения точности и достоверности анализа используется большое количество различных математических и экономико-математических методов и моделей, составляющих научную базу логистики.

В настоящее время логистический менеджмент необходим для современной рыночной экономики, т.е. та деятельность, которая направлена на управление всеми логистическими процессами в цепи поставок, координирующая эти процессы и объединяющая все звенья цепи поставок в единую цепь. Чтобы уменьшить затраты на всех этапах поставок, связующих пунктах необходим логистический менеджмент. Однако, снижение этих затрат приводит к созданию основания (фундамента) для построения стратегических планов о получении дополнительной прибыли, а это в свою очередь способствует к созданию дополнительных возможностей в изучении новых методов, моделей и технологий в управлении предприятием. В итоге можно отметить, что применения логистического менеджмента на предприятии и профессиональное его внедрение научно обосновано и способствует снижению логистических затрат.

### **Список использованных источников**

1. Миротин, Л. Б., Боков В.В. Современный инструментарий логистического управления / Л. Б. Миротин, В. В. Боков. – М. : ЭКЗАМЕН, 2005.
2. Золотогоров, В. Г. Организация и планирование производства : практ. пособие / В. Г. Золотогоров. – Минск : ФУАинформ, 2001. – 528 с.
3. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 416 с.



## ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «ПРОМОКОФЕ»

**А.М. Сумец,**

канд. техн. наук, доцент

*Харьковский национальный технический университет*

*сельского хозяйства имени Петра Василенка,*

*г. Харьков, Украина*

**С.А. Огиенко,**

канд. экон. наук, доцент

*Харьковский торгово-экономический институт*

*Киевского национального торгово-экономического университета,*

*г. Харьков, Украина*

Мировая практика свидетельствует о высокой интегрирующей роли логистики, особенно производства и сферы обращения. Увязывая последние в единую логистическую цепь, логистика благоприятствует не только резкому снижению запасов, но и увеличению производительности труда и росту объема продаж. Так, по оценкам зарубежных специалистов, с начала 80-х гг. XX в. в США в ежегодном общем увеличении производительности труда (5–6 %) половина (2,5–3,0 %) достигается за счет организации логистической деятельности. Многие специалисты в своих публикациях приводят результаты влияния логистики на объем реализации готовой продукции, указывая такое соотношение: сокращение на 1 % логистических издержек эквивалентно почти 10 % увеличению объема продаж [1–7]. Данные цифры заставляют задуматься о логистике как истинном инструменте рыночной экономики.

В. Смирчинский, рассматривая опыт формирования региональных логистических систем, в том числе государственных закупок, в развитых капиталистических странах, отмечает, что транспортные затраты при этом сокращаются на 7–20 %, затраты на погрузочно-разгрузочные работы и сохранение материальных ресурсов (МР) и готовой продукции (ГП) уменьшаются на 15–30, а общие логистические затраты – на 12–35 %. Передача функций снабжения и сбыта продукции от фирм-производителей к логистическим посредникам позволяет почти в три раза сократить собственные затраты фирм на эти цели, увеличить оборачиваемость материальных ресурсов на 20–40 %, снизить запасы МР и ГП на 50–200 % [6].

Использование современных методов логистического управления запасами позволяет сократить их общий уровень. Данные методы способны также изменить и соотношение поддерживаемого запаса до 10 % у розничных продавцов и до 90 % у дистрибуторов и производителей, что является важным преимуществом интегрированных логистических цепей [1, 4].

В плане подкрепления указанного обратимся к опыту организации логистической деятельности компании «ПромоКофе».

Компания основана и начала функционировать на рынке Украины в 2000 г. Основные полномочия компании – это ведущая бизнес-единица контрактного направления торгово-промышленной группы «Испанский дом», эксклюзивный представитель на рынке ТМ Шу (кофе «Эспрессо») и Фаета (профессиональное оборудование для приготовления кофе методом эспрессо); основной вид деятельности – дистрибуция кофе «Эспрессо» (в зернах и молотый) и оборудования для его приготовления.

Головной офис компании был расположен в г. Запорожье.

К формированию цепи поставок своей продукции в Украину и другие страны руководство компании подошло достаточно грамотно: был использован принцип типовой иерархической структуры построения цепи поставок. А именно – сначала руководством торгово-промышленной группы (ТПГ) «Испанский дом» была отработана общая цепь поставок первого уровня (рис. 1). Согласно данной схеме поставки кофе в Испанию осуществляются из Южной Америки, Азии, а также с Аравийского полуострова. Далее в Италии (центральный склад, г. Триест) компонуется нужный «формат» груза (кофе плюс оборудование, производимое компанией Фаета) и в соответствии с заказами поставляется на мировой рынок.

Следующий важный момент: в процессе формирования цепи поставок внутри каждого отдельного государства принимает непосредственно выделенная бизнес-единица. Например, для Украины цепь поставок обрабатывалась уже компанией «ПромоКофе». Данная цепь поставок относится ко второму иерархическому уровню и, по сути, представляет собой детально отработанный путь движения продукции от точки ее перехода через границу Украины до региональных складов (рис. 2).

Третий уровень цепи поставок – это формирование розничной сети продажи кофе и оборудования «внутри региона» (рис. 3). С регионального склада продукция распределяется по районным центрам (Р) и в пределах областного центра: в рестораны, гостиницы, отели, кафе, бары.

С целью достижения высоких результатов руководством ТПГ «Испанский дом» и компании «ПромоКофе» постоянно ведется работа по созданию системы поддержки функционирования цепи поставок (ЦП) за счет выбора и реализации современных логистических технологий. Следует особо отметить работу логистов в направлении совершенствования таких фрагментов ЦП как общее «управление цепью», «складирование и хранение продукции» и «транспортировка».

Рассмотрим более подробно указанные фрагменты ЦП и логистические технологии, используемые для повышения эффективности их функционирования.

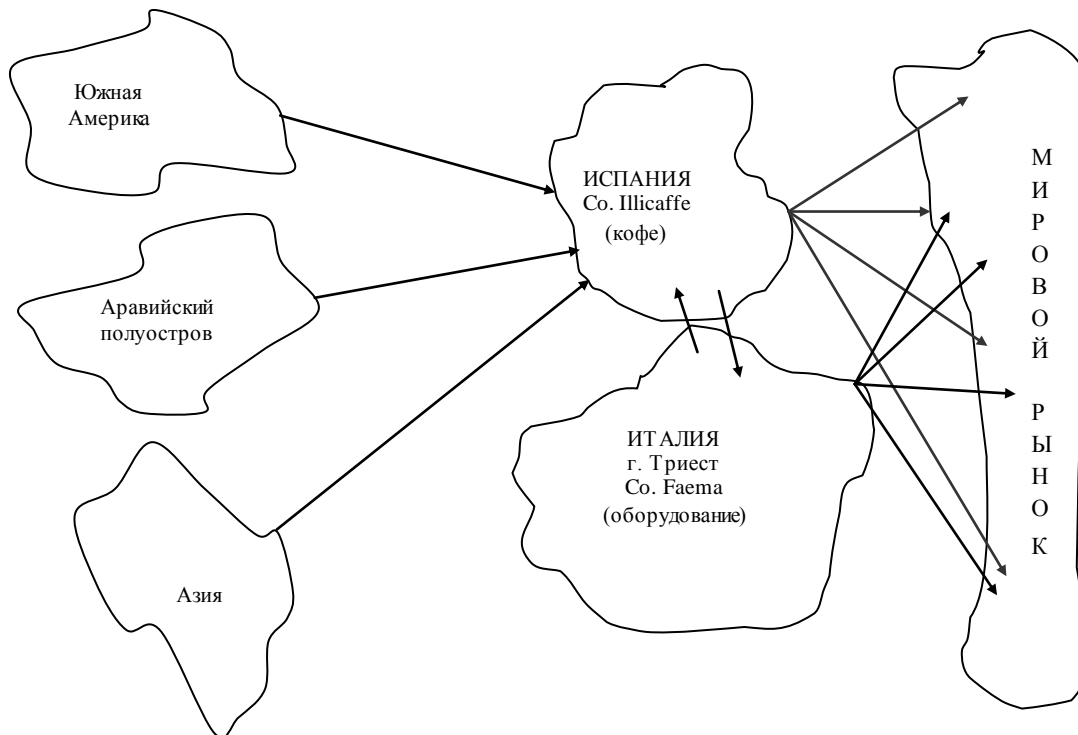


Рис. 1. Общая цепь поставок ТПГ «Испанский дом»

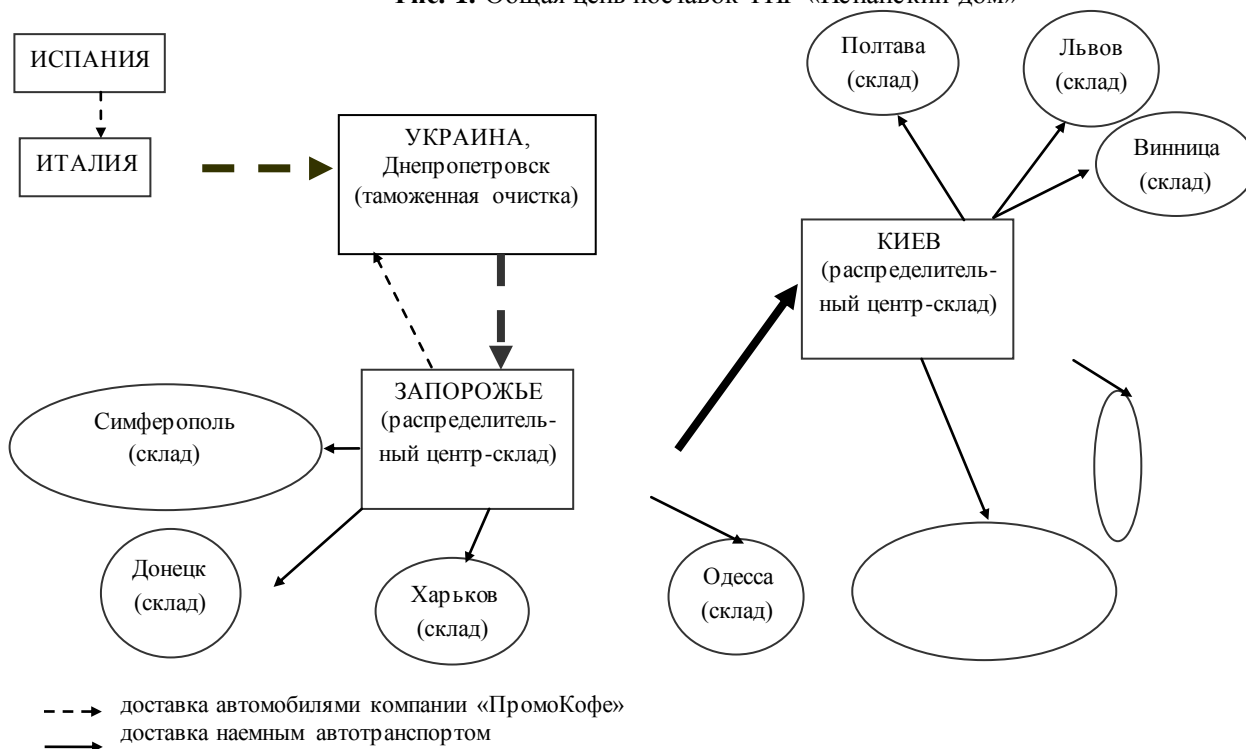


Рис. 2. Цепь поставок продукции компании «ПромоКофе» на украинский рынок

Фрагмент «Общее управление цепью поставок». В данном случае более корректно надо говорить об управлении товаропотоком в цепи поставок. Этот процесс осуществляется на основе использования информационно-аналитической системы (ИАС), позволяющей аккумулировать нужную информацию и передавать ее топ-менеджменту компании для корректирования планов логистической деятельности на будущий год (рис. 4).

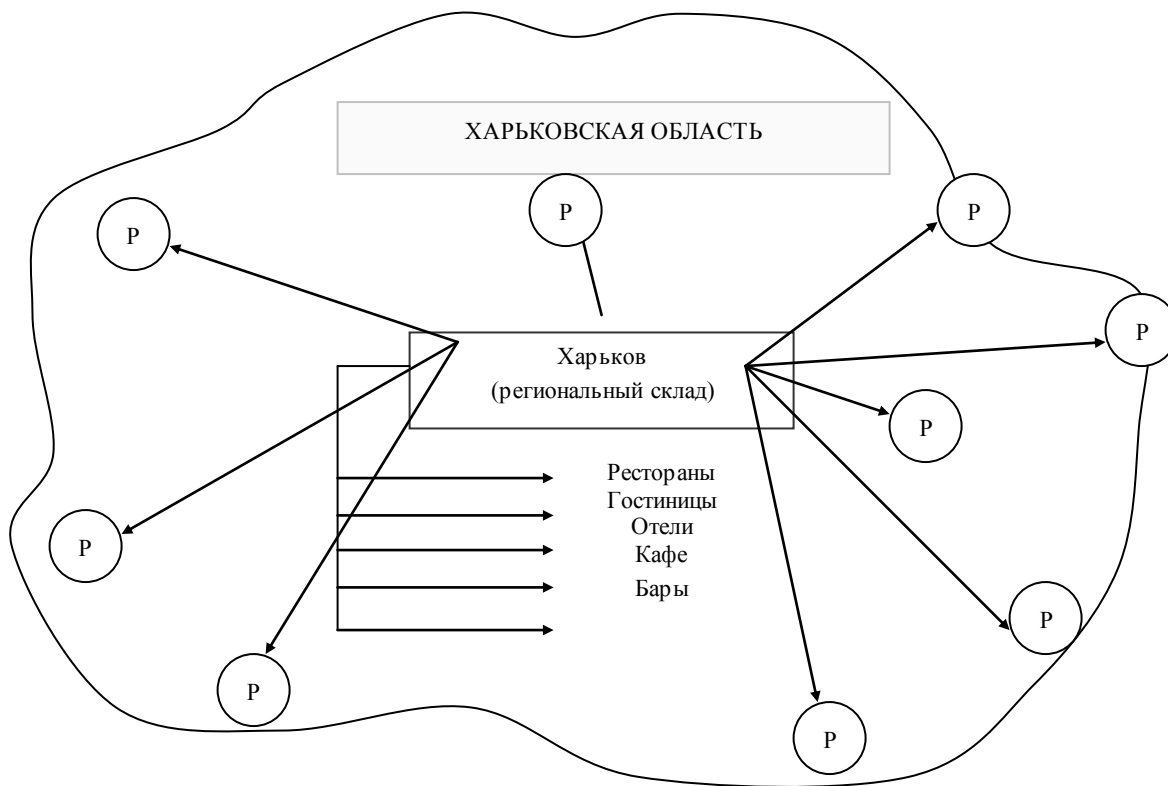


Рис. 3. Структура региональной розничной сети компании «ПромоКофе» (на примере Харьковского региона)

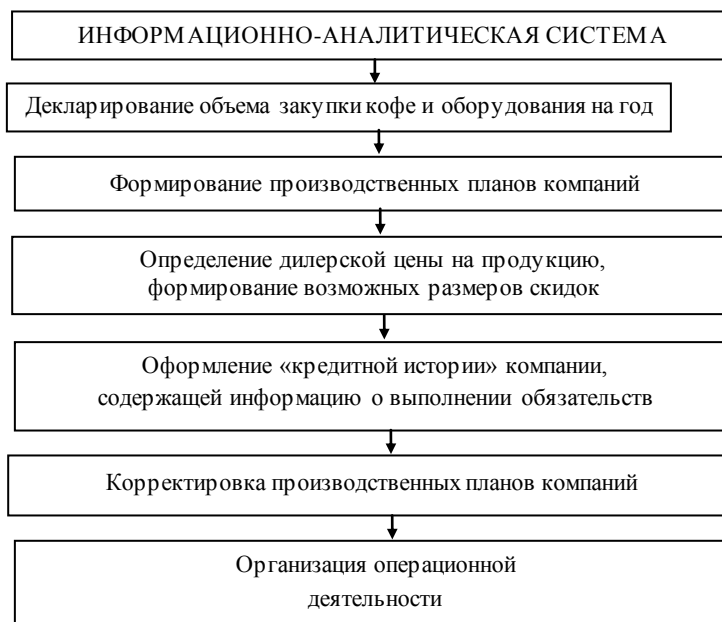


Рис. 4. Планирование логистической деятельности компании

Благодаря грамотно построенной ИАС и четкой организации передачи информационных потоков изначально формируется портфель заказов кофе и оборудования на год. Далее, в соответствии со сформиро-

ванной базой исходных данных устанавливаются производственные планы компаний, и определяется дилерская цена на продукцию с возможными размерами скидок. Одновременно с этим ведется «кредитная история» компании, содержащая информацию о выполнении обязательств. На основе всего этого корректируются производственные планы и организуется операционная деятельность.

Фрагмент «складирование и хранение продукции». Ключевые логистические технологии указанного фрагмента логистической цепи поставок компании «ПромоКофе» представлены на рис. 5.

Технология хранения продукта. Специалистами Шуссафе разработана уникальная технология хранения кофе «Эспрессо»: прессуризация зерна (хранение зерен в жестяных банках в среде ионов инертных газов) и Easy Serving Espresso (E.S.E.), заключающаяся в хранении каждой порции перемолотого и спрессованного кофе в специальном бумажном контейнере. Данная разработка в области хранения продуктов помогла компании создать систему поддержания высокого качества кофе. Это для компании является весьма важным в плане расширения рынка и полного удовлетворения требований клиентов.

Развитие технологии «кросс-докинг». Данная технология, как правило, реализуется внутри цепи поставок, где отгрузка товара на склад и его дальнейшая доставка получателю согласованы по времени так, чтобы исключить максимально хранение товара на складе. В результате, партия продукции достаточно быстро доставляется от поставщика в точку сбыта, то есть к потребителям.

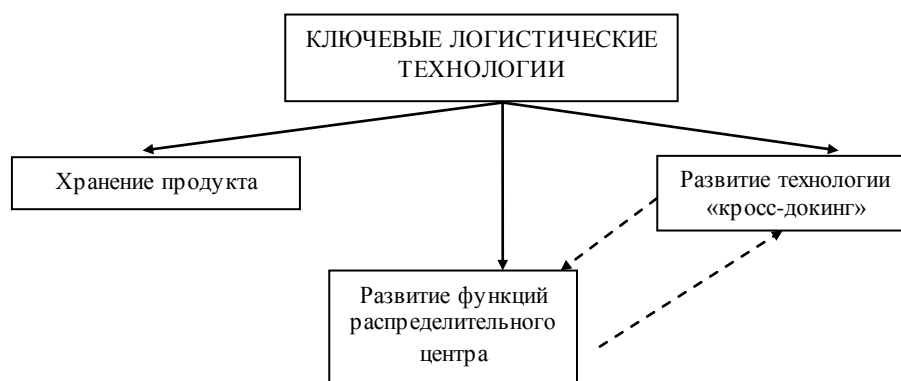


Рис. 5. Ключевые логистические технологии

Практика показывает, что реализация передовых логистических технологий фирмами и компаниями США, а именно технологии «кросс-докинг», позволила [8]:

- экономить до 76 % площадей складов;
- уменьшить численность складского персонала, занятого непосредственной грузопереработкой внутри складского пространства, в среднем на 43 %;
- увеличить производительность труда на 75 %.

Что касается компании «ПромоКофе», то использование технологии «кросс-докинг» позволило ей с ростом спроса на продукцию решить проблему дефицита складских помещений в Запорожье и, соответственно:

- снизить затраты на хранение и переработку продукции на складе;
- уменьшить численность складского персонала на основном распределительном центре-складе на 13 %;
- осуществить ускоренную доставку продукции в Киев и области Западной Украины.

Развитие функций распределительного центра.

1. Склад в г. Запорожье преобразован в распределительный центр-склад, где 65–70 % всей продукции проходит через систему «кросс-докинг» – это по сути вся продукция, направляемая в Киев.

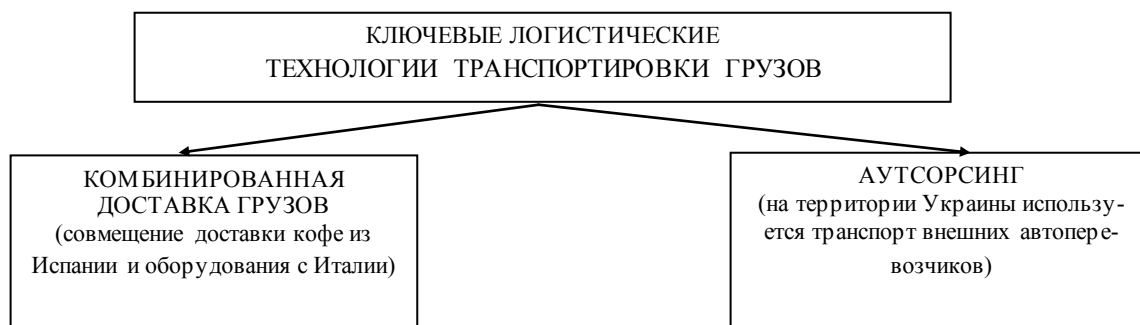
2. Организован распределительный центр-склад в Киеве, где в основном производится форматирование продукции по заказам клиентов.

Фрагмент «Транспортировка». Ключевыми технологиями данного фрагмента являются (рис. 6): комбинированная доставка грузов и использование аутсорсинга.

Торгово-промышленная группа «Испанский Дом» имеет в составе своих активов грузовые автомобили, используемые для доставки импортируемых грузов, в основном из Испании, на склад в итальянском городе Триесте.

Для минимизации транспортных издержек, а также с учетом того, что зачастую автомобили недогружены, было принято решение о совмещении доставки товаров из Испании с грузом кофе и оборудования из Италии транспортом компании «ПромоКофе». Иными словами, в деятельность транспортной службы введен принцип так называемой «комбинированной доставки грузов». В итоге, «комбинированный груз» пере-

секает границу Украины в Днепропетровске, где проходит таможенную «очистку» наряду с прочими импортируемыми товарами.



**Рис. 6.** Ключевые логистические технологии транспортировки грузов ТПГ «Испанский дом» и компании «ПромоКофе»

Далее груз отправляется на основной распределительный центр-склад в Запорожье, где разделяется на две части, одна из которых отправляется на распределительный центр-склад в Киеве, а вторая остается в Запорожье.

С центральных распределительных центров-складов в Запорожье и в Киеве продукция отправляется на региональные склады Харькова, Донецка, Симферополя, Львова и других городов, согласно поступающим заказам при помощи курьерских служб доставки, таких как «Евроэкспресс» и «Ночной экспресс». Иными словами, в практику доставки грузов клиентам введены принципы транспортного аутсорсинга.

В регионах мелкопартионная доставка осуществляется собственным транспортом, согласно поступающим заказам.

Использование комбинированной доставки и аутсорсинга в процессе транспортировки позволило компании снизить транспортные затраты в целом по цепи поставок на 18–22 %.

Изучение опыта организации логистической деятельности на украинском рынке компании «ПромоКофе» указывает на грамотный подход руководства к формированию набора логистических технологий с целью снижения внутрифирменных затрат.

#### Список использованной литературы

1. Альбеков, А. У. Коммерческая логистика : [учебн. пособие] / А. У. Альбеков, О. А. Митько. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – С. 29–33, 374–403.
2. Гаджинский, А. М. Логистика : [учебник] / А. М. Гаджинский. – М. : ИТК «Дашков и К<sup>0</sup>», 2003. – С. 36–41.
3. Модели и методы теории логистики / Под ред. В. С. Лукинского. – СПб. : Питер, 2007. – С. 17.
4. Неруш, Ю. М. Логистика: [учебник] / Ю. М. Неруш. – М.: ЮНИТИ, 2003. – С. 20–25.
5. Смехов, А. А. Логистика / А. А. Смехов. – М.: Знание, 1990. – С. 44–45.
6. Смиринский, В. В. Логістичний менеджмент державних закупівель. Теоретико-правовий та методологічний аспект : [монографія] / В. В. Смиринський. – Тернопіль : Карт-бланш, 2004. – С. 60–62.
7. Сумец, А. М. Очерк о логистике : учебн. пособие / А. М. Сумец. – Х. : Изд-во НУА, 2005. – С. 20–35.
8. Сумец, А. М. Логистика : теория, ситуации, практические задания : [учебн. пособие] / А. М. Сумец. – К. : Хай-Тек Пресс, 2008. – 320 с.

## ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ПРИДОРОЖНОЙ СЕРВИСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРИ ОГРАНИЧЕННЫХ НАЧАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ

**В.В. Тарелко**

канд. экон. наук, доцент  
*Учреждение образования*

*«Белорусский государственный экономический университет»,  
г. Минск*

Интеграция Республики Беларусь в европейскую транспортную систему ставит новые задачи по обустройству автомобильных транспортных коридоров и развитию придорожной сервисной инфраструктуры. Однако, реализация такого крупномасштабного проекта требует значительных инвестиций, которых временно изыскать невозможно. Имеющиеся финансовые ресурсы позволяют обустраивать только отдельные участки автомагистралей. Поэтому предпочтительным является вариант создания «первоочередных» объектов по всем трассам и, по мере получения дохода от эксплуатации, на их базе развитие придорожной сервисной инфраструктуры [2].

На сегодняшний день основными нормативными документами определяющими развитие придорожной сервисной инфраструктуры в Республике Беларусь являются Программа «Дороги Беларуси» на 2006–2015 годы, Генеральная схема развития придорожного сервиса на республиканских автомобильных дорогах до 2015 года и Государственная программа развития транзитного потенциала Республики Беларусь на 2011–2015 годы [1], [2], [3].

Применявшиеся до настоящего времени в отечественной практике методы оценки эффективности капитальных вложений в развитие придорожной сервисной инфраструктуры были ориентированы на административно-плановую экономику. В их основе заложен критерий величины народнохозяйственного эффекта, который будет получен в результате реализации инвестиционного проекта. Базовым методом расчета эффективности капитальных вложений являлся метод приведенных затрат, основанный на использовании установленного норматива окупаемости капитальных вложений. Система приведенных затрат основана на выявлении варианта, требующего минимума ресурсов, исходя из имеющегося базового варианта. Основными показателями сравнительной экономической эффективности капитальных вложений при этом служат: приведенные затраты; коэффициент сравнительной эффективности и срок окупаемости дополнительных капитальных вложений [6].

Метод приведенных затрат обладает существенными недостатками и его использование для расчета экономической эффективности в сложившейся рыночной ситуации – ошибочно поскольку ни один оценочный показатель не базируется на результатах, что приводит к системной ошибке; в системе не учитываются налоги, которые уменьшают эффект от осуществления одного из сравниваемых вариантов, что снижает коэффициент сравнительной экономической эффективности и увеличивает срок окупаемости дополнительных капитальных вложений; формула определения срока окупаемости предполагает возврат только дополнительных капитальных вложений по новому варианту, в то время как необходимо возратить всю сумму единовременных затрат.

Таким образом, приведенные затраты могут использоваться только при предварительном анализе альтернативных вариантов эффективности инвестиций в объекты придорожной сервисной инфраструктуры. И поэтому в условиях перехода к рыночным отношениям за основу должны быть приняты методы, основанные на концепции дисконтирования.

Наиболее приемлемыми в рамках рассматриваемой проблемы является использование внутренней и реинвестиционной внутренней норм рентабельности [5]. Данные показатели характеризуют темпы роста активов в бизнесе и могут использоваться для оценки экономической эффективности процесса инвестирования, осуществляемого в несколько приемов, разделенных во времени.

Реализацию проекта развития объектов придорожной сервисной инфраструктуры целесообразно осуществить по правилам проектного анализа в соответствии с рекомендациями Международного банка реконструкции и развития [4]. В соответствии с такими рекомендациями проведение многокритериального анализа (технического, коммерческого, экономического, финансового, экологического, социального, институционального) позволит всесторонне обосновать эффективность создания объектов придорожного сервиса и осуществить обустройство прилегающих к автомагистралям территорий.

Целью технического анализа является оценка состояния сервисного обустройства автомагистралей Беларуси для определения числа и структуры объектов сервиса. Коммерческий анализ ставит целью оценку спроса на услуги объектов сервиса и определение условий их рентабельного функционирования. Экономический

ческий анализ подразумевает проведение оценки эффективности проекта для экономики Республики Беларусь на основании данных о пополнении бюджета денежными средствами от функционирования объектов сервиса. В финансовом анализе осуществляется оценка жизнеспособности проекта. Одним из ограничений выступает условие развития придорожной сервисной инфраструктуры при ограниченных финансовых ресурсах. В экологическом анализе рассматривается влияния проекта на окружающую среду. Социальный анализ направлен на оценку последствий для социальной сферы: изучение возможностей создания дополнительных рабочих мест, повышения качества обслуживания водителей и других участников транспортного процесса, повышения безопасности движения и т.д.

В институциональном анализе оцениваются возможности преобразования разрозненных объектов в комплексные стационарные объекты сервиса.

Реализация всех вышеизложенных положений обеспечит ускоренное развитие придорожной сервисной инфраструктуры при ограниченных начальных инвестициях за счет оптимального реинвестирования дохода.

Принципиально важным при этом является проблема определения порядка строительства объектов придорожного сервиса на основе моделирования денежных потоков при различной последовательности ввода в строй составляющих придорожного комплекса [5].

В качестве критериального показателя рациональной последовательности может выступать коэффициент финансового менеджмента (FMRR), характеризующий темп роста активов собственника. Вариант строительства комплекса- автозаправочная станция+кафе+платная охраняемая стоянка+гостиница+станция технического обслуживания автомобилей+пункт торговли- обеспечивает наибольшее значение параметра  $FMRR=0,2107$ , следовательно, он предпочтительнее для инвестора. Концентрация объектов придорожной сервисной инфраструктуры в комплекс позволит сократить на 30 % размер инвестиций, одновременно при этом достигается минимальный период создания комплекса ( $T = 9,49$  лет) [6].

По оценкам экспертов создание разветвленной придорожной сервисной инфраструктуры на автомобильных магистралях Республики Беларусь позволит снизить издержки по перевозке грузов и пассажиров на 20-25 %, повысит безопасность движения, а также обеспечит создание дополнительных рабочих мест [4].

#### **Список использованных источников**

1. Программа «Дороги Беларуси» на 2006–2015 годы.
2. Генеральная схема развития придорожного сервиса на республиканских автомобильных дорогах до 2015 года.
3. Государственная программа развития транзитного потенциала Республики Беларусь на 2011–2015 годы.
4. Похабов, В. И. Разработка концептуальных основ развития сервисных услуг в экономике Республики Беларусь / В. И. Похабов, В. В. Тарелко, А. М. Темичев. – Минск : ВУЗ-ЮНИТИ, 2003. – 264 с.
5. Гусаков, Б.И., Тарелко В.В. Финансовый менеджмент при реализации стратегии развития придорожного комплекса // Экономика строительства. – 1999. – № 7. – С. 15–24.
6. Тарелко, В. В. Эффективность развития автосервисного обслуживания на магистралях Республики Беларусь : дис. на соиск. уч. степ. канд. эк. наук: 08.00.05. – Минск, 1999. – 123 с.

## **КАРДИОНИКА И ТЕХНОЛОГИИ BIG DATA**

**А.Л. Маковский**

канд. техн. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Зачастую самые неожиданные события инициируют достаточно серьезные по своему характеру ответные действия. В моем случае этому поспособствовали проблемы со здоровьем близкого мне человека. Когда в течении довольно продолжительного времени мы были вынуждены вызывать бригады скорой помощи, а все они первоначально делали ЭКГ сердца больного человека, в итоге на руках у нас оказались довольно обширная коллекция этих самых бланков записи кардиограмм. Но удивительнее всего было то, что все вновь приезжавшие по вызову врачи требовали к предъявлению старые записи работы сердца, но практически никаких выводов из их просмотра не делали. Таким образом, бесценная (на наш взгляд) статистическая информация ими не оценивалась и в расчет при постановке диагноза не принималась. Как человеку, не обладающему даже базовым медицинским образованием, но имеющим ученую степень по техническим наукам, мне это показалось по меньшей мере странным. Ведь в данном случае мы имеем дело с одним из

явных и достаточно перспективных направлений использования технологии Big Data в медицинской практике.

Между тем острота проблемы смертности от ишемической болезни по данным Всемирной организации здравоохранения не намерена снижаться, что наглядно иллюстрирует рис.1. В 2012 году во всем мире по оценкам ВОЗ умерли 56 миллионов человек. От сердечнососудистых заболеваний умерли 17,5 миллиона человек, то есть 3 из каждых 10. Из этого числа 7,4 миллиона человек умерли от ишемической болезни сердца и 6,7 миллиона людей от инсульта[1]. При этом означенные выше группы болезней демонстрируют положительную динамику роста, в отличие от других заболеваний. Мир вплотную приблизился к осознанию того факта, что без применения новых технологий в медицине из смежных областей знания теперь не обойтись.

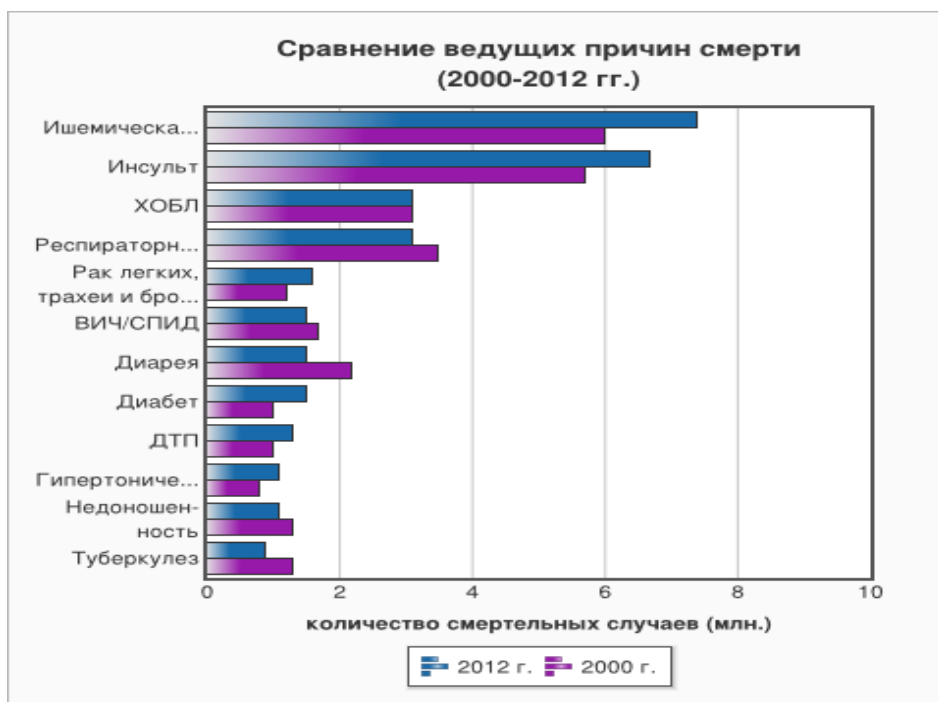


Рис. 1. Распределение причин смертности за 2002–2012 гг.

Можно сказать, что с точки зрения идеологии ключевое отличие больших данных – переход от классического, дедуктивного метода исследования к эксперименту, выделению явлений и паттернов(моделей) и проверке этих гипотез на больших массивах информации. Эта идеология далеко не нова, просто сейчас появилось больше возможностей для ее применения.

Что было главным событием в медицине в последние 15 лет? Думается, что это все же не изобретение новых лекарств, а то, что вся мировая медицина где-то уже перешла на типизированные протоколы, а где-то переходит прямо сейчас. Болезнь – это кейс, и по нему есть утвержденный протокол действий: какие анализы взять, что диагностировать, как лечить – конкретная дорожная карта. Что такое этот медицинский протокол? Это best practice, лучшая практика, выбранная на основе статистики.

Накапливается медицинская информация, в ней выявляются паттерны, с помощью статистического анализа формируются протоколы – это чистой воды технологии больших данных. И кстати, только такой подход может привести медицину к какой-то индустриальной модели. Мы можем сколько угодно жалеть, что у нас исчезают «земские врачи», которым не нужны ультразвук и томограф, у которых есть интуиция и опыт, но на этом индустрию не построишь, это нельзя мультиплицировать, это не вписывается в экономику. Другое дело, что нынешняя медицина – очень консервативная область, даже если какой-то новый паттерн замечен, ей сложно на его основе сразу менять практику. Но это движение уже не остановить. Это тренд, который будет развиваться, комбинируется с другими вещами, вроде нанотехнологий, позволяющих доставлять лекарство прямо в нужную клетку, и мы получим тот самый прорыв в сингулярность.

Рассмотрим для примера один из вариантов реализации таких технологий [2]. Для того чтобы понять, как сердце работает в течение дня, на человека вешается небольшая коробочка, которая закрепляется на поясе, от нее идут пять-семь проводов. На теле закрепляются электроды, к ним присоединяются провода. Все это нужно носить в течение суток. После чего пациент приходит в поликлинику и снимает прибор. В поликлинике по USB информация передается в компьютер, после чего врач holter-мониторист расшифро-



ывает данные. Расшифровка может длиться до трех суток. Если пациент находится в группе риска, то эти четверо суток становятся для него критичными могут случиться любые сердечные сбои. После расшифровки больному выдается диагноз, в целом все это стоит сегодня в пределах 25\$. Электроды может присоединить только врач, притом присоединяется ограниченное количество электродов, потому что стандартную пачку проводов ЭКГ крайне неудобно носить.

В усовершенствованной версии все электроды спрятаны в корсет, похожий на корсеты для выпрямления позвоночника. Электроды плотно фиксируются и точно не отвалятся, и нет никаких проводов, которые можно порвать.

Система в корсете снимает данные так же, как при стандартной ЭКГ. В итоге врач-кардиолог получает полную картину, а не такую, как при обычном holter-мониторинге. И наконец, мы можем предложить беспроводную передачу данных в режиме реального времени: коробочка, которую носят на поясе, не просто регистрирует данные и записывает, как флеш-карта, а еще и производит анализ, как электрокардиограф. Больному уже не надо идти в поликлинику за расшифровкой: устройство само анализирует данные, и, как только у пациента обнаруживаются сильные отклонения от нормы, передает тревогу на его смартфон по Bluetooth, а со смартфона по обычной сотовой связи — на пульт оператора телемониторинга. Сигнал сопровождается двухминутной регистрацией ЭКГ для того, чтобы врачи увидели, что это не ложная тревога. Затем врач уже может связаться с пациентом и назначать лечение или даже вызвать скорую. Это особенно важно для пациентов в период реабилитации после инфарктов. Дополнительно это устройство может быть использовано как тонометр в домашних условиях. Без смартфона устройство работает в режиме обычного holter-монитора: записывает данные, которые можно закачать на компьютер.

Однако в этой технологии видны и весьма существенные недостатки. В первую очередь они связаны со сложностью практической реализации и одновременно достаточно высокой стоимостью этого проекта, причем как на этапе разработки и выпуска устройств, так и приобретения конечного продукта у производителя потребителем (его розничная цена). Учитывая низкий уровень развития технологической базы медицинского оборудования в отечественной промышленности, можно прогнозировать практическую не реализуемость предлагаемого подхода.

Если попробовать посмотреть на кардиограмму работы сердца как на простой график, характеризующийся набором параметров, то анализ статистики этих параметров позволит устанавливать соответствие между значениями этих параметров и состоянием здоровья человека. Если же набрать достаточную статистику таких кардиограмм, то можно не только отслеживать состояние пациента, но и достаточно достоверно прогнозировать его изменение. Так схематично может выглядеть процесс использования ЭКГ для углубленного обследования не только людей, страдающих от ишемических болезней, но и вполне здоровых, тем самым решая (вернее сказать, частично заменяя) задачу всеобщей диспансеризации населения. Попробуем теперь обозначить алгоритм использования ЭКГ с помощью доступных современных технологий, оставляя за рамками получение этой самой ЭКГ. С помощью самого простого смартфона любая ЭКГ может быть сфотографирована (визуализирована) и в виде фотографии отправлена на специализированный сайт с помощью технологии беспроводной связи с глобальной сетью Internet. Сайты подобного профиля уже существуют (например, Big Data “Einstein”-Spezial Университета Санкт Галлена, Швейцария), который будет выполнять функции накопления, анализа и диагностирования полученной информации. Преобразовать графическое изображение кривой ЭКГ в последовательность цифр (оцифровка графика) проблемы вообще не представляет и реализуема существующими программными средствами. Для анализа графического изображения ЭКГ можно использовать метод разложения исходного сигнала в гармонический ряд (последовательность синусоидальных сигналов определенной амплитуды и частоты) [3]. Именно совокупности параметров (амплитуды и частоты) будут основой для постановки диагноза после анализа информации. Как представляется, по мере накопления данных, система должна будет реализовать технологию самообучения, первоначально же обойтись без привлечения опытных экспертов пока затруднительно. Вопросы организации всего этого процесса не требуют значительных затрат и не представляют существенных трудностей.

#### **Список использованных источников**

1. Информационный бюллетень Всемирной организации здравоохранения №310, май 2012г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://who.int/mediacentre/factsheets/fs310/ru/>.
2. Кардионика 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kondi-elektronika.tiu.ru>
3. Кудрявцев, Л. Д. Краткий курс математического анализа. Т. 2. Дифференциальное и интегральное исчисления функций многих переменных. Гармонический анализ : учебник / Л. Д. Кудрявцев. – М. : Физматлит, 2003. – 424 с.

## КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ГРУЗОВЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Е.В. Бугаева,**  
ст. преподаватель  
Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет транспорта»,  
г. Гомель

**М.Л. Третьякова,**  
магистр экон. наук, преподаватель  
Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск

Транспорт и связь являются важнейшими отраслями национальной экономики, обеспечивают перевозки грузов и пассажиров, передачу и распространение информационных потоков, необходимых для удовлетворения потребностей населения, нормального функционирования производственных процессов всех субъектов хозяйствования и управления государством.

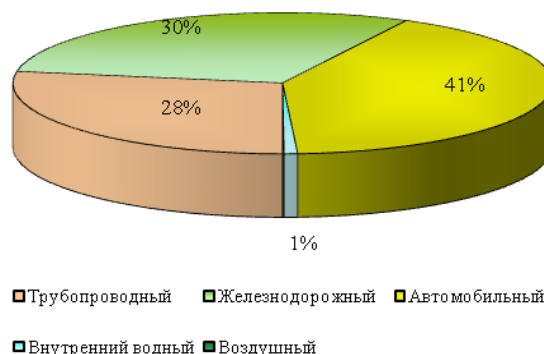
Транспорт – одна из базовых отраслей, которая формирует инфраструктуру экономики и обеспечивает взаимосвязь всех ее элементов.

Среди всех видов транспорта особое место принадлежит автомобильному, способному с наибольшей эффективностью обеспечить удовлетворение потребностей общества в перевозках грузов и пассажиров. Автомобильный транспорт для Республики Беларусь играет одну из определяющих благодаря двум присутствующим ему принципам: доставка грузов «от двери до двери», и «точно в срок». Автомобильный транспорт более эффективен при перевозках на короткие расстояния, в результате чего сокращается количество перевалок, уменьшается объем погрузочно-разгрузочных работ, значительно повышается степень сохранности перевозимых грузов и др.

Автотранспортные перевозки в Республике Беларусь показывают стабильный рост. Это закономерно и отражает общемировые процессы. Сегодня Республика Беларусь эффективно работает над формированием высокоэффективной национальной автотранспортной системы, способной обеспечить удовлетворение спроса на перевозки грузов и пассажиров, повысить их безопасность и качество.

Исследовав основные показатели работы транспорта можно сделать вывод о том, что в 2014 году перевезено грузов автомобильным транспортом 196,1 млн тонн, что на 1,9 % больше 2013 года и на 2,7 % по сравнению с 2011 годом. При этом объем перевезенных грузов автомобильным транспортом превышает показатели транспортной работы других видов транспорта: так, в 2014 году автомобильным транспортом перевезено на 54,7 млн тонн больше, чем железнодорожным, на 65,5 млн тонн трубопроводного, на 192,3 млн тонн внутреннего водного [3].

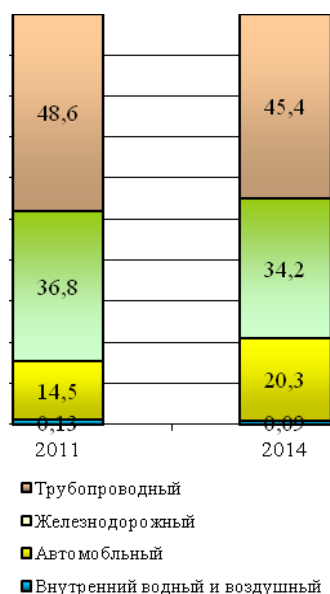
В общем объеме перевезенных грузов на долю автомобильного транспорта приходится более 41 % (рис. 1).



**Рис. 1.** Доля объема перевезенных грузов по видам транспорта

По объему грузооборота (млн тонно-километров) автомобильный транспорт занимает третье место: 26 732 млн тонно-км, больше всего объем грузооборота по трубопроводному виду транспорта (59 704 млн тонно-км), на втором месте грузооборот железнодорожного транспорта (44 989 млн тонно-км),

по всем видам транспорта (включая внутренний водный и воздушный) суммарный грузооборот в 2014 году составил 131 533 млн тонно-км, что на 781 млн тонно-км больше показателя 2013 года и на 2 736 млн тонно-км меньше показателя 2011. Структура грузооборота по видам транспорта в процентах к итогу приводится на рисунке 2 [3].



**Рис. 2.** Структура грузооборота по видам транспорта в процентах к итогу

Из представленных диаграмм видно, что динамика показателей работы автомобильного транспорта имеет положительную тенденцию: увеличиваются показатели объема перевезенных грузов, грузооборота.

Современное положение автомобильного транспорта в структуре транспортной системы СНГ показывает его приоритет и неоспоримые достоинства с точки зрения высокотехнологичного транспортного обслуживания. За последние годы значительно возросла роль автомобильного транспорта в осуществлении внешнеэкономических связей стран Содружества. В государствах – участниках СНГ постепенно формируется рынок автотранспортных услуг, основанный на наличии постоянно возрастающего спроса на осуществление международных автомобильных перевозок и предложения со стороны автотранспортных предприятий государств – участников СНГ широкого спектра услуг по его удовлетворению. Доля перевозок с государствами Содружества постоянно возрастает. На фоне положительной оценки, к сожалению, выявлено некоторое проблемное поле: повышается перегруженность транспортных средств, устаревают парки подвижных средств, в связи с увеличением ДТП появились требования к повышенной безопасности, увеличивается число транспортных предприятий – появляется конкуренция и многое другое. Ниже рассмотрена проблема конкуренции среди транспортных предприятий страны.

Анализ эффективности деятельности некоторых автотранспортных предприятий Республики Беларусь, осуществляющих перевозки грузов в республиканском и международном сообщении, выявил существование проблемы конкуренции среди крупных, малых автотранспортных и транспортно-экспедиционных предприятий нашей страны.

Конкуренция на рынке грузовых автотранспортных услуг определяется соотношением спроса на перевозки со стороны потребителей и предложения со стороны автотранспортных, подчиненных Министерству транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, а также исполнительным органам власти. Систему республиканских и международных грузовых автомобильных перевозок формируют Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь [1].

В последние пять лет на рынке грузовых автомобильных перевозок наблюдаются изменения. Одним из изменений рынка транспортных услуг является снижение количества подвижных средств в автопарках перевозчиков (государственных предприятий) в связи с износом транспортных средств, недостаточным финансированием со стороны государства, уменьшением рентабельности услуг в связи с уменьшением экспортно-импортных операций и другое. В то время доля малых автотранспортных предприятий (частных), работающих с одним-двумя автомобилями, возрастает. Причиной последнему служит то, что увеличивается число индивидуальных предприятий; мелкие предприятия имеют более упрощенные системы отчетности и налогообложения в сравнении с крупными; кроме этого транспортный бизнес кажется привлекательным тем, кто далек от знания отрасли и рынка автогрузовых услуг, поэтому в него растут инвестиции со стороны частных лиц.

Следует отметить и то, что в Республике Беларусь большую роль на рынке транспортных услуг занимают транспортно-экспедиционные предприятия, не имеющие собственного транспорта, для которых не

характерным является выполнение заказов собственными силами. Работа экспедиторов заключается в посредничестве между грузовладельцем и транспортным предприятием, осуществляющим перевозку груза, либо между грузополучателем и транспортной фирмой.

Экспедиционные предприятия имеют ряд как достоинств, так и недостатков. Такие предприятия ускоряют процесс связи грузовладельца с грузоперевозчиком, обрабатывая, анализируя все данные о грузе, его характеристиках и автомашине, подходящей для данной перевозки, осуществляют поиск необходимого транспортного средства, предусматривают все условия перевозки. Однако часть фрахта за услуги получает предприятие – экспедитор.

Говоря о недостатках экспедиционных предприятий проблемой считается привлечение сторонних перевозчиков, зачастую ранее неизвестных, что, в свою очередь, создает опасность в передаче груза и его хищении. Проблемой является и то, что среди экспедиционных предприятий наблюдается падение профессионализма работников: незнание своих обязанностей, ответственности и законов. Ведь при возникновении юридических споров экспедитор в большей части не несет никакой ответственности: все вопросы будет решаться между грузовладельцем и грузополучателем, экспедитор здесь – посредник, передающий информацию заказчику услуги. В мире экспедиторов немало компаний, которых участники рынка между собой называют «пираньями». Действуют они сверхагрессивно: ищут, от кого бы «урвать кусок», нацелены на достижение единовременного результата любым способом. Обычно такие фирмы насчитывают в своем составе не более 3–5 человек, в свое время ушедших из «базовых» предприятий. А заодно прихвативших с собой базу перевозчиков и клиентов, формы договоров, заявок и научившихся простейшим знаниям поиска машин под имеющийся заказ.

Понятие ответственности, как и знание законодательства, у большинства таких «экспедиторов» практически отсутствует. При всех внешних атрибутах (договоры, заявки, небольшой офис) никто и ни за что в подобных компаниях не отвечает. Впрочем, у них и опыта особого нет, потому что финансовыми вопросами, как и вопросами страхования, уплаты налогов и т. д. на базовых предприятиях занимались совершенно другие отделы. Поэтому польза или вред экспедиторских контор до конца не изучена [2].

Говоря о малых транспортных предприятиях следует отметить, что рост заказов на транспортные услуги заставил многих перевозчиков заняться экспедированием. Это приносит им дополнительный доход. Такие предприятия более уверенно закреплены на рынке транспортных услуг, так как имеют свой транспорт и более известны в кругу грузовладельцев. Тем более на автомобильном транспорте устанавливаются собственные тарифы на перевозку грузов, и здесь руководитель или индивидуальный предприниматель как угодно варьирует фрахтом.

Крупные автотранспортные предприятия республики сегодня являются непосредственными лидерами в объемах транспортных средств, что, казалось бы, дает им возможность захватить грузовой автомобильный рынок полностью. Однако проблемой для них является недостаточно структурированный процесс управления транспортным процессом. Грузовые автомобильные парки выполняют перевозки грузов зачастую вне зависимости от оплаты поездки. Решающую роль играют межреспубликанские перевозки на дальние расстояния, что позволяет нарастить экспортно-импортные объемы грузооборота; это габаритные грузоперевозки, что влияет на объемы грузооборота. Зачастую автомобили таких предприятий «накапливают» порожний пробег, а это, в свою очередь, огромные издержки и недополучение прибыли.

Таким образом, крупные автотранспортные предприятия страны стремятся наладить выгодные отношения с крупными производственными предприятиями для перевозки их продукции в республиканском и международном сообщении. Решением проблемы для крупных транспортных предприятий страны является, например, заключение долгосрочных договоров с крупными предприятиями – грузовладельцами. Также необходимым является структурирование работы транспортных отделов за счет разделения их на городские, республиканские и международные. А вот крупные производственные предприятия страны (грузовладельцы) так же как и транспортно-экспедиционные предприятия (выполняющие роль посредничества) стремятся наладить деловые отношения с наиболее выгодными для них транспортными предприятиями (перевозчиками), ставки фрахта за перевозку у которых наименьшие. Здесь и появляются проблемы, которые решаются компромиссным путем.

Решением проблем перевозок для малых и средних транспортных предприятий могут выступать организации тендеров. Тендер дает возможность как грузовладельцу, так и грузоперевозчику перевезти груз без потерь. Однако, экспедиционное предприятие редко имеет возможность выиграть тендер, потому что не может предложить ставку фрахта по себестоимости перевозки.

Ключевым вопросом функционирования автотранспортного комплекса в Беларуси, как и в других государствах на постсоветском пространстве, является совершенствование государственного регулирования, создание механизмов государственно-частного партнерства, правил налогообложения, тарифной политики, а также антимонопольное регулирование. Мировой опыт свидетельствует, что наиболее эффективное воздействие государства на деятельность транспорта заключается в обеспечении справедливой конкуренции не только между всеми видами транспорта, но и между предприятиями одной отрасли.

### Список использованных источников

1. Логистическая модель автотранспортного комплекса в системе международных грузовых перевозок: материалы III Межд. заочная научно-практ. конф., 1-15 мар. 2011 г., г. Минск – Минск : БГУ, 2011.
2. Проблемы логистики в цепочке доставки: грузовладелец – экспедитор – автоперевозчик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://club5tonn.by/>. – Дата доступа: 11.03.2015.
3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 14.03.2015.

## МОДЕЛИРОВАНИЕ МНИМОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ КАК МЕТОД ВНЕДРЕНИЯ JIT НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**Е.В. Борисик,**  
студент

Научный руководитель, канд. экон. наук, доцент А.М. Омелянюк  
*Учреждение образования  
«Брестский государственный технический университет»,  
г. Брест*

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

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

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

В мнимой институциональной среде можно выделить несколько элементов:

- формальные и неформальные лидеры («пауки»);
- институциональная сеть;
- субъекты сети («овцы»).

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

Формальные и неформальные лидеры в рамках сети также важны для формирования мнимой институциональной среды. По средствам командно-административных методов формальные лидеры могут «заставить» или же замотивировать сотрудников в данной практике, однако не следует недооценивать неформальных лидеров в организации. Неформальные лидеры по мере своих, сторонних связей, как в рабочей, так и в нерабочей среде могут оказать существенное влияние как на коллектив в целом, так и на отдельные группы сотрудников в нем.

Субъекты сети – рядовые сотрудники фирмы, как раз к ним и применима сама мнимая институциональная среда и именно по ним следует оценивать эффективность либо провал представленной практики.

Т.к. сотрудники не заинтересованы исполнять какие либо дополнительные задачи, помимо своих служебных, их следует на это замотивировать.

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

Эффективность в производстве должна достигнута в результате нескольких факторов:

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

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

#### **Список использованных источников**

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

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

**М.Ж. Банзекуливахо,**  
канд. техн. наук, доцент,

**А.В. Петкевич,**  
студентка

*Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»,  
г. Новополоцк*

Для Республики Беларусь как внутриконтинентального государства, не имеющего выхода к морям, а также не обладающего значительным сырьевым ресурсом, особое значение приобретают транзит и поиск новых перспективных рынков транспортных услуг, благодаря привлекательности географического положения. Если придавать важное значение транзиту как важнейшему потенциалу национальной экономики, то Республика Беларусь может стать интегрирующим звеном в торговле между странами Европейского Союза и Азиатско-Тихоокеанского региона. Показателем интегрирования транспортной системы республики в мировую экономику является рациональное использование существующих транспортных сетей, реализация преимуществ их географического положения, обеспечивающих кратчайший путь и минимальные временные рамки прохождения грузов между странами Европейского Союза и Азиатско-Тихоокеанского региона.

Транспорт – одна из важнейших отраслей хозяйства, выполняющая функцию своеобразной кровеносной системы в сложном организме страны. Он не только обеспечивает потребности хозяйства и населения в перевозках, но вместе с городами образует «каркас» территории, 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.

Вместе с тем транспорту свойственны некоторые особенности:

- 1) транспорт не производит новой вещественной продукции, а как бы является продолжением процесса производства в пределах процесса обращения. Процесс производства продукции заканчивается тогда, когда она доставлена к месту потребления, поэтому транспорт есть продолжение процесса производства;
- 2) продукция транспорта – перевозка грузов и пассажиров – неотделима от процесса транспортного производства. Её нельзя накопить, создать её запасы. Поэтому проблема резервов на транспорте состоит в создании не запасов продукции, а резервов пропускной и провозной способности;
- 3) транспорт представляет собой крупную динамическую систему. Так, если в любой промышленной отрасли основные средства производства являются относительно статичными, т.е. неподвижными по отношению к тому производственному объекту, на котором они находятся, и вырабатывают свою продукцию, не покидая границ предприятия, то основные средства транспорта должны обязательно перемещаться из одного пункта в другой, обеспечивая перевозочный процесс и создавая тем самым свою транспортную продукцию [1].

В автомобильной литературе появилось понятие «умного транспорта» (ITS-Intelligent transport system), под которым подразумевается триада: автомобиль, дорога и связывающие их информационные системы

Принято считать, что понятие «умный транспорт» включает в себя:

- новейшие электронные бортовые системы автомобиля;
- высокотехнологичные системы придорожной инфраструктуры;
- системы глобального позиционирования транспортных средств [2].

Бортовые системы автомобиля уже сегодня умеют предотвращать столкновение автотранспортных средств, контролировать скорость, определять степень усталости водителя, наличие алкоголя в крови, выбирать дорогу по электронной карте. В общем, происходит движение, которое обрисовал Алан Кирсон (компания «Моторола»): «В автомобиле будущего будет только человек, собака и компьютер. Компьютер – чтобы контролировать грузовик, человек – чтобы наблюдать за показанием приборов, а собака для того, чтобы кусать человека, когда он пытается вмешаться в управление автомобилем».

Необходимость оптимизации затрат на логистику стала особенно актуальной, учитывая возросшую конкуренцию на этом рынке. Так, по подсчетам специалистов, на предприятии, которое грамотно использует сложные логистические схемы, сокращение затрат хотя бы на 3 % приводит к увеличению прибыли на 10-15 %, а снижение логистических издержек на 1 % эквивалентно почти 10 % увеличения объемов продаж [3].

На сегодняшний день, за счет логистики в странах-членах Таможенного союза формируется 10–12 % ВВП (транспортный сектор – 7-8 % ВВП). В государствах ЕС данный показатель составляет 20–25 %. Доля логистических издержек в конечной стоимости продукции в странах Таможенного союза составляет в среднем 20-25 %, а в некоторых случаях достигает 35 %. При этом среднемировой показатель находится на уровне 11 %, в Китае – 14 %, в странах ЕС – 11 %, в США и Канаде – 10 %.

Согласно данным государственной статистической отчетности №1 «Транслогистика», по состоянию на 1 января 2013 г. в Республике Беларусь официально действуют 644 транспортно-экспедиционных и логистических предприятий, в том числе 11 логистических центров и 280 индивидуальных предпринимателей, оказывающих услуги в области транспортной экспедиции и логистики [4].

Белорусские транспортно-логистические центры должны быть перевалочными пунктами на маршрутах международных транспортных коридоров. Для выполнения этой задачи при взаимодействии с зарубежными транспортно-логистическими центрами необходимо придерживаться следующих принципов [1]:

- поставщики с достаточно большим ежедневным объемом отгрузок могут производить поставки напрямую к распределительным терминалам белорусских транспортно-логистических центров;
- крупные потребители (как правило, торговые организации) могут получать прямые поставки из накопительных терминалов белорусских транспортно-логистических центров;
- для доставки грузов от поставщиков к потребителям небольшими товарными партиями необходимо применять систему передачи грузов с использованием нескольких транспортно-логистических центров различных регионов.

Формирование транспортно-логистической системы Республики Беларусь позволит обеспечить эффективное использование экономического потенциала страны и её интеграцию в мировую экономическую систему на основе принципов логистики с учетом географического положения, проводимой государственной внешней и внутренней политики:

- ускорение оборачиваемости материальных ресурсов на 20–40 %;
- снижение общих логистических издержек на 12–15 %;
- рост транзитных перевозок на 45 %;

- увеличение доходов от транспортно – логистической деятельности и республиканского бюджета за счет привлечения транзитных грузопотоков на 9–10 %;
- снижение транспортных издержек в цене внешнеторговых грузов на 20 % [1].

Однако, несмотря на довольно успешное развитие деятельности транспортно-логистических организаций, существуют некоторые проблемы в данной сфере.

Факторы, препятствующие эффективному функционированию логистики в Республике Беларусь, можно разделить на группы по степени оказания негативного влияния на формирование транспортно-логистической системы.

В первую группу можно отнести недостаточность складских помещений класса А и В, оборудованных системой температурного контроля. К таким складам предъявляется ряд требований: высокие потолки, позволяющие установку многоуровневого стеллажного оборудования, наличие площадок для отстоя большегрузных и парковки легковых автомобилей, площадок для маневрирования транспорта, наличие офисных помещений при складе, а также вспомогательных помещений (туалеты, душевые, подсобные помещения, раздевалки для персонала). Чем выше категория склада, тем более высокие требования предъявляются к его оснащению.

Наблюдается недостаточность консолидированных перевозок (услуг по перевозкам при неполной загрузке транспортного средства). Особенно важно привлечение прямых иностранных инвестиций в данный сектор; назрела необходимость модернизации ключевых таможенных и пограничных процедур (переход на электронное декларирование), упрощения процедур проведения технической сертификации товаров, санитарного и фитосанитарного контроля. Наконец, более пристальное внимание должно уделяться содействию региональным связям и совершенствованию процедуры таможенного транзита [5, с. 82].

Ко второй группе относятся факторы, связанные с недостаточным развитием рыночных отношений в области торговой инфраструктуры.

В общем, все проблемы развития транспортно-логистических организаций сводятся к следующему:

**1. Недостаточная информационная поддержка процесса перевозок.** Несмотря на кажущуюся информатизированность и компьютеризированность современной жизни, поток информации, сопровождающий процесс транспортировки, все еще далек от совершенства. Это касается и связи с водителем (особенно при его нахождении в другом государстве или на пограничном переходе), и мониторинга груза на протяжении перевозки, и контроля состояния транспортного средства, его местонахождения. Чуть слабее данная проблема ощущается при внутренних перевозках. Однако и здесь бывают случаи утраты связи с машиной, что негативно сказывается на координации процесса транспортировки, особенно в случаях потребности в срочной передаче или корректировке информации для водителя.

**2. Недогруз подвижного состава.** Проблема недостаточного использования грузоподъемности транспортного средства напрямую связана с частым нежеланием или неумением комплектовать отправку от разных грузоотправителей. Хотя перевозка сборного груза приносит большую прибыль перевозчику, поскольку для каждого из владельцев части такого груза стоимость перевозки уменьшается незначительно по сравнению с тем, как если бы его груз находился в автомобиле один. Это происходит потому, что, хоть это и экономически не обосновано, основой транспортных тарифов в любом случае является километраж, пройденный транспортным средством. Так что стоимости перевозки на 1000 км для однотипных грузов массой 2 и 5 т практически не будут отличаться. Конечно, доставка сборного груза связана с большим количеством проблем, чем отправка от одного отправителя одному получателю, однако она более выгодна, причем как отправителю (он все-таки немного экономит на стоимости доставки), так и перевозчику (для него стоимость перевозки сборного груза существенно превышает стоимость перевозки от одного отправителя).

**3. Проблемы при построении маршрутов перевозок.** С переходом на рыночные отношения появилась некоторая хаотичность в проектировании процесса перевозок [6].

Сегодня очень часто можно наблюдать такие явления, как:

- **чрезмерно дальние перевозки** – перевозки, при которых грузовые потоки поступают в пункты назначения из отдаленных районов при наличии возможности генерации аналогичных потоков из близко расположенных источников;
- **излишние перевозки** – грузовые потоки, которые направлены в пункты назначения, где однородная продукция уже имеется в достаточном количестве;
- **повторные перевозки**, при которых грузовой поток от грузоотправителя следует не прямо к потребителю, а поступает в промежуточное звено логистической цепи (на базу, склад и т.д.), а оттуда в том же объеме на том же виде транспорта, для передвижения в другие звенья или непосредственно потребителям;
- **круглые перевозки**, которые осуществляются не по кратчайшим расстояниям.

Нерациональные перевозки приводят к повышению логистических и в первую очередь транспортных издержек, к дополнительной загрузке транспортных путей.



Также так и остаются нерешенными некоторые проблемы в законодательстве и инфраструктуре страны, к которым относятся :

- Несовершенная нормативно-правовая база, обеспечивающая транзитную привлекательности страны, отсутствие унификации нормативно-правовых актов с прогрессивными общепринятыми нормами.
- Неразвитая сеть банковских терминалов по всем транзитным магистралям.
- Несоответствие в полной мере транзитной инфраструктуры по техническим, технологическим и организационным параметрам аналогичным системам.

Глобализация экономики и усиление конкуренции заставляют транспортно-логистические организации, работающие на международном рынке, пересмотреть свою деятельность в сторону ее совершенствования.

К основным направлениям совершенствования деятельности транспортно-логистических организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере международных автоперевозок, следует отнести:

- повышение эффективности управления;
- совершенствование транспортной инфраструктуры страны;
- совершенствование правовой базы международных автомобильных перевозок.

Рассмотрим данные направления более подробно.

Стратегической задачей транспортной отрасли является обеспечение безопасности перевозок, повышение надежности и устойчивости всей работы транспортной системы страны.

Для повышения эффективности деятельности транспортно-логистических организаций необходимо предпринять следующие шаги:

- 1) Внедрение логистической системы «электронной таможни». Внедрение подобной системы позволит организовать непрерывный двусторонний поток электронной информации от органов государственной власти, субъектов внешнеэкономической деятельности, таможенных администраций других государств, его накопление и обработку. «Электронная таможня» будет содействовать введению новейших процедур автоматизации процессов таможенного контроля, оформления и их сопровождения. Обеспечит создание и техническую поддержку организационно-технических систем для функционирования всеобъемлющих автоматизированных процедур оценки качества выполнения таможенного дела. Повысит информационную обеспеченность правоохранительной деятельности, контроля за перемещением товаров и других функций, которые возложены на таможенные органы. Составными элементами белорусской «электронной таможни» станут такие подсистемы, как: электронное декларирование, электронный документооборот, анализ рисков и управление ими, контроль за транзитом, единая межведомственная автоматизированная система сбора, хранения и обработки информации, в том числе от разных ведомств;
- 2) Сокращение времени простоя техники, сокращение логистических издержек, повышение качества логистических услуг, сокращение документооборота при логистическом обслуживании;
- 3) Формирование единого информационно-технологического пространства грузовых автомобильных перевозок на основе современных систем рыночного мониторинга, анализа, логистики и статистики транспортных связей и процессов;
- 4) Развитие внешнеэкономической деятельности в сфере автомобильного транспорта, международных автомобильных перевозок грузов и пассажиров;
- 5) Модернизация сети передач данных для информационного обеспечения перевозок и применению электронной технологии слежения за перемещением груза;
- 6) Формирование конкурентоспособной среды в области транспортной деятельности на внутреннем и внешнем рынках транспортных услуг;
- 7) Обновление парка автомобилей;
- 8) Выполнение Государственной программы развития автомобильного транспорта Республики Беларусь на 2011–2015 гг., которая содержит перечень механизмов 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.

По данным Всемирного банка, «... развитие инфраструктуры является ключом к экономическому росту. Хорошие дороги и мосты расширяют возможности рынка, снизить стоимость товаров и услуг, а также позволит странам использовать свой производственный потенциал лучше. Развитие Китая не было бы так стремительно, если бы страна не инвестировали значительные средства в дорожную инфраструктуру».

Исследования в сфере транспорта на самом деле показали, что каждый доллар, потерянный из-за барьеров к результатам автомобильного транспорта, ведет к потере двух долларов, по крайней мере, для экономики.

Потенциал автомобильного транспорта тормозится перегруженными или плохо ухоженными дорогами, и, таким образом, не в состоянии способствовать созданию экономических и социальных благ. Во мно-

гих частях мира, отсутствие хороших качественных дорог, отсутствие достаточного потенциала дорог, или заторы на существующих дорожных сетях ограничивают положительное влияние существующей инфраструктуры и дорожной транспортной деятельности на общий экономический рост и создание богатства [7].

С учетом географического положения Беларуси развитие дорожной сети и уровня сервиса на дорогах будет способствовать улучшению безопасности и имиджа республики как транзитного государства, увеличивая объем поступлений в бюджет. Поэтому совершенствование транспортной инфраструктуры имеет большое значение и является одной из задач, которые ставит перед собой Правительство Республики Беларусь. В связи с данной проблемой в РБ была разработана Программа "Дороги Беларуси" на 2006 – 2015 годы.

Главными приоритетами государственной дорожной политики являются рациональное развитие и улучшение технического состояния сети автомобильных дорог общего пользования для удовлетворения потребностей экономики и населения республики в автотранспортных связях, создание условий для развития социальной сферы, а также интеграция магистральных дорог в Европейскую транспортную систему и в единую сеть международных автомагистралей Содружества Независимых Государств и Евразийского экономического сообщества [1].

Автомобильные дороги имеют огромное значение для социально-экономического развития республики. Годовой экономический эффект от выполнения работ по строительству, реконструкции, ремонту и содержанию республиканских автомобильных дорог составляет 1,6 трлн. рублей.

Для улучшения состояния автодорог необходимо осуществить следующие шаги:

- 1) Выполнить комплекс работ по восстановлению изношенных дорожных и мостовых конструкций или их замене на более прочные и экономичные, а также работы по обеспечению безопасности движения, обустройству дорог, в результате которых будут восстановлены транспортно-эксплуатационные характеристики ремонтируемых дорог и обеспечены требуемые условия движения;
- 2) Устройство слоев износа дорожных покрытий (тонких асфальтобетонных слоев, поверхностных обработок), что позволит восстанавливать интенсивный износ покрытий и предотвращать развитие дефектов на них;
- 3) Поддержание транспортно-эксплуатационного состояния дорог и обеспечение безопасности дорожного движения в соответствии с требованиями нормативных документов;
- 4) Повышение информированности водителей и пешеходов об условиях дорожного движения за счет совершенствования организации дорожного движения, установки и замены дорожных знаков – 290 тыс. штук;
- 5) Использования современных технических средств организации дорожного движения (светофорная сигнализация, дорожные знаки "Аварийный участок", цветная разметка пешеходных переходов, светоотражающих маркеров типа "кошачий глаз", искусственного освещения пешеходных переходов, искусственных неровностей в виде цветных шумовых полос, а также приподнятых пешеходных переходов на круговых перекрестках малого радиуса автомобильных дорог общего пользования, проходящих по городам и городским поселкам) в требуемом объеме [8].

С 1 августа 2013 года в Беларуси введена в коммерческую эксплуатацию электронная система сбора платы за проезд BelToll. Система BelToll работает на основе специализированной радиосвязи на коротких расстояниях (DSRC), используемой во многих странах. Эта технология позволяет оплачивать пользование дорогой без остановки транспортного средства в пунктах взимания дорожных сборов (возле шлагбаумов). На платных дорогах расположены станции сбора платы за проезд (металлические порталы), оснащенные приемопередатчиками, которые обеспечивают обмен информацией с бортовым устройством, установленным на лобовом стекле автомобиля. При прохождении транспортных средств через станции сбора платы система автоматически списывает средства со счета бортового устройства. Счет создается при регистрации пользователя в системе и получении бортового устройства [2].

Для достижения международных нормативов в соответствии с Европейским соглашением о международных автомагистралях (СМА) и соглашением о трансъевропейских автомагистралях (ТЕМ) необходимо увеличение количества объектов придорожного сервиса: АЗС – 164, СТО – 143, пункты постоя – 57 [7].

По прогнозным оценкам на 2011 – 2015 годы требуется дополнительное строительство 191 объекта придорожного сервиса.

Приоритетным направлением является создание объектов придорожного сервиса, сочетающих в себе целый комплекс услуг, оказываемых участникам дорожного движения.

Строительство объектов придорожного сервиса позволит увеличить количественный и качественный уровень услуг, оказываемых пользователям автомобильных дорог, поступления в государственный бюджет и повысит транзитные возможности автомобильных дорог Республики Беларусь.

Таким образом, при осуществлении всех мероприятий по улучшению транспортной инфраструктуры, можно добиться транспортного эффекта, который характеризует прямые выгоды для пользователей автомобильных дорог от улучшения дорожных условий за счет экономии затрат на эксплуатацию транспортных

средств и времени нахождения в пути, сокращения потребности в транспортных средствах вследствие повышения их производительности, повышения комфортности движения и удобств в пути следования.

### Список использованных источников

1. Ивуть, Р. Б. Единая транспортная система и география транспорта / Р. Б. Ивуть, Н. В. Стефанович, А. А. Косовский. – Мн.: БНТУ, 2009. – 76 с.
2. Официальный интернет-портал IRU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iru.org/>. – Дата доступа: 19.02.15.
3. Черновалов, А. В. Логистика: современный практический опыт / А. В. Черновалов. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 296 с.
4. Аналитический обзор рынка транспортно-логистических услуг Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipmconsult.by/topic/621.html/>. – Дата доступа: 24.02.15.
5. Обзор транспортного сектора Республики Беларусь: докл. N BN 55015-BY / Всемирный банк. Департамент устойчивого развития. Регион Европы и Центральной Азии. – Вашингтон, 2010. – 96 с.
6. Проблемы транспортной логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sike.ru/articles/problemu-transportnoi-logistiki/>. – Дата доступа: 17.02.15.
7. Программа «Дороги Беларуси»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 6 апр. 2006 г., № 468 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

## РАЗВИТИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «ПИНСКДРЕВ» В ГОМЕЛЕ

**Н.И. Белоус,**

старший преподаватель

*Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

Распределительная логистика выступает в настоящее время как часть общей логистической системы физического продвижения сырья и готовой продукции от производителей к потребителям.

Основной целью распределительной логистики является поставка необходимого товара в нужное место, в требуемом количестве, в согласованном ассортименте и качестве, в определённое время и с минимальными издержками.

Предметом изучения распределительной логистики является рационализация процесса товародвижения, то есть оптимизация управления материальными потоками в процессе распределения.

Структурная модель управления материальным потоком, товародвижением в процессе распределения продукции подчинена основным функциям: планирование, координация, регулирование, учёт и контроль.

Организация товародвижения всегда сопровождается и поддерживается информационным и финансовым потоками. Поэтому в процессе сбыта требуется управлять, оптимизировать и эти потоки.

В распределительной логистике распределяются материальные потоки – сырьё, полуфабрикаты, комплектующие изделия, энергоносители и готовые к продаже товары.

Это происходит на макроуровне (страна, регион, отрасль народного хозяйства) и микроуровне (город, завод, фабрика, цех, склад).

К общим задачам распределительной логистики относятся:

- планирование процесса распределения;
- организация получения и обработки заказов;
- комплектация отгрузочных партий;
- организация доставки грузов;
- выбор схемы распределения и канала сбыта;
- определение оптимального количества распределительных складов;
- выбор выгодного места расположения распределительного склада на обслуживаемой территории;
- управление и организация контроля процесса распределения.

Представительство Закрытого акционерного общества «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле является обособленным структурным подразделением без права образования в своей деятельности действует по поручению и от имени Закрытого акционерного общества «Холдинговая компания «Пинскдрев» на основании Положения о Представительстве.

Основными видами деятельности Представительства ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле являются: оптовая и розничная торговля мебелью, оптовая торговля спичками производства ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев», оптовая торговля фанерой производства СЗАО «Пинскдрев – Пинвуд».

Деятельность Представительства ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле в 2011 – 2013 гг. характеризуется показателями, представленными в таблице 1.1.

Таблица 1

**Основные финансово-экономические показатели деятельности Представительства ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле за 2011-2013 год, млн руб.**

Показатели	Годы			Отклонения 2013 к 2011(2012)	
	2011	2012	2013	+	-
Объем товарооборота по опту	21922,0	24541,3	21383,1	-	538,9
Объем товарооборота по рознице	58584,7	81881,3	120100,9	61516,2	-
Объем товарооборота (всего)	80567,7	106422,6	141484,0	60916,3	-
Выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг)	53584	68355	-	14771	-
Выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) без налогов	44653	57419	-	12766	-
Себестоимость реализованных товаров, работ, услуг	43 990	55 505	-	11 515	-
Валовая прибыль	9 593	12 850	-	3 257	-
Прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	5528	3017	-	-	2512
Чистая прибыль	4104	2414	-	-	1690
Издержки	51170	64251	-	13081	-
Уровень рентабельности продаж	10,3	5,3	-	-	5
Численность персонала	54	69	92	38	-

Источник: собственная разработка на основе отчетности предприятия.

Распределительная логистика на Представительстве ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле включает в себя следующие этапы:

- 1) выбор и организация каналов распределения;
- 2) организация складирования и хранения продукции;
- 3) упаковка продукции;
- 4) доставка и транспортировка продукции;
- 5) сбыт мягкой и корпусной мебели;
- 6) поддержка стандартов качества товара и логистического сервиса.

Рассмотрим подробно каждый из этих этапов:

1. Выбор и организация каналов распределения. ЗАО Представительство «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле не имеет широкой розничной торговой сети, поэтому осуществляет поставку мягкой и корпусной мебели напрямую без посредников, т.е. используются каналы распределения нулевого уровня.
2. Организация складирования и хранения продукции. Представительство ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле арендует оптово – распределительный склад, размещенный по адресу: Гомельская обл., Гомельский район, дер. Еремино, ул. Сурганова, 15. Площадь оптового склада 2103 м. кв., площади арендуются у ООО «Белсельхозпром». Склад имеет два помещения площадью 1054,5 кв. м и 1048,4 кв. м.
3. Упаковка продукции. Для того, что бы избежать повреждений и загрязнения мягкой и корпусной мебели, она упаковывается в полиэтиленовую пленку и картон.
4. Доставка и транспортировка продукции. Доставка и транспортировка мягкой и корпусной мебели производится арендуемым автомобильным транспортом.
5. Сбыт мягкой и корпусной мебели. Основными покупателями продукции Представительства ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» являются жители г. Гомеля покупатели соседней территории Российской Федерации (Брянск, Клинцы).
6. Поддержка стандартов качества товара и логистического сервиса.

Мебель производства ЗАО ХК «Пинскдрев» в г. Гомеле и Гомельской области реализуется через 11 фирменных магазинов «Мебель Пинскдрев» и 42 оптовых предприятия.

Слабой стороной предприятия является – отсутствие собственных транспортных средств. Для сокращения логистических издержек Представительству ЗАО «ХК «Пинскдрев» в г. Гомель следует приобрести автомобильное транспортное средство, для грузоперевозки мягкой и корпусной мебели.

Расчет экономической эффективности по приобретению Представительством ЗАО «ХК «Пинскдрев» в г. Гомель собственного автомобильного транспорта для транспортировки мягкой и корпусной мебели проводился по тарифам на грузоперевозку ОАО «Новобелицаавтотранс» в г. Гомеле грузовым автомобилем МАЗ 437141 – 232 по ценам на декабрь 2014 г.

Таблица 2

**Расчет стоимости использования наемного транспорта ОАО «Новобелицаавтотранс» за неделю**

День недели	Маршрут	Расчет стоимости	Сумма, руб.
ПН	Город	40 км * 10750 + 8 ч * 95 000	1 190 000
ВТ	Чечерск	400 км * 10 750	4 300 000
СР	Чечерск	400 км * 10 750	4 300 000
ЧТ	Город	40 км * 10750 + 8 ч * 95 000	1 190 000
ПТ	Город	40 км * 10750 + 8 ч * 95 000	1 190 000
Итого			12 170 000

Источник: собственная разработка на основе отчетности предприятия

Затраты на пользование наемным транспортом ОАО «Новобелицаавтотранс» за месяц составят: 12 170 000 \* 4 = 46 680 000 руб.

Стоимость грузового автомобиля МАЗ 437141 – 232: 386 000 000 руб.

Таблица 3

**Затраты по использованию приобретенного грузового автомобиля МАЗ 437141 – 232 за месяц**

Виды затрат	Сумма, рублей
Топливо	618 литров * 11 700 = 7 581 000
Зарплата водителю	7 000 000
Обслуживание	150 000
Страховка	800 000
Амортизация	3 200 000
Итого	18 731 000

Источник: собственная разработка

Отняв от затрат за использование наемного транспорта ОАО «Новобелицаавтотранс» в месяц затраты за использование приобретенного грузового автомобиля МАЗ 437141 – 232 получим месячную экономию: 46 680 000 руб. – 18 731 000 руб. = 27 949 000 руб.

Годовая экономическая эффективность от приобретения в личное пользование МАЗ 437141 – 232 составит: 27 949 000 руб. \* 12 мес. = 335 388 000 руб.

Разделив стоимость приобретенного грузового автомобиля МАЗ 437141 – 232 на среднегодовую стоимость экономии в год, получится срок окупаемости данного автомобиля: 386 000 000 / 335 388 000 = 1,2 года.

Таким образом, затраты по распределению мягкой и корпусной мебели значительно сократятся, улучшится качество обслуживания клиентской базы и будет достигнут более рациональный и эффективный вариант организации распределительной логистики Представительством ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» в г. Гомеле.

**Список использованных источников**

1. О государственных закупках товаров (работ, услуг) : Закон Респ. Беларусь, 13 июля 2012 г., № 419-3 // Консультант-Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
2. Положение о поставках товаров в Республике Беларусь, утв. постановлением Кабинетом Министров РБ от 8 июля 1996 г. № 444.
3. Логистика: учебное пособие под ред. И.И.Полещук. – Минск: БГЭУ, 2007, – 431 с.
4. Логистика: учебно-методический комплекс / авт.-сост. Н.И.Белоус. – Гомель: ГФ МИТСО, 2007, – 142 с.

## К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ЛОГИСТИКИ ОАО «СВЕТЛОГОРСКИХИМВОЛОКНО»

**О. В. Устименко,**

старший преподаватель

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Гомель*

Сбытовая логистика ОАО «СветлогорскХимволокно» должна быть направлена на увеличение объёмов продаж, расширение рынков сбыта и переориентацию товарных потоков в наиболее прибыльные сегменты. На внутреннем рынке реализуется 40,2 % производимой продукции, экспорт составляет 59,8 %.

Целью развития экспорта на ОАО «СветлогорскХимволокно» должны стать следующие направления.

1. Обеспечить реализацию произведенной готовой продукции в соответствии с производственной программой, обеспечив при этом получение необходимой прибыли для устойчивой хозяйственной деятельности и развития предприятия.

2. Расширить экономические связи, рынки сбыта.

3. Наладить международные контакты с резидентами зарубежных стран для упрочнения внешнеэкономических отношений.

ОАО «СветлогорскХимволокно» должно вести стратегию интенсификации коммерческих усилий по расширению рыночной ниши, налаживая обратные связи с потребителями, что позволит оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры не только в области ассортимента продукции, но и относительно объемов, перспективности и прибыльности поставок в тот или иной регион.

Достижение вышеуказанных целей возможно при реализации следующих мероприятий.

1. По увеличению объемов продаж, повышению эффективности и расширению географии экспорта:

- обеспечение качества выпускаемой продукции, соответствующей требованиям рынка и конкретного потребителя;
- обеспечение стабильности и ритмичности поставок, организация достойного сервиса при реализации продукции, установление постоянных деловых контактов с покупателями продукции на официальном и личном уровне;
- проведение гибкой ценовой политики;
- проведение целенаправленной работы по снижению затрат на производство продукции;
- осуществление продаж на региональных рынках дальнего и ближнего зарубежья через товаропроводящую сеть концерна «Белнефтехим» (Германия, Китай, Польша, Литва), через создание собственного торгового предприятия в Италии, создание совместного предприятия с компанией «Гланштофф», а также конечным потребителям;
- организация системы подготовки и обучения персонала коммерческой службы предприятия.

2. По маркетинговым исследованиям и мониторингу рынков:

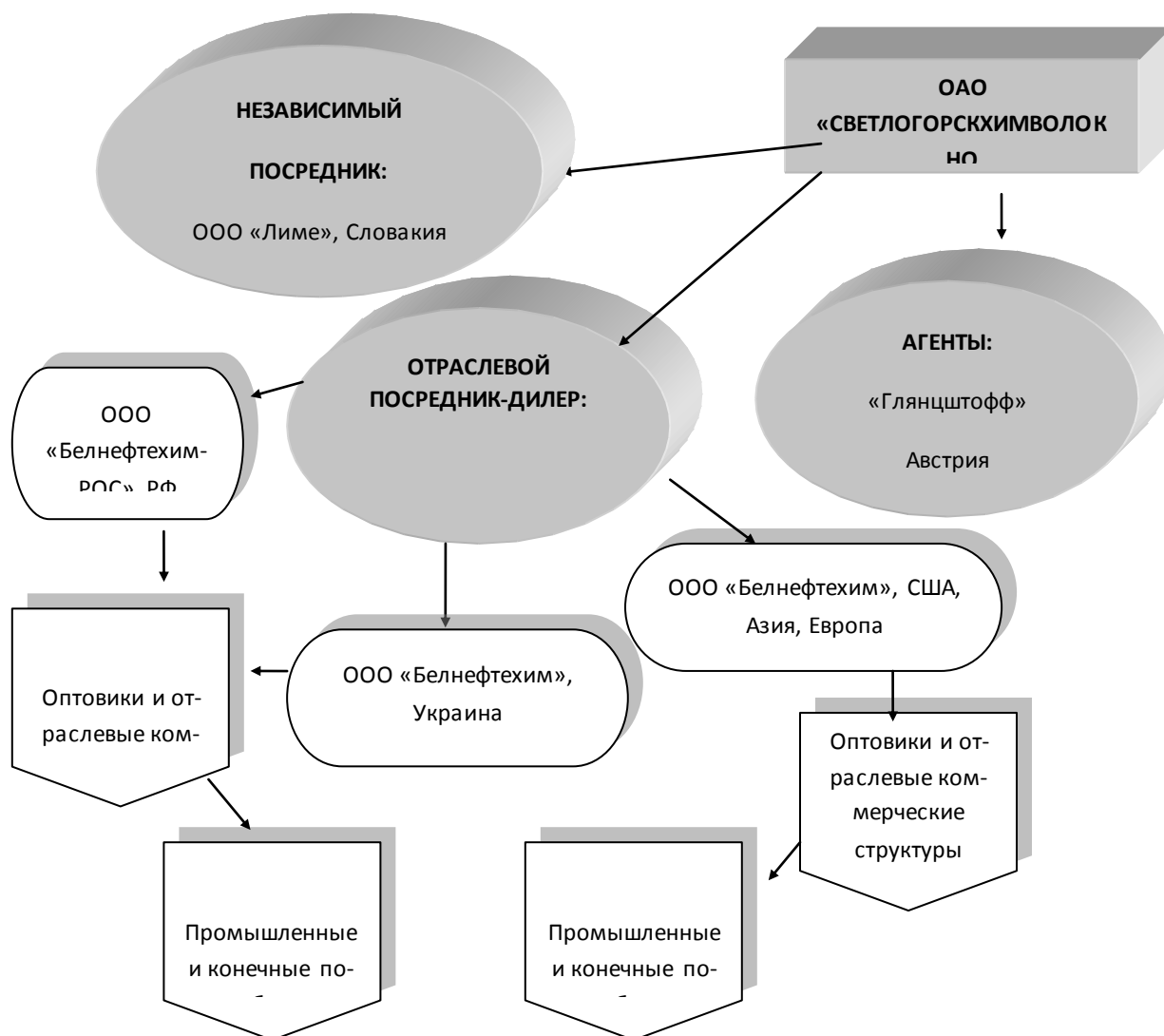
- осуществление постоянного мониторинга рынков основных видов продукции, по региональному принципу и товарному;
- определение официальных источников информации, организация подписки на них и обеспечение оплаты за пользование («Химические волокна», «Текстильная промышленность», «Технический текстиль», «Химкурьер», «Маркетинг, реклама, сбыт», «YarnsAndFibers», PCI и др. источники;
- включение в дилерские договора условия обязательного предоставления дилерами ОАО «СветлогорскХимволокно» информации о конъюнктуре рынка не реже одного раза в квартал;
- использование возможностей Национального центра МИ и КЦ для получения информации по видам продукции и странам;
- позиционирование собственной продукции на мировом рынке, анализ ситуации у конкурентов, выявление тенденций, складывающихся на рынках, и определение наиболее перспективных сегментов рынка на основе постоянных маркетинговых исследований.

3. По рекламно-выставочной деятельности:

- разработка так называемого «бренд-бука» и проведение первого этапа брендинговых мероприятий по нити полиэфирной;
- поддержка и развитие веб-сайта предприятия, обработка данных, полученных из базы авторизации на сайте;

- создание информационно-рекламных материалов о продукции предприятия (мультимедийные презентации, рекламные видеоролики, лайпостеры, каталоги, буклеты, рекламные модули и другая имиджевая продукция) для их последующего размещения на всех видах информационных носителей (СМИ, интернет, наружная реклама);
- участие в специализированных выставках с размещением информации о предприятии в тематических каталогах. Организация и проведение презентаций новых видов продукции. Обработка информации по результатам выставки с целью определения эффективности затрат и возможных путей продвижения бренда; размещение в специализированных изданиях статей о новых и традиционных видах продукции предприятия на правах рекламы и информационного характера. Размещение информации о предприятии и продукции на интернет-порталах: [www.tiwatiwa.com](http://www.tiwatiwa.com); [www.yarnandfibers.com](http://www.yarnandfibers.com); [www.look4tile.com](http://www.look4tile.com); [www.texbuyer.com](http://www.texbuyer.com); [www.textil.bsk.by](http://www.textil.bsk.by); [www.textile-press.ru](http://www.textile-press.ru); [www.textilemarket.ru](http://www.textilemarket.ru) и других;
- внедрение технологии тематических почтовых рассылок потенциальным потребителям с использованием базы данных маркетинговых исследований.

Как показала оценка сбытовой логистики ОАО «СветлогорскХимволокно», продукция предприятия поставляется на основные рынки сбыта через ТПС, состоящую из отраслевых посредников-дилеров и уполномоченных посредников. Сложившаяся система распределения представлена на рисунке 1.



**Рис. 1.** Существующая распределительная система ОАО «СветлогорскХимволокно»

*Источник:* [разработка на основании данных предприятия].

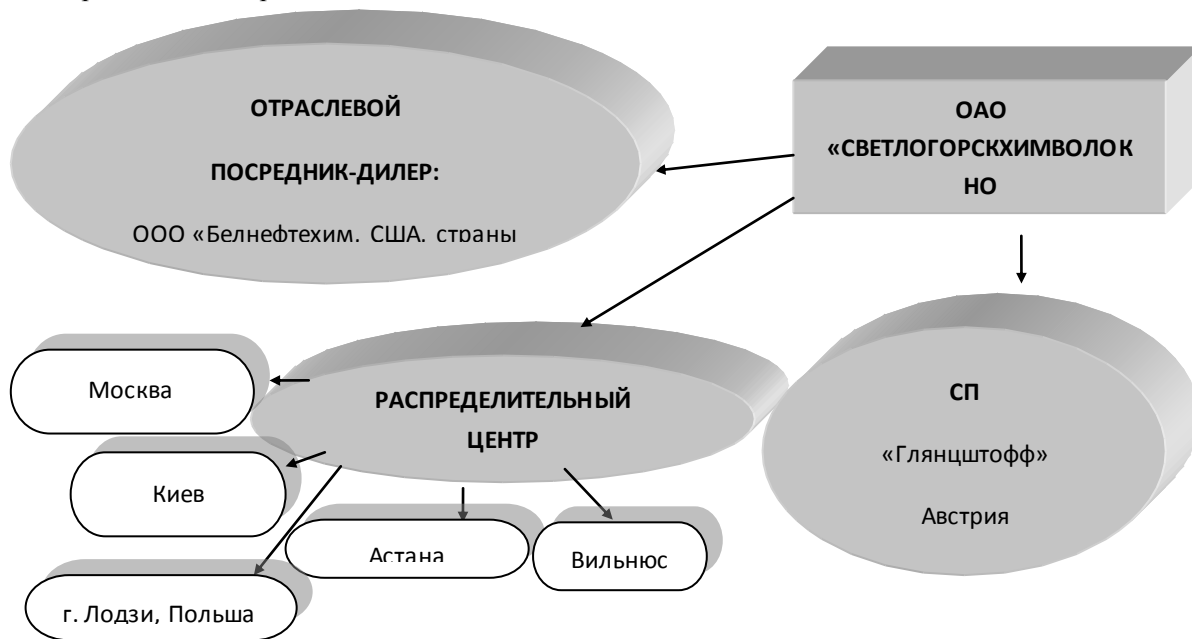
Из рисунка 1 видно, что единой политики распределения у предприятия нет. Самый главный недостаток существующей системы – многозвенность логистической цепи, при которой теряется возможность контроля за уровнем цен, что является основой успешного продвижения своих товаров на рынок. Следовательно-

но, ОАО «СветлогорскХимволокно» необходимо провести анализ существующей системы распределения и провести ее модернизацию.

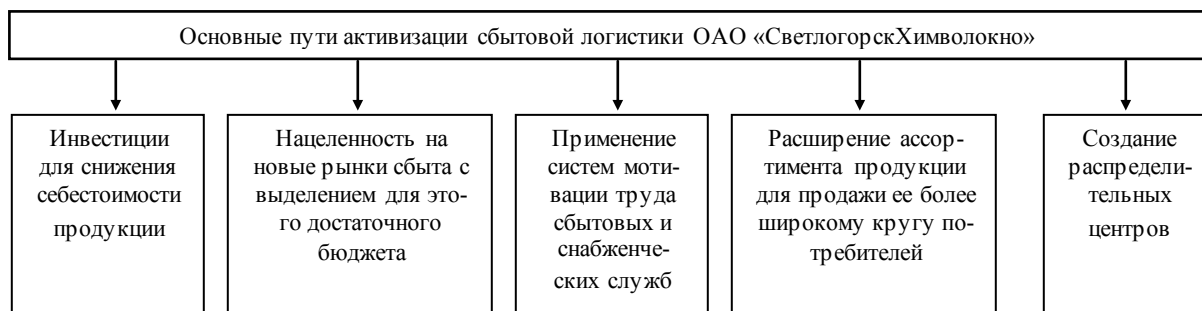
С учетом целей маркетинга и сбытовой логистики ОАО «СветлогорскХимволокно» нами предлагается создание следующей логистической распределительной цепи (рис. 2).

Сформулированные причины позволяют сформулировать и направления повышения отдачи от сбытовой логистики предприятия (рис. 3).

Однако для внедрения предложенной распределительной системы ОАО «СветлогорскХимволокно» требуется значительное вложение финансовых средств. Для создания распределительных центров не обязательно создавать собственные предприятия. Достаточно заключить дилерские соглашения с коммерческими структурами на обозначенных рынках, имеющих собственные склады, которые обеспечат поставки продукции на региональный рынок.



**Рис. 2.** Рекомендуемая распределительная система ОАО «СветлогорскХимволокно»  
 Источник: [разработка на основании данных предприятия].



**Рис. 3.** Основные пути повышения эффективности сбытовой логистики ОАО «СветлогорскХимволокно»  
 Источник: [1, 2].

Создание крупных распределительных центров позволит осуществлять жесткий контроль за поведением дилеров, уровнем цен и качеством торговли.

#### Список использованных источников

1. Логистика : учеб. пособие / авт.-сост. М. Н. Ковалев, Н. В. Немогай, Н. И. Белоус. – Гомель : ГФ «МИТСО», 2012. – 412 с.
2. Распределительная логистика: пособие / авт.-сост. О. В. Устименко. – Гомель : ГФ «МИТСО», 2013. – 172 с.



## РУП «БЕЛТАМОЖСЕРВИС»: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**М.М. Крушанов, В.В. Бориско,**  
студенты

Научный руководитель: **М.Л. Третьякова**, магистр экон. наук, преподаватель  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Республиканское унитарное предприятие РУП «Белтаможсервис» – один из ведущих в Республике Беларусь логистический оператор по оказанию таможенных услуг. РУП «Белтаможсервис» берет свое начало с 1999 года. Предприятие создано с целью обеспечения усиленной государственной надзорно-контрольной функции рынка таможенных услуг.

В данный момент РУП «Белтаможсервис» предоставляет таможенные операции и оказывает широкий спектр услуг в области таможенного дела, в которые входят услуги таможенных терминалов, таможенного агента, транспортно-экспедиционные услуги и другие.

Предприятие располагает развитой территориальной структурой. Его филиалы расположены по всей территории республики: Могилевской (создан в 2000 году), Гомельской, Витебской, Брестской (созданы в 1999 году), Гродненской, Минской (созданы в 2000 году), филиал «Белтаможконвой» (г. Брест, 2003 год).

Членство РУП «Белтаможсервис» в транспортно-логистической системе объясняется следующим: подготовленные специалисты компании находятся во всех крупных пунктах пропуска автомобильного транспорта через Государственную границу Республики Беларусь; специалисты предприятия располагаются в более чем 50 пунктах внутреннего таможенного оформления, не менее чем в 25 населенных пунктах Республики Беларусь; предприятие использует в ходе своей деятельности 10 складов временного хранения по всей стране; отделения филиала «Белтаможконвой» предоставляет спектр услуг сопровождения транспортных средств на пути следования;

Государственным таможенным комитетом РУП «Белтаможсервис» было получено разрешение на составление и представление в таможенные органы документов контроля доставки товаров (ДКД/ЕАД), сопряженного с Единым административным документом Европейского союза, создана и применяется система обмена информацией с таможенными гарантами Евросоюза; компанией разработаны информационно-программные средства, осуществляющие мониторинговые функции процессов таможенно-пропускного оформления с возможностью вывода результатов в глобальной компьютерной сети Интернет, а также посредством мобильных или планшетных устройств.

Скорыми темпами идет работа по организации разработки и внедрения автоматизированных систем для обеспечения максимально стабильного функционирования системы складов и центров, специалистов, занятых таможенным оформлением, а также системы, позволяющей осуществлять непосредственное информационное сопровождение продвижения грузов и прохождения необходимых процедур на пути следования, связанных с соблюдением всех установленных правил.

В настоящее время РУП «Белтаможсервис» активно разрабатывает и совершенствует сеть логистических центров. Главная цель предприятия – это введение в эксплуатацию многоцелевой высокоэффективной системы транспортно-логистических центров, направленных на оказание широкого спектра услуг в области таможенной, транспортно-экспедиционной, складской и информационной логистики, следуя принципам «от двери до двери и «точно вовремя».

Структура системы ведомственных логистических центров включает: главный ведомственный транспортно-логистический центр под управлением центрального офиса РУП «Белтаможсервис», региональные транспортно-логистические центры на базе филиалов компании, территориальные логистические центры.

В транспортно-логистических центрах планируется оказывать следующие услуги: участие в национальных программах по осуществлению внешнеторгового оборота Республики Беларусь, организация мультимодальных перевозок; оптимизация и упрощение условий внешнеторговых сделок и таможенных операций; контроль уплаты таможенных пошлин; введение предварительного предупреждения таможенных органов и других контрольно-надзорных органов государства о ввозимых на территорию Республики Беларусь товарах и транспортных средствах, а также выполнение других требований законодательства государств, по территории которых проходит путь следования грузов и транспортных средств; обеспечение услуг страхования и таможенного оформления товаров на территории иностранных государств; создание и оформление перевозочных, грузосопроводительных и других документов, необходимых для выполнения перевозки груза; погрузка (выгрузка), консолидация, хранение, упаковка, маркировка, сортировка товаров; сертификация товаров; перевалка товаров, организация сопровождения груза; организация доставки получателю «очищенного» товара.

В кратчайший период предприятием запланировано возвести транспортно-логистический центр на базе передаваемого имущества республиканского унитарного торгового предприятия «Брестгрузавтосервис», логистический центр на базе ОАО «КМК «Интурист», транспортно-логистический центр «Гомель-Авто», логистический центр «Могилев-Белтаможсервис». Создание транспортно-логистической системы на «Белтаможсервис» как части проектируемой логистической системы Республики Беларусь откроет перспективу на усовершенствование координации и повысить уровень оказываемого комплекса услуг в качестве экспедитора, таможенного агента и владельца склада временного хранения и таможенного склада, предложить на рынке комплекс услуг по эффективному обслуживанию товарооборота Республики Беларусь (экспорт, импорт) и транзитного грузопотока. Ожидается, что данный спектр услуг будет включать в себя операции и процедуры, осуществляемые как РУП «Белтаможсервис» непосредственно, так и партнерами предприятия, в том числе и иностранными.

Главными направлениями модернизации РУП «Белтаможсервис» являются введение более современной инфраструктуры, обоюдывыгодное сотрудничество с иностранными партнерами, усовершенствование механизма предоставления многообразных комплексов услуг, плановое повышение их качества и доступности.

Более того, РУП «Белтаможсервис» имеет весьма развитую материально-техническую базу для того, чтобы стать управляющей компанией при введении в эксплуатацию транспортно-логистических центров.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт РУП «Белтаможсервис» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.declarant.by/>. – Дата доступа: 19.03.2015.

## **МЕСТО И РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В EVENT-МАРКЕТИНГЕ**

**С.Г. Ковальский**

Научный руководитель: **М.Л. Третьякова**, магистр экон. наук, преподаватель  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

На сегодняшний день современное общество можно охарактеризовать двумя свойственными ему чертами: массовым производством и массовым потреблением. Так как одна из основных задач маркетинга – это увеличение и изучение спроса, то для массовой эффективной реализации своего товара многие производители используют рекламу. Однако в виду того, что к такому методу прибегают все, потребитель перестает уделять внимание бесконечному информационному рекламному потоку, который его окружает практически везде. В этот момент на помощь приходит стратегия коммуникации, основанная на клиентоориентировании. Ее основная миссия не навязать клиенту разнообразными манипуляциями покупку своего товара, а дать почувствовать свободу выбора. В рамках данной цели, когда реклама и всевозможные способы продвижения товара обращаются в праздник, когда основная задача – это сближение с целевой аудиторией, и был создан event-marketing.

С английского языка слово event переводится как событие, мероприятие. Отсюда и значение словосочетания event-marketing можно рассматривать как «событийный маркетинг». На сегодня большинство компаний, которые используют мероприятия, как способ эффективной коммуникации, полагают, что данная концепция – это наиболее эффективный способ именно прямой коммуникации с потребителями, бизнес партнерами, а зачастую и сотрудниками компании. Относительно преследуемых целей все мероприятия, проводимые в рамках реализации event-маркетинга можно подразделить на следующие виды:

Первый из них это «TRADEEVENTS» – мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов. Это деловые мероприятия, хотя не исключаящие изюминки и развлекательной составляющей. В эту группу входят конференции, презентации, приемы, семинары, форумы, конгрессы, саммиты, PR-акции, специальные мероприятия на выставках-ярмарках, креативный промоушн и т.д. Основная цель организации подобных мероприятий – представить товар, наглядно продемонстрировав его достоинства. Также мероприятия этой категории зачастую организовываются с целью презентации новых услуг, обмена опытом, поиска новых стратегических партнеров и т.д. В эту же группу относятся и все виды btl-акций, проводимых с целью в режиме «здесь и сейчас» заинтересовать потребителя продуктом, дав ему самому оценить все достоинства[1].

Следующий вид это «CORPORATE EVENTS» (HR EVENTS), а именно корпоративные мероприятия, включающие в себя совместный отдых сотрудников, юбилеи компании и профессиональные праздники. Корпоративные мероприятия представляют уникальную возможность для того, чтобы донести идеи компа-

нии непосредственно до ваших сотрудников, а также они могут послужить эффективным инструментом внешнего маркетинга. Ведь всегда есть возможность пригласить на корпоративные мероприятия центральных клиентов и партнеров. Данным поступком можно обеспечить лояльность приглашенных, а также дать им почувствовать свою важность. В эту группу относятся такие события, как юбилеи фирмы, дни рождения сотрудников, вечеринки, праздники, пикники. Продуманная корпоративная культура любой фирмы предполагает организованный коллективный досуг сотрудников. Данным сектором event-маркетинга пользуется масса компаний, для которых забота о своих сотрудниках – престиж самой организации. Потому любое профессионально проведенное корпоративное мероприятие направлено на повышение авторитета руководства и на формирование корпоративной гордости. Ведь всем известно, что дружный, сплоченный коллектив – залог успешного бизнеса[1].

Также хотелось бы упомянуть в данном разделе, что сравнительно недавно в области HR events появились новые виды мероприятий, такие как Family day и Teambuilding. В последнее время во многих компаниях стало традицией проводить для своих сотрудников семейные праздники. Такая обстановка способствует сплочению сотрудников компании и сближает их на эмоциональном уровне. Что касается family day, этот инструмент способствует уменьшению оттока сотрудников из компании, способствуя созданию из фирмы одной большой семьи, в которой вряд ли кто-то будет подводить другого. В свою очередь Teambuilding имеет очень большое значение. Мероприятия из этой серии способствуют повышению работоспособности сотрудников, налаживание прочных внутрикorporативных связей между сотрудниками. Teambuilding – это коллективный тренинг, в котором под предводительством профессионального психолога моделируются бизнес ситуации, а сотрудники призваны решать их. Это также могут быть тесты на укрепление доверия, улучшение понимания и массу других необходимых в командной работе деталей. Следующий и заключительный вид коммуникации это SPECIALEVENTS – специальные мероприятия, а именно фестивали, вручение премий, мероприятия для прессы, специальные события и т.д. В эту группу мероприятий можно отнести всевозможные фестивали, концерты, шоу, массовые мероприятия, road-show (рекламные туры). В целом, это комплекс мероприятий и событий, благотворно влияющих на имидж компании или торговой марки. После профессионального проведения серии PR-акций следует обширная положительная реакция целевой аудитории, выраженная в повышенной лояльности к компании и росте интереса со стороны потенциальных клиентов. В эту группу входят и спонсорские, благотворительные программы, отвечающие целям и задачам, стоящим перед фирмой и наиболее эффективно обеспечивающих продвижение социального имиджа компании. Примером эффективного использования специальных мероприятий могут стать очень популярные сейчас пивные вечеринки и фестивали. Такие как «Рок за Бобров», где главным организатором является пиво «Бобров». К решению об организации подобных мероприятий, компании, производящие пиво, пришли путем измерения эффективности каждого из составляющих своей маркетинговой политики. Оказалось, что подобные «спонсорства» и участия в крупных мероприятиях положительно влияют на лояльность потребителей к бренду, вызывая у них положительные эмоции в контексте воспоминаний о хорошем концерте, на котором они побывали, который и был организован как раз пивным брендом. Можно с уверенностью говорить, что событийный маркетинг – это инструмент позволяющий воздействовать на самые разные сегменты, зачастую одновременно. Более того, этот вид маркетинга не ограничен краткосрочным эффектом (как в случае btl-акции), а отдача от него будет значительно более продолжительной[1].

Разобравшись с главными теоретическими аспектами event-маркетинга, важно отметить, что организация мероприятия – это практически всегда долгий и трудоемкий процесс, состоящий из немалого количества различных этапов.

Главная же тема статьи – логистика мероприятий в сфере ивент-маркетинга, а именно о планировании, управлении, оптимизации и контроле над процессами движения материальных, трудовых и информационных потоков в контексте организации мероприятий повествуется далее.

С главными аспектами логистики в сфере ивент мне помог разобраться руководитель и учредитель Event & MICE agency TDI Extra Алексей Подрез. Напомню, что агентство TDI Extra является одним из пяти агентств, образующих компанию TDI group. Ключевым моментом деятельности агентства были и остаются event-мероприятия «под ключ», при организации которых используются только современные и extra-эффективные инструменты event-маркетинга для отдыха, развития, мотивации, обучения персонала, партнеров и клиентов компании.

По мнению Алексея Подреза: «Логистика в сфере ивент – это ряд действий и процессов, начиная с планирования движения транспортных и информационных потоков, заканчивая контролем над деятельностью персонала».

Да, суть управления различными потоками в рамках работ по проведению мероприятия – это скорее неизбежные переговоры с подрядчиками, персоналом и т.д., а также обязательный контроль. В основной перечень документов информационного потока входят следующее:

- список ключевых в рамках работ по проведению мероприятия событий/точек, от которых, в конечном счете, зависит, запустится наш проект или нет (в качестве примера: доставка оборудования, производство раздаточных материалов, рассылка приглашений и так далее);
- список всех без исключения сторонних компаний и частных лиц (подрядчиков, поставщиков, партнеров) с указанием активностей внутри мероприятия, в которых они принимают участие, и контактных данных;
- список всех сотрудников компании, тем или иным образом задействованных в организации нашего мероприятия, с перечислением их обязанностей и участков, за которые они несут ответственность;
- кроме того, как показывает практика, очень полезно всегда иметь под рукой бюджет проекта, в котором прописаны все расходы, вплоть до транспортных расходов наших менеджеров[2].

«Наличие необходимой информации в правильно структурированном виде – один из залогов успеха», – отмечает Алексей.

Следующий момент, которого касается логистика, представляет собой контроль процессов, причем здесь мы говорим не только непосредственно о самом контроле, но еще и о грамотном отслеживании ситуации сразу по нескольким направлениям.

«Первое, что должно преобладать в любом проекте – это качественная логистика, а что касается контроля за подготовкой мероприятия, то тут верный и самый эффективный способ – это векторный подход к отслеживанию всех процессов», – отвечает Алексей на мой вопрос об оптимизации контроля над процессами проекта и роли логистики в нем.

Чтобы было понятно, о каких именно векторах идет речь, я перечислю наиболее важные из них:

- техническое обеспечение специального мероприятия;
- взаимодействие с выступающими персонами;
- подготовка контента проекта;
- разработка и утверждение всего комплекса аудио, видео и графических материалов;
- производство и доставка в срок раздаточных материалов;
- работа с аудиторией проекта[2].

Таким образом, очень важной задачей в контексте логистики event-маркетинга является отслеживание динамики каждого из упомянутых векторов и внесение корректировок, если того требуют обстоятельства.

И здесь мы подходим к третьему и одновременно заключительному теоретическому моменту, о котором пойдет речь в статье, а именно к управлению логистическими процессами. На сегодняшний день существует достаточное число отработанных методик менеджмента проектов и управления процессами. Главное здесь – четкое понимание, что от чего зависит и как один процесс может повлиять на другой. Кроме того, не стоит забывать, что управление логистикой мероприятия – это один из тех компонентов работ, которые всегда имеет смысл доверить специалистам, что говорит об уникальности и востребованности профессии менеджера по проектам в нашей стране.

«Ввиду небольшого штата сотрудников объема заказов, а также небольшой емкости рынка открытие логистического отдела на фирме не очень эффективно. Поэтому весь контроль и планирование, включающий в себя логистические аспекты остается на менеджерах по проектам, что делает данную профессию очень уникальной», – отмечает Алексей.

Также в организации мероприятия самое главное – это четко прописанный свод правил, которому будут следовать как организаторы, так и все без исключения подрядчики. Здесь имеет значение не только и не столько описание каких-то штрафных санкций в случае невыполнения обязательств, сколько инструкции на случай непредвиденных обстоятельств.

По словам Алексея Подреза: «Продумывание заранее слабых мест и тщательное планирование и контроль информационного потока, а также использование карт, схем, планов и оснащение ими всех работников мероприятия исключает возможность ошибок и форс-мажоров».

Кроме того, практически для каждого проекта будут актуальны следующие рекомендации по работе с подрядчиками:

- по каждой позиции, будь то аренда оборудования, кейтеринг, транспорт и так далее, мы должны иметь, как минимум 1-2 запасных варианта;
- всегда полезно составить полный список всех задействованных подрядчиков с указанием контактных лиц и раздать его каждому сотруднику компании, который принимают участие в организации нашего event-проекта;
- как показывает практика, выбор и дальнейший контроль подрядчиков становится более эффективным, если организатор ивента обращается за помощью в соответствующее event-агентство или event-компанию (если сам не является таковым, разумеется);
- заниматься поиском подрядчиков, обговаривать с ними детали проекта и заключать соглашения следует как можно раньше, чтобы избежать излишне сжатых сроков[2].

Следующий практический момент, о котором обязательно следует помнить в контексте логистики мероприятий, – это движение информации. Вообще, организация любого ивента – процесс динамичный, в рамках которого ситуация может сильно меняться в пределах нескольких десятков минут, и очень важно, чтобы информация о том или ином изменении ситуации, во-первых, доходила до него, а, во-вторых, доходила максимально оперативно. Кроме того, это также актуально не только в контексте работы с подрядчиками или партнерами, но и в контексте взаимодействия наших сотрудников друг с другом.

«Наличие необходимой информации в правильно структурированном виде – один из залогов успеха, а также качественный подход с логистической стороны к любому проекту – это 50 процентов успеха», – в заключении добавляет Алексей Подрез.

Обобщая всю теоретическую и практическую информацию, которую я изложил в статье можно сделать конкретный вывод: для проведения по-настоящему успешного, эффективного и эффективного мероприятия необходимо в достаточном объеме финансировать не только аренду оборудования, разработку фирменного стиля и тому подобное, но и логистику, ведь если сравнить мероприятие, например, с дорогими часами, то грамотная логистика – это то, что заставляет эти часы правильно показывать время и не ломаться в самый неожиданный момент.

#### Список использованных источников

1. Наука о рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>. – Дата доступа: 19.03.2015.
2. Официальный сайт Каргосет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cargoset.su/>. – Дата доступа: 19.03.2015.

## ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА И КАЧЕСТВО ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ

Йоанна Омецох,

доктор наук, профессор

Факультет экономических наук в Острови Мазовецкой

*Высшая школа финансов и управления в Белостоке,*

*г. Белосток, Польша*

**1. Логистика и специфика продовольственного сектора.** Проявления глобализации заметны почти во всех сферах экономики, в том числе также в продовольственном секторе. М. А. Ежак утверждает, что, действительно, продовольственный сектор, в сравнении с другими секторами экономики, до сегодняшнего момента в наименьшей степени испытал на себе влияние непосредственных процессов глобализации; однако явление глобализации прогрессирует и становится причиной всё большего включения земледельческих хозяйств и предприятий агробизнеса в коммерциализированную национальную или глобальную цепь продуктов.<sup>1</sup> Происходящие в продовольственной экономике проявления глобализации выражаются в узаконивании международных корпораций, производящих пищевые продукты, а как один из негативных эффектов деятельности тех же корпораций называется ухудшение качества производимой продукции.<sup>2</sup> В ситуации существования такой проблемы принципиальным является постановка вопроса о возможности предупреждения ухудшения качества производимого продовольствия.

Локализация продовольственного хозяйства как можно ближе к потребителям продовольствия представляется наилучшим способом противодействия проблеме ухудшения качества производимых продуктов. Производство и доставка продовольствия вблизи получателя означали бы исключение его транспортировки на большие расстояния и уменьшение складирования продовольствия, что имело бы большое значение для улучшения качества производимого продовольствия. Однако в обстоятельствах, когда в экономике доминируют глобальные корпорации при сосуществовании малых и средних предприятий, следует искать иные решения.

Кажется, что, благодаря соответствующей организации сферы логистики в продовольственном хозяйстве, можно гарантировать соответствующее качество сельскохозяйственных пищевых продуктов, которые считаются наименее приспособленными к транспортировке и хранению. Соответствующим образом организованная транспортировка и складирование сельскохозяйственных пищевых продуктов в продовольственных цепочках возможно при соответствующей организации сферы логистики в хозяйствующих субъектах.

<sup>1</sup>М. А. Jerzak, *Współczesna giełda towarowa w światowym agrobiznesie (cz. 1)*, „Logistyka” 2011, nr 6, s.69.

<sup>2</sup>Por. L. Woźniak, B. Ziółkowski, S. Dziedzic, *Uwarunkowania i potrzeba integracji przedsiębiorstw sektora rolno-żywnościowego w warunkach dominacji korporacji globalnych*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu 2007, nr 1173, s. 377.

Целью статьи является представление существующих в настоящее время в польском продовольственном секторе решений в деле организации сферы логистики в области транспорта таким образом, чтобы гарантировать соответствующее качество пищевых продуктов.

Продовольственный сектор охватывает все субъекты, принимающие участие в производстве пищевых продуктов и доставке ее потребителю. Эта сфера отношений до 1990 г. определялась как продовольственное хозяйство. В период трансформации общественного строя в литературу и практику было введено понятие «агробизнес», которое было популяризировано и вошло в экономическую литературу в середине 50-х гг. XX века. Автором этого понятия считается Дж. Х. Дэвис, который употребил его впервые в 1955 г. на конференции в Бостоне. Сущность агробизнеса вкупе с научным обоснованием была развита Дж. Х. Дэвисом и Р. А. Гольдбергом в 1957 г. в книге „*A Concept of Agrobusiness*”.<sup>1</sup>

Агробизнес как экономическая категория соответствует понятию «продовольственная экономика». Такие утверждения можно найти у А. Вося, С. Урбана<sup>2</sup> или Б. Клепацкого. В отечественной литературе принят принцип дифференцированного применения понятия «агробизнес» и «продовольственное хозяйство». Поэтому в ниже следующей статье для определения подсистемы хозяйства, занимающегося производством и последующей доставкой потребителю любого вида продукции, будет применяться понятие «продовольственное хозяйство», хотя в литературе чаще употребляется определение «агробизнес».

Продовольственное хозяйство считается одной из наибольших подсистем экономики. Отраслевая структура продовольственного сектора очень сложная и обширная. Согласно Б. Клепацкому, элементами продовольственного сектора (агробизнеса) являются:<sup>3</sup>

- обеспечение земледельческих хозяйств и перерабатывающих предприятий сырьём и средствами производства и услугами;
- сельское хозяйство, в котором производятся сельскохозяйственные продукты и услуги;
- переработка сельскохозяйственного сырья в продукцию, а также складирование и доставка продовольствия.

Продовольственное хозяйство – это очень обширная сфера человеческой деятельности, начиная от пищевого сырья (выращивание злаковых, животноводство, огородничество, садоводство, рыболовство и т.п.), через сферу переработки и складирования до агротуризма и спорта, а также технического производства. Эта структура очень сложная, поскольку охватывает как производство средств производства в сельском хозяйстве и сельскохозяйственно-продовольственной переработке, так и сельское хозяйство и отрасли, занимающиеся первичной и вторичной переработкой. Предметом внимания в этой статье будет только та часть продовольственного хозяйства, в которой имеют место потоки сельскохозяйственно-продовольственных продуктов.

Авторы, занимающиеся проблематикой продовольственного хозяйства, отмечают его специфические черты в отдельных его звеньях, т.е. на рынке средств производства для сельского хозяйства, в сельском хозяйстве и земледельческих хозяйствах, а также в сельскохозяйственно-продовольственной промышленности и торговле. Основной проблемой, которая создает специфические условия для функционирования продовольственного сектора, является очень высокая зависимость от природных факторов (климат, характер территории, осадки, температуры, солнечное освещение, почвенные условия, вегетация растений, окружающая фауна и флора), а также воздействие случайных факторов (сложности с предсказанием погоды или возникновение болезней) и сезонность.

Перед современными цепочками поставок продовольствия возникают требования, чтобы доставленные сельскохозяйственно-продовольственные продукты не содержали никаких вредных для здоровья потребителей субстанций, а опасности выступают на каждом этапе цепочки поставок (в фазе снабжения, производства, распределения) и в каждом ее звене. Не должным образом организованные процессы складирования и транспортировки повлияют, в лучшем случае, на снижение качества продовольственных продуктов, а в худшем станут причиной угрозы здоровью потребителя.

Безопасность потребителя стала одной из важнейших и приоритетных задач в управлении цепочкой поставок сельскохозяйственно-продовольственных продуктов. Отсюда в Европейском Союзе и вне его принято множество правовых актов для обеспечения безопасности продовольствия и защиты потребителя. Поэтому обращается внимание, что «Пища не является таким же продуктом, как остальные».<sup>4</sup> Несмотря на огромные усилия, прилагаемые хозяйствующими субъектами, нельзя, к сожалению, полностью исключить риск, связанный с угрозой безопасности продовольствия. Это связано с тем, что цепочки поставок продовольствия являются вообще довольно длинными, если принять во внимание первоначальное производство, то есть выращивание или хранение первичных продуктов вкупе с охотничьим промыслом, рыболовством,

<sup>1</sup> K. Niewiadomski, *Agrobiznes. Podstawowe zagadnienia z elementami marketingu*, WSiFiZ w Białymstoku, Białystok 2003, s.7.

<sup>2</sup> Различные подходы к этой проблеме представляет К. Невядомски (там же с. 10-11).

<sup>3</sup> В. Клепакский, *Agrologistyka – nowe wyzwanie dla nauki i praktyki*, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 12.

<sup>4</sup> Шире о правовых актах, установленных для защиты потребителей в ЕС и США: M. Szymczak, *Współczesne tendencje rozwojowe łańcuchów dostaw produktów żywnościowych*, „Logistyka” 2011, nr 5, s. 7.

собираем дикорастущих растений и грибов, надоем молока, а далее – все следующие этапы производства и распределения продуктов питания. К тому же, это огромное разнообразие продовольственных товаров, с учётом переработанных и непереработанных продуктов, экологических (органических) продуктов, удобных, функциональных, генетически модифицированных или синтетических продуктов, а также огромное число продуктов в отдельных ассортиментных группах.<sup>1</sup>

Угроза качеству пищевых продуктов, особенно с небольшим сроком годности, непереработанных и лишённых консервантов, связана со временем транспортировки, сроком складирования, погрузками, пере-загрузками и разгрузками, а в международном масштабе – еще и с перемещением в разных климатических зонах. Угроза качеству вытекает из изменений условий потоков, а регулярное или даже единичное отступление от условий в цепочке поставок продовольствия может явиться причиной возникновения нежелательных изменений в продуктах питания (например, появление опасных для здоровья субстанций имеет место при несоблюдении продолжительности охлаждения).

Надлежащая организация сферы логистики, принимающая во внимание специфику продовольственного сектора, может гарантировать соответствующее качество пищевых продуктов. Предприятия, функционирующие в продовольственной сфере, должны, таким образом, изыскивать возможности и способы совершенствования информационно-материальных потоков в своей деятельности, используя при этом современные информационные технологии.<sup>2</sup>

Исследования, проведенные Й. Баран в 2009 и 2010 г.г. показали, что уровень применяемых логистических решений на предприятиях продовольственного сектора очень дифференцирован и по-прежнему недостаточен, и в особенности это видно в самых малых субъектах хозяйствования. Автор заявила, что уровень продвижения организационно-технических решений в области логистики возрастает вместе с величиной предприятий агробизнеса. Представленные результаты могут отражать реальные закономерности в сельскохозяйственно-продовольственной переработке, так как структура исследуемого объекта была приближена к структуре всей пищевой промышленности.<sup>3</sup> Исследования Б. Клепацкого и Т. Рокицкого, проведенные в 2009 и 2010 г.г. на перерабатывающих плодоовощных предприятиях, также показали низкую степень организации логистики.<sup>4</sup>

**2. Понятие агрологистики.** Из обзора многочисленных научных и научно-популярных публикаций следует, что до сих пор логистикой были заинтересованы, прежде всего, торговые предприятия, обслуживающие, а также международные концерны. Зато заинтересованность логистикой на предприятиях продовольственного сектора была небольшой, что можно наблюдать при знакомстве с литературой того периода. Комплексно проблематикой логистики в продовольственных цепочках поставок занимаются только два научных центра: Главная школа сельского хозяйства в Варшаве (ГШСХ) и Естественноведческий университет в Познани. Познанский университет в 2012 г. организовал I Общепольскую научную конференцию АГРОЛОГИСТИКА-2012. В нескольких научных центрах, в которых проводятся научные исследования и дидактика в области логистики, по причине междисциплинарного характера логистики, представляются некоторые аспекты функционирования продовольственных цепочек, но это не целостный подход.<sup>5</sup>

С точки зрения применения логистики в агробизнесе, ее начали называть агрологистикой. Термин агрологистика является относительно новым и с недавнего времени встречается в литературе. Он состоит из двух частей: *агро* логистика. Понятие логистики повсеместно известно. Чаще всего определяется, что это системы планирования, распоряжения и управления потоками материальных благ, капиталов, информации (в том числе идей) от источников их возникновения вплоть до конечных звеньев. Первая часть *агро* происходит из греческого термина *agros*, означающего поле и *agronomos*, относящегося к управляющему земельным наделом. Такая этимология означала бы, что агрологистику следует сочетать только с сельскохозяйственным сектором.

Выяснения понятия агрологистика, если брать во внимание только его этимологию, показывает, что оно касается, прежде всего, сельскохозяйственного сектора. К. Вайщак замечает, что в настоящий момент его сфера применения значительно шире и выходит за рамки этой области хозяйствования. Этот же автор обращает внимание, что в одном из документов Евросоюза агрологистика охватывает, кроме фазы производства сырья, также фазы переработки и распределения. «Кроме того, принимая во внимание растущие требования клиентов относительно качества и безопасности продуктов питания, а также возрастающие потребности использования продуктов питания для целей непищевых (например, биомасса, предназначенная для энергетических целей), а также требований осуществления логистических процессов согласно принци-

<sup>1</sup> M. Szymczak, *Współczesne tendencje rozwojowe...*, op. cit., s. 7.

<sup>2</sup> Об информационных технологиях в логистике автор написала в ранее изданных исследованиях (J. Omieciuch, *Systemy informacyjne a logistyka produktów żywnościowych* (w:) *Sprawność informacyjna rynku produktów żywnościowych* (red.) K. Meredyk, E. Zalesko, Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, Białystok 2011, s. 129-150.)

<sup>3</sup> В пищевой промышленности микропредприятия составляют 70 % всех предприятий, а малые – 24 %, средние – 5 % и большие – 1 % (J. Baran, *Logistyka w przedsiębiorstwach agrobiznesu*, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 24.)

<sup>4</sup> B. Klepacki, T. Rokicki, *Logistyka w przedsiębiorstwach przetwórstwa owoców i warzyw*, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 29.

<sup>5</sup> *Agrologistyka coraz bardziej popularna*, Rozmowa Iwo Nowaka z Karolem Wajszczukiem „Logistyka” 2012, nr 4, s. 32.

пам равномерного развития» рискует предположить, что область агрологистики будет расширяться, что может привести к эволюционированию дефиниции этого понятия.<sup>1</sup>

А. Войцеховски замечает, что междисциплинарный характер логистики привёл к тому, что она нашла своё место в продовольственном хозяйстве. «Сложный характер хозяйств и процессов агробизнеса являются причиной того, что логистика начала приобретать в этой области новые черты. С этой формой логистики мы сталкиваемся ежедневно и многократно. Частонеотдаваясебевэтомочёта.»<sup>2</sup>

Одно из возможных определений логистики в продовольственном секторе (агрологистики) предлагает Б. Клепацки, который определяет её как деятельность, охватывающую организацию, планирование, контроль и реализацию потоков пищевых продуктов от места производства сельскохозяйственного сырья, через каналы, связанные с их закупкой, складированием, производством и распределением до конечного получателя (потребителя продовольствия), целью которой является удовлетворение требований рынка при сохранении продовольственной безопасности, минимальной стоимости и минимальных капиталовложений.<sup>3</sup> Похожее определение даёт К. Вайшак: «Агрологистика – это интегрированная система, предусматривающая процессы планирования, реализации и контроля потоков материалов, сырья и сельскохозяйственно-продовольственной продукции и сопутствующей этим потокам информации от мест их производства, через звенья складирования, переработки, торговли, до конечного получателя с целью предложения клиенту безукоризненных поставок безопасных пищевых продуктов, а также предназначенных для иных целей, при минимальных затратах и в условиях, приемлемых для окружающей среды.»<sup>4</sup>

Б. Клепацки обращает внимание, что в пищевом хозяйстве роль логистики особенно важна с точки зрения специфики продовольственного сектора, которая проявляется в:<sup>5</sup>

- значительной временной неравномерности предложения и спроса сельскохозяйственные продукты (особенно касается продукции растениеводства, в том числе переработка злаковых, фруктов и овощей);
- низкой транспортабельности и складировании многих сельскохозяйственных продуктов (напр., молоко, мясо, овощи и фрукты);
- многочисленных и независимых промежуточных звеньях во всей цепи поставок «с поля земледельца к столу потребителя», что вызывает опасность нарушений в поступлении информации, что приводит к чрезмерным запасам, возрастающим на вершине цепи поставок.

Анализируя потоки продовольствия, не следует забывать, что динамично развивается канал продаж посредством Интернета. Эксперты рынка подтверждают, что электронного бизнеса не удастся избежать. Развитие этой формы продаж в больших торговых сетях – всего лишь вопрос времени. Аналитики рынка, однако, обращают внимание, что хороший продовольственный e-магазин – это серьёзная инвестиция и огромный вызов.<sup>6</sup> Согласно А. Гурницкой, председателю исследовательской фирмы Inquigu: «Даже поверхностное знакомство с предложением e-коммерции показывает, что торговля продовольственными товарами не поспевает за развитием в иных продуктовых категориях. Это происходит потому, что в случае продуктов этого типа – а в особенности свежих – интернет-торговля требует совершенной логистики и приспособляемости к требованиям клиента. Это как раз логистика является главным препятствием в развитии e-коммерции. Есть ситуации, когда клиент не готов ожидать доставки 3-4 дня.»<sup>7</sup>

Соответствующая организация сферы логистики, учитывающая специфику продовольственного сектора, может обеспечить соответствующее качество пищевых продуктов. Это важно, ибо, как показывают многочисленные исследования состояния потребительских польских домашних хозяйств, качество продукта, как фактор, играет ключевую роль при закупке пищевых продуктов, а требования потребителей к качеству продовольствия постоянно возрастают.

Логистика транспортировки пищевых продуктов будет предметом анализа в дальнейшей части статьи. Это не будет подробный анализ с точки зрения того, что каждая из сфер продовольственного хозяйства имеет свои специфические условия и логистические требования. В столь кратком исследовании невозможно подробно представить организацию сферы логистики в отдельных видах хозяйственной деятельности. Организация сферы логистики, как известно, выглядит по-разному на предприятиях, занимающихся животноводческим и растениеводческим производством.<sup>8</sup> В статье будет проанализирована подсистема логистики, связанная с перемещением (транспортировкой) грузов. В статье не рассматривается подсистема логистики, связанная со складированием запасов.

<sup>1</sup> там же с. 32.

<sup>2</sup> A. Wojciechowski, *Agrologistyka – nowy wymiar działań w logistyce*, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 14.

<sup>3</sup> B. Klepacki, *Agrologistyka ...*, op. cit., s. 13.

<sup>4</sup> *Agrologistyka coraz bardziej popularna...*, op. cit., s. 32.

<sup>5</sup> B. Klepacki, *Agrologistyka ...*, op. cit., s. 13.

<sup>6</sup> M. Bożym, *Wyzwanie dla h@ndlu*, „Rynek Spożywczy” 2013, nr 1 (30), s. 35.

<sup>7</sup> A. Górnicka, *E-handel żywnością to duże wyzwanie*, „Rynek Spożywczy” 2013, nr 1 (30), s. 36.

<sup>8</sup> На это обращает внимание М. Винцевич в разработке *Agrobiznes a logistyka*, *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu* 2007, nr 1173, s. 364.



**3.Транспортировка и качество пищевых продуктов.** В процессе производства и распределения продовольствия появляется необходимость перемещения разнообразных грузов. Чёткость продовольственных потоков в большой степени зависит от соответствующей организации и оснащения предприятий транспортными средствами и приспособлениями. Организация транспортировки в пищевом хозяйстве сложна с точки зрения разнородности его звеньев. В литературе подчёркивается, что разнородность грузов и глобальная перевозимая масса огромны. Авторы<sup>1</sup> из ГПСХ в Варшаве обращают внимание, что специфический характер производства в сельском хозяйстве приводит к тому, что особо важное значение в его организации имеют процессы транспортировки. Они прямо пишут, что в случае аграрного хозяйства последнее «помимо воли» является транспортной единицей, поскольку очень много действий связано с перемещением как внутри хозяйственных объектов, так и вне их в масштабе хозяйства и окрестностей.

Специфический характер сельского хозяйства становится причиной того, что транспортировка отличается чертами, характерными для этого вида хозяйства:<sup>2</sup>

- перевозки усиливаются в период агротехнических сезонов, что следует из накопления работ и необходимости перемещения в короткое время значительного количества грузов;
- транспортировка осуществляется не всегда специализированными машинами, приспособленными к конкретному виду продукции. в транспортировке имеет место скорее использование универсальных средств перевозки, которые адаптируются в зависимости от текущих нужд;
- в транспортировке имеет место неполное использование транспортных средств с точки зрения объёма или грузоподъёмности;
- масса транспортируемых грузов характеризуется большой разнородностью физико-химических особенностей, особенно плотности;
- перемещение перевозимой массы происходит вообще по дорогам низкого качества, что является причиной транспортировки на ограниченной скорости;
- с точки зрения периодичного характера транспортных услуг, отмечается явление неэффективного использования транспортных средств;
- в транспортировке выступают ценовые барьеры, касающиеся механизации многих перегрузочных работ, что приводит к ручному их выполнению;
- особенно в хозяйствах многоотраслевых существует большое количество и разнородность факторов, влияющих на подбор транспортных средств;
- управление транспортными процессами, особенно в малых хозяйствах, происходит обычно на основе интуиции собственника и его опыта;
- готовность крестьян организовываться в рабочие группы с целью улучшения транспортных процессов и снижения расходов, связанных с наличием машин, является недостаточной.

Н. Идашевска сообщает, что потери продовольствия по причине неправильных условий транспортировки достигают 30 %, что соответствует очень большим финансовым потерям. Количество продовольствия, перевозимого в мире автомобильным транспортом, достигает 162 млн тонн в год, и считается, что половина требует транспортировки в контролируемом температурном режиме. В Польше зарегистрировано около 60000 изотермических, охлаждающих автомашин и холодильников.<sup>3</sup>

Правильное осуществление транспортировки сельскохозяйственно-пищевых продуктов, таким образом, чтобы её предмет не потерял своей ценности и качества, зависит от многих факторов.

В 2010 г. в США Н. Аркли, А. Сертка, Р. Ланге проводили исследования, нацеленные на выявление списка факторов, ведущих к нарушению безопасности продовольствия во время транспортировки. Экспертная группа создала список 15 факторов, увеличивающих риск появления физических, химических и микробиологических повреждений при перевозке сельскохозяйственно-пищевых продуктов, из которых 5 факторов признаны ведущими и чаще проявляющимися. Это следующие опасные факторы сельскохозяйственно-пищевых продуктов при транспортировке:<sup>4</sup>

1. Неправильное охлаждение/заморозка или отсутствие контроля температуры.
2. Неправильное управление транспортными единицами или плохие санитарные условия на складах.
3. Неправильная подготовка продуктов (упаковка; европалеты, совокупная упаковка).
4. Неправильный способ погрузки.
5. Неправильный способ разгрузки.

<sup>1</sup> B. Klepacki, M. Wysokiński, S. Jarzębowski, *Transport w gospodarstwie rolnym jako źródło kosztów logistycznych*, „Logistyka” 2013, nr 2, s. 25.

<sup>2</sup> там же, с. 26-27.

<sup>3</sup> N. Idaszewska, K. Bieńczyk, *Przewóz środków spożywczych zgodnie z najnowszą wersją umowy ATP*, „Logistyka” 2011, nr 5., s.61. Авторы представили также классификацию автомобилей для перевозки продуктов согласно Договору ATP и их характеристику (там же, с. 62).

<sup>4</sup> Cytowane za I. Lipińska, *Identyfikacja i prawne instrumenty zapobiegania ryzyka w transporcie produktów rolno-spożywczych (cz.1)*, „Logistyka” 2011, nr 6, s.72-73.

6. Недостаточное обеспечение отдельных элементов груза (отсутствие упаковок для товара, сопроводительных документов и т. п.).
7. Слабый контроль повреждения товара и появления вредителей.
8. Отсутствие переподготовки водителей и наблюдателей; слабые знания на тему гигиены средств транспортировки.
9. Несоответствующая конструкция средств транспортировки.
10. Неправильная защита товаров (щели в дверях, конденсат, протекающая кровля и т. п.).
11. Ненадлежащая гигиена работников, обслуживающих транспорт.
12. Неправильно применяемые принципы безопасности и гигиены труда.
13. Неправильные методы распоряжения продуктами, предназначенными для утилизации.
14. Неправильное перемещение товаров, ожидающих погрузки или контроля, в том числе оставление товара без укрытия и т. п.
15. Отсутствие возможности отслеживания (traceability) и мониторинга пищевых продуктов.

Особое значение в организации транспортировки имеет человеческий фактор, так как чаще всего его воздействие или его игнорирование приводит к появлению недостатков при выполнении перевозок.

На предприятиях, оказывающих транспортные услуги, важнейшим звеном является водитель, выступающий как представитель перевозчика в месте загрузки и выгрузки товаров. На него возлагается множество обязанностей. Водитель, принимая товар к перевозке, должен проверить температуру и состояние груза и упаковки, а после подписания накладной, в случае отсутствия замечаний, ответственность за груз возлагается на перевозчика. Водитель должен проверить соответствие показаний холодильного агрегата температуре, указанной в накладной, так как могут начаться необратимые процессы для груза, если водитель установил неправильную температуру охлаждения на холодильном агрегате.<sup>1</sup>

Транспортировка продовольствия является очень важным элементом в цепи логистики и одновременно сложной для реализации задачей как в случае собственных перевозок, так и перевозок, осуществляемых внешними перевозчиками. В транспортировке могут оказаться продукты различного характера. Особенно трудна организация перевозки скоропортящейся продукции, на которую распространяются многочисленные правовые предписания. Некоторые группы пищевых продуктов требуют применения во время транспортировки пониженных температур с целью приостановления нежелательных качественных изменений, а перевозка иных продовольственных товаров требует применения отрицательных температур. Действующие юридические положения предусматривают обеспечение качественной безопасности перевозимых сельскохозяйственно-пищевых продуктов.<sup>2</sup>

Организация сферы логистики в области транспортировки продовольствия зависит от выполнения ряда требований, содержащихся в правовых положениях. Перевозки продовольствия в автомобильном транспорте регулируются положениями Договора АТР<sup>3</sup>, которые позволяют ограничить угрозу потребительской безопасности и обеспечить качество перевозимых грузов. Действующий в мире с 1970 г. Договор АТР в Польше был подписан в 1984 г. Он определяет максимальные температуры во время транспортировки охлажденных и замороженных продовольственных товаров (также и глубокой заморозки), классификацию автомобилей для перевозок продовольствия и методы изучения и маркировки этих автомобилей. Многочисленные дополнения к Договору АТР являются результатом развития продовольственных технологий и изменений пищевых привычек потребителей.<sup>4</sup>

Таблица 1 представляет температурные условия перевозки отдельных продовольственных товаров согласно дополнению Договора АТР от 11 ноября 2012 года.

Таблица 1

**Температурные условия перевозки отдельных продовольственных товаров согласно дополнению к Договору АТР от 11.11.2012 года.**

Продовольственные товары	Температура [°C]
<b>Замороженные и быстро (глубоко) замороженные</b>	
Мороженое	-20
Замороженная или быстро (глубоко) замороженная рыба, рыбные продукты, моллюски, ракообразные и другие быстро (глубоко) замороженные пищевые продукты	-18
Все другие замороженные продукты (за исключением масла)	-12
Масло	-10
<b>Охлажденные товары</b>	
Сырое молоко <sup>1</sup>	+6
Красное мясо <sup>2</sup> и дичь (крупные животные) за исключением ливера	+7

<sup>1</sup> L. Filina-Dawidowicz, K. Wienconek, Wybrane zagadnienia związane z przewozami ładunków szybko psujących się na terenie Unii Europejskiej, „Logistyka” 2013, nr 4, s.58.

<sup>2</sup> Например, И. Липиньска представляет правовые требования транспортировки животных (Prawne aspekty transportu zwierząt w Polsce i UE, „Logistyka” 2012, nr 1.)

<sup>3</sup> Umowa ATP (Dz. U. z 1984 r., nr 49, poz.254).

<sup>4</sup> N. Idaszewska, K. Bieńczyk., *Przewóz środków spożywczych...*, op. cit., s.61.

Мясные продукты <sup>3</sup> , пастеризованное молоко, свежие молочные продукты (йогурты, кефир, сметана, свежий сыр <sup>4</sup> ), готовые к употреблению вареные продукты (мясо, рыба, овощи), готовые к употреблению сырые овощи и продукты из овощей <sup>5</sup> , концентраты фруктовых соков и рыбные продукты <sup>3</sup> , не названные ниже	+6 или другая, показанная на ярлыке и/или в накладных документах
Дичь (за исключением крупных животных), птица <sup>2</sup> и кролики	+4
Ливер <sup>2</sup>	+3
Фарш <sup>2</sup>	+2 либо другая, показанная на ярлыке и/или в накладных документах
Непереработанная рыба, моллюски и ракообразные <sup>6</sup>	В тающем льду или в температуре тающего льда

Источник: Цит. по: L. Filina-Dawidowicz, K. Wienconek, Wybrane zagadnienia związane z przewozami ładunków szybko psujących się na terenie Unii Europejskiej, „Logistyka” 2013, nr 4, s.58.

1. Если молоко принимается от хозяйства для немедленной переработки, температура вовремя переработки может возрасти до +10 °С.
2. Все их продукты переработки (в любом виде).
3. За исключением продуктов в стабилизированном состоянии методом соления, копчения, сушения или стерилизации.
4. «Свежий сыр» означает незрелый сыр, готовый к употреблению непосредственно после производства и который имеет ограниченный срок годности.
5. Сырые овощи, порезанные кубиками, ломтями или измельченные иначе, но за исключением тех, которые были только помыты, перебраны или разрезаны пополам.
6. За исключением живой рыбы, живых моллюсков и ракообразных.

Договор АТР не охватывает всех видов продовольственных грузов. При разработке условий перевозки замороженных и охлажденных продуктов не принимались во внимание заявленные в Договоре температурные условия перевозки фруктов и замороженных овощей с точки зрения их зависимости от многих факторов: вида, степени зрелости, вида упаковки, наличия контролируемой атмосферы до либо после перевозки и т.п. В случае отсутствия предписаний относительно условий перевозки продовольственных грузов перевозчики должны руководствоваться предписаниями производителя. Вообще грузы должны помещаться внутри чистого прицепа и быть соответственно защищены, чтобы во время перевозки не подверглись повреждению. Кроме того, размещение товаров должно обеспечивать правильную циркуляцию охлажденного воздуха внутри прицепа.<sup>1</sup>

Транспортные предприятия, которые оказывают услуги перевозок, очень заботятся о качестве перевозки грузов, поскольку оно является основным фактором их конкурентоспособности. Они заботятся о соблюдении требуемых температурных условий посредством регистрации температуры на термографе, регулярной проверки работы агрегата водителями. Погрузчик, который желает дополнительно проверить, соблюдались ли условия перевозки на всём маршруте следования, может поместить в грузе переносные индикаторы или термометры, регистрирующие температуру перевозки. Индикатор является устройством, которое позволяет регистрировать изменения желаемой температуры перевозки продукта внутри транспортного средства. Производитель продовольствия без ведома перевозчика помещает индикатор в прицеп или прикрепляет непосредственно к продукту. Включенный индикатор реагирует на изменения температуры окружающей среды на протяжении установленного времени и сигнализирует об этом посредством изменения своего цвета. Величина реального отклонения температуры перевозки отражается в интенсивности цвета. Достоинством таких одноразовых индикаторов является их невысокая стоимость и маленький размер.<sup>2</sup>

Транспортировка сельскохозяйственно-пищевых продуктов как звено цепочки поставок может сопровождаться многими опасностями. Предприятие, деятельность которого предусматривает транспортировку продовольствия, должно соблюдать ряд требований. Наибольшее значение при осуществлении перевозок имеет соблюдение условий гигиены, понимание её важности и потребности в её применении как предпринимателями, так и фактическими исполнителями.

### Список использованных источников

1. Agrologistyka coraz bardziej popularna, Rozmowa Iwo Nowaka z Karolem Wajszczukiem „Logistyka” 2012, nr 4, s. 32–33.
2. Baran J., Logistyka w przedsiębiorstwach agrobiznesu, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 17–22.
3. Bożym M., Wyzwanie dla h@ndlu, „Rynek Spożywczy” 2013, nr 1 (30), s. 35–36.
4. Filina-Dawidowicz L., Wienconek K., Wybrane zagadnienia związane z przewozami ładunków szybko psujących się na terenie Unii Europejskiej, „Logistyka” 2013, nr 4, s. 57–60.
5. Górnicka A., E-handel żywnością to duże wyzwanie, „Rynek Spożywczy” 2013, nr 1 (30), s. 36.

<sup>1</sup>L. Filina-Dawidowicz, K. Wienconek, Wybrane zagadnienia związane z przewozami ładunków szybko psujących się na terenie Unii Europejskiej, „Logistyka” 2013, nr 4, s. 57.

<sup>2</sup>Там же с. 59–60.

6. Idaszewska, N., Bińczak K., Przewóz środków spożywczych zgodnie z najnowszą wersją umowy ATP, „Logistyka” 2011, nr 5, s. 61–63.
7. Jerzak, M. A., Współczesna giełda towarowa w światowym agrobiznesie (cz. 1), „Logistyka” 2011, nr 6, s. 69–70.
8. Klepacki, B., Agrologistyka – nowe wyzwanie dla nauki i praktyki, „Logistyka” 2011, nr 3, – s.12–13.
9. Klepacki, B., Rokicki T., Logistyka w przedsiębiorstwach przetwórstwa owoców i warzyw, „Logistyka” 2011, nr 3, s. 26–29.
10. Klepacki, B., Wysokiński M., Jarzębowski S., Transport w gospodarstwie rolnym jako źródło kosztów logistycznych, „Logistyka” 2013, nr 2, s. 25–27.
11. Lipińska, I., Identyfikacja i prawne instrumenty zapobiegania ryzyka w transporcie produktów rolno-spożywczych (cz.1), „Logistyka” 2011, nr 6, s.72–73.
12. Lipińska, I., Prawne aspekty transportu zwierząt w Polsce i UE, „Logistyka” 2012, nr 1, – s. 56–57.
13. Niewiadomski, K., Agrobiznes. Podstawowe zagadnienia z elementami marketingu, WSiFZ w Białymstoku, Białystok 2003.
14. Omieciuch, J. Systemy informacyjne a logistyka produktów żywnościowych (w:) Sprawność informacyjna rynku produktów żywnościowych (red.) K. Meredyk, E. Zalesko, Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, Białystok 2011.
15. Suchoń, A., Grupy producentów rolnych jako instrument rozwoju agrologistyki na rynku owoców i warzyw, „Logistyka” 2013, nr 3, s. 62–64.
16. Szymczak, M., Współczesne tendencje rozwojowe łańcuchów dostaw produktów żywnościowych, „Logistyka” 2011, nr 5, s.7–10.
17. Wincewicz, M., Agrobiznes a logistyka, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu 2007, nr 1173, s. 359–366.
18. Wojciechowski, A., Agrologistyka – nowy wymiar działań w logistyce, „Logistyka” 2011, nr 3, s.14–16.
19. Woźniak L., Ziółkowski B., Dziedzic S., Uwarunkowania i potrzeba integracji przedsiębiorstw sektora rolno-żywnościowego w warunkach dominacji korporacji globalnych, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu 2007, nr 1173, – s. 377–382.

# МАДЭЛЯВАННЕ НАЙПРОСТЫХ ВЫПАДКАЎ ЛАГІСТЫЧНАГА ЎЗАЕМАДЗЕЙННЯ З ДАПАМОГАЙ ANYLOGIC

**Д.А. Пракаповіч**

канд. экан. навук, дацэнт

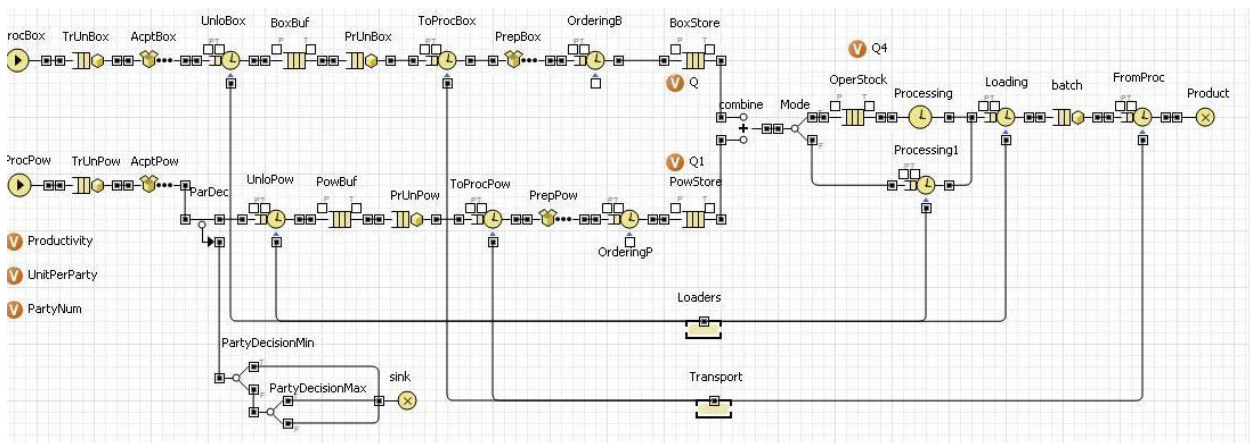
*Сібірскі дзяржаўны аэракасічны ўніверсітэт  
імя акадэміка М.Ф. Решетнёва,*

*Расія, Краснаярск*

Сучасны падыход да арганізацыі прамысловай вытворчасці часта знаходзіць мэтазгодным вылучэнне лагістычных магутнасцяў (ўнутрывытворчага транспарту, складскіх памяшканняў і збудаванняў, сродкаў механізацыі і персаналу) у самастойны дывізіён, які абслугоўвае ўсе ўчасткі вытворчасці, пастаянна пераразмяркоўваючы свае сродкі працы ў адпаведнасці з бягучымі патрэбамі гэтых ўнутраных кліентаў.

Перавагай такога падыходу з'яўляецца павышэнне ўзроўню выкарыстання лагістычных магутнасцяў, павелічэнне выпрацоўкі на адзінку капіталу, авансаванага ў транспартна-складскую сістэму прадпрыемства.

Мадэль, якая паказана на малюнку 1, ілюструе дадзеную ідэю.



Малюнак 1. Мадэль лагістычнага забеспячэння вытворчага працэсу

Нейкае вытворчае прадпрыемства збірае некаторы тып вырабы, асноўнымі складнікамі якога з'яўляюцца корпус (box) і сілавы агрэгат (power). Абое гэтых камплектуючых пастаўляюцца звонку, на самай жа прадпрыемстве ажыццяўляецца зборка.

Вытворчая магутнасць прадпрыемства вызначаецца аб'ёмам паставак карпусоў ў адзінку часу (усталяўваецца пераменнай Productivity). Пастаўка жа сілавых агрэгатаў падладжваецца пад яе. Абедрэ пастаўкі ажыццяўляюцца партыямі.

Калі аб'ём партыі карпусоў з'яўляецца фіксаваным ў зыходным варыянце мадэлі, то колькасць сілавых агрэгатаў, якія пастаўляюцца ў адной партыі, можа змяняцца, што вызначаецца пераменнай UnitPerParty. Мадэль дае магчымасць карэктаваць частату паставак сілавых агрэгатаў з дапамогай алгарытму кіравання пераменнай PartyNum, якая і вызначае гэтую частату.

Пасля прыёмкі (acceptance) і «распакавання» партыі сілавых агрэгатаў аб'ектам "AcptPow" з дапамогай аб'екта "ParDec" ініцыюецца працэс прыняцця рашэння аб усталяванні частаты наступнай адпраўкі: ці пакінуць яе на зыходным узроўні адзін, ці павялічыць да двух пры вялікім аб'ёме (зменная Q) вытворчага запаса карпусоў (аб'ект "BoxStore") або скараціць да нуля пры вялікім запасе (зменная Q1) саміх сілавых агрэгатаў (аб'ект "PowStore").

Разгрузка і распакаванне камплектуючых (unloading), якая мадэлюецца аб'ектамі "UnLoBox" і "UnLoPow", патрабуе часу і працы «грузчыкаў». У сілу гэтага дадзеныя аб'екты далучаюцца да адпаведнага рэсурснай пулу "Loaders". Гэтыя ж самыя «грузчыкі» займаюцца пагрузкай скончанай вытворчасцю прадукцыі (аб'ект "Loading"), а таксама дапамагаюць у самым вытворчым працэсе.

Пастаўленыя на прадпрыемства матэрыяльныя каштоўнасці агрэгуюцца аб'ектамі "PrUnBox" і "PrUnPow" ў новыя грузавыя адзінкі, якія транспартуюцца на вытворчы ўчастак (аб'екты "ToProdBox" і "ToProdPow"). Транспартныя магутнасці прадпрыемства (рэсурсны пул "Transport") абслугоўваюць таксама дастаўку гатовай прадукцыі да месца рэалізацыі (аб'ект "FromProc").

Будучы прывезенымі да месца зборкі корпуса і сілавых агрэгаты «распакоўваюцца» з дапамогай аб'ектаў "PrepBox" і "PrepPow". Варта ўлічваць, што ўся колькасць элементаў, якія ўтваралі вытворчую грузоediniцу, пасля «распакавання» працягвае рухацца адначасова. Інакш кажучы, адсутнічае якой-небудзь часовы інтэрвал паміж рухам двух адзінак гэтага патоку.

Такое палажэнне не адэкватна рэальнасці і непрымальна для мадэлявання, таму элементы дадзенай «пачкі» неабходна паставіць адзін за адным, хай нават прамежак часу паміж дзвюма суседнімі нарыхтоўкамі будзе калі заўгодна малы. Дасягаецца такая ординалізацыя патоку з дапамогай фіктыўнага абслугоўвання аб'ектамі "OrderingB" і "OrderingP". Асаблівасцямі гэтых аб'ектаў з'яўляецца «мікраскапічны» час абслугоўвання заяўкі і нулявая патрэба ў рэсурсах (таму іх можна не звязваць з якім-небудзь рэсурсавым пулам).

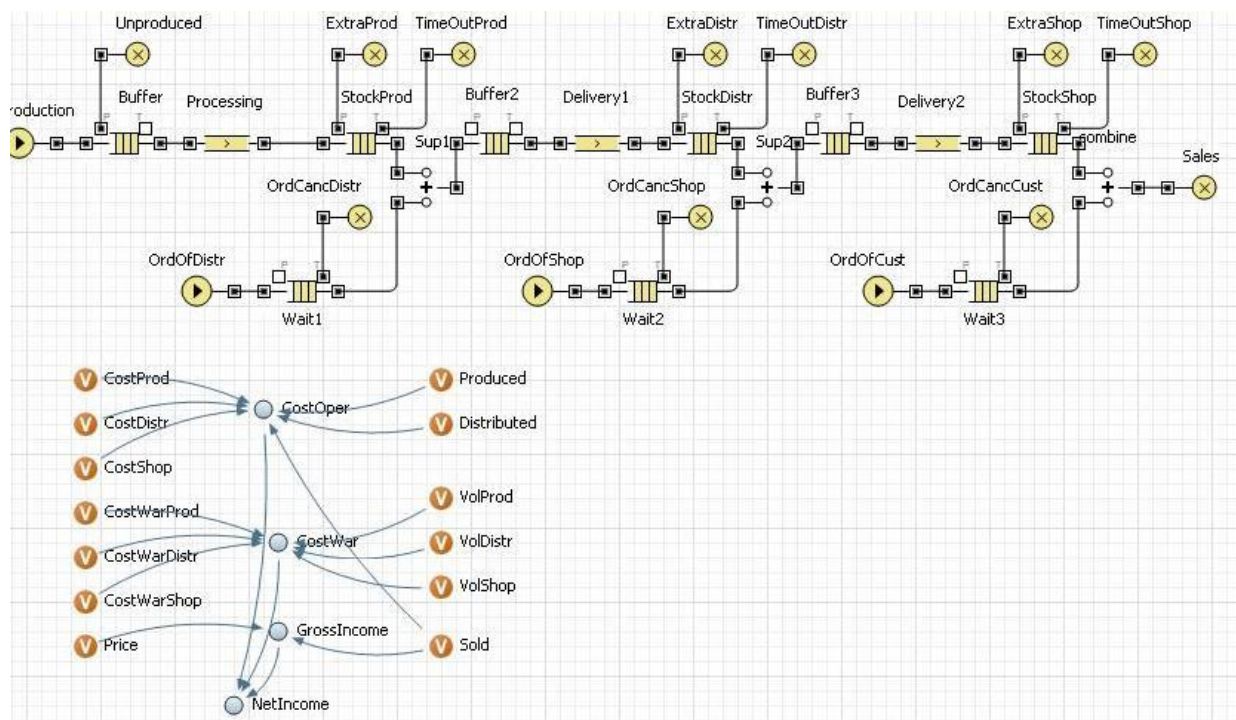
Ординалізаваныя патокі карпусоў і сілавых агрэгатаў «спалучаюцца» аб'ектам "combine" у машынакамплекты, якія трапляюць пасля неабходнага чакання (аб'ект "OperStock") на зборку (аб'ект "Processing").

Існуе і альтэрнатыўны варыянт зборкі (аб'ект "Processing1"), які ўжываецца ў пікавых выпадках: прыцягненне да зборачных аперацый часова свабодных супрацоўнікаў лагістычнай службы («грузчыкаў»). Яны, вядома, працуюць не гэтак прадукцыйна, чым «штатныя» працоўныя, – час затрымкі ў аб'екта "Processing1" крыху больш, чым у аб'екта "Processing".

Перанакіраванне чарговага машынакамплекта на «пазаштатную» зборку ажыццяўляецца аб'ектам "Mode" тады, калі велічыня аперацыйнага запasu, якая падлічваецца пераменнай Q4, дасягне некаторага ліміта.

На апісаную мадэль руху матэрыяльнага патоку надбудоўваецца эканамічная мадэль з мэтавым паказьнікам прыбытку.

Наступная мадэль (малюнак 2) у найпростым выглядзе ілюструе магчымасці кіравання патокам каштоўнасці ад моманту з'яўлення яго матэрыяльнага носбіта аж да спажыўца.



Малюнак 2. Найпростая мадэль ланцугу паставак

- Ёсць наступныя звёны ланцуга пастаўкі:
- вытворца (Producer);
  - аптовая сетка (Distributor);
  - раздробная сетка (Shop);
  - сукупнасць спажыўцоў (Customer).

Сярэдняя інтэнсіўнасць праходжання матэрыяльнага патоку аднолькавая, аднак вытворчасць генеруе параўнальна вялікія партыі прадукцыі з невялікай частатой, гандлёвая сетка закупляе партыі паменш, але часцей, спажывец ж робіць закупкі паштучна, але з максімальнай частатой.

Створаныя аб'ектам "Production" элементы яшчэ не з'яўляюцца вырабленымі таварамі. Іх можна ўспрымаць як некаторыя заказы на выраб вырабаў.

З характарыстык самога выпворчага працэсу нас у дадзенай мадэлі цікавіць толькі час, таму мэтазгодна падаць яго ў мадэлі аб'ектам тыпу «канвеер» "Processing".

Скончаныя выпворчасцю вырабы змяшчаюцца на склад гатовай прадукцыі "StockProd", дзе чакаюць замовы аптавіка. Калі ж паток такіх заказаў недастатковы, то адбываецца перапаўненне склада або выбыццё тавару па таймаўту. Такім чынам, тавар знікае, і выдаткі на яго выраб застаюцца некампенсаванымі. Аналагічная сітуацыя з невытворчым расходаваннем тавару мае месца і ў аптовых і рознічных гандляроў.

Кожны тып кліентаў – аптавікі, раздробны сеціва і спажыўцы – таксама гатовыя чакаць тавар на працягу абмежаванага часу (сыход па таймаўту на "OrdCancDistr", "OrdCancShop", "OrdCancCust").

Прададзеныя аптавіку тавары дастаўляюцца на яго склад на працягу некаторага часу (аб'ект "Delivery1"), па заканчэнні якога становяцца даступнымі для замовы розніцы. Аналагічным чынам тавары дастаўляюцца і ў крамы (аб'ект "Delivery2").

Выніковае завяршэнне матэрыяльнага патоку мадэлюецца аб'ектам "Sales".

На аснове прадстаўленай мадэлі руху матэрыяльнага патоку распрацавана эканамічная мадэль, выніковым паказьнікам якой з'яўляецца чысты прыбытак, спараджальны ланцюгом паставак. Даход-брута вызначаецца традыцыйна – творама цэны (пераменная Price) на аб'ём рэалізацыі (Sold).

Выдаткі жа дзеляцца на выпворчыя (CostOper) і складскія (CostWar). Кожнае звяно ланцуга пастаўкі дадае свае выпворчыя выдаткі (CostProd, CostDistr і CostShop), але толькі ў адносінах да той колькасці вырабаў, якое да яго дайшло (Produced, Distributed, Sold).

Складскія выдаткі разлічваюцца як твор кошту адзінкі захоўвання ў тым ці іншым звяне (CostWarProd, CostWarDistr, CjstWarShop) на аб'ём адпаведнага склада. Такі разлік адрозніваецца ад зыходнага варыянту мадэлі Вільсана, але ўяўляецца апраўданым, паколькі большая частка складскіх выдаткаў (амартызацыя, ацяпленне, ахова, падаткі і інш.) не залежыць ад ступені запоўненасці складскіх памяшканняў.

Развіваць гэтую мадэль можна ў напрамку стварэння зваротных сувязяў, ператвараючы яе тым самым з выштурхоўваючай ў выцягваюць, а таксама задаючы нераўнамернасць генерацыі замоў у розных звёнах ланцугу паставак.

### Спіс выкарыстаных крыніц

1. Бочкарёв, А.А. Планирование и моделирование цепи поставок / А.А. Бочкарёв. – СПб.: СПбГИЭУ, 2007. – 330 с.
2. Иванов, Д.А. Управление цепями поставок / Д. А. Иванов. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 660 с.
3. Карпов, Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5 / Ю. Карпов. – СПб.: БХВ-Петербург, 2006. – 400 с.
4. Кобелев, Н. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем / Н. Кобелев. – М.: Дело, 2003. – 336 с.

# НАХОЖДЕНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПА «ЗОЛОТОГО» СЕЧЕНИЯ

Т. Титова,  
студент

Научный руководитель: **О.Ю. Кунцевич**, канд. пед. наук, доцент  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В Древней Греции изучение сущности прекрасного сформировалось в самостоятельную ветвь науки – эстетику, которая у античных философов была неотделима от космологии. Тогда же роилось представление о том, что основой прекрасного является гармония. Одним из универсальных закономерностей гармонии является принцип «золотого» сечения. Принято считать, что понятие о принципе «золотого» сечения ввел в научный обиход Пифагор, древнегреческий философ и математик. В эпоху Возрождения усиливается интерес к «золотому» сечению среди ученых и художников в связи с его применением, как в геометрии, так и в искусстве, особенно в архитектуре Леонардо да Винчи. В это же время появляется книга монаха Луки Пачоли «Божественная пропорция» с блестяще выполненными иллюстрациями. Книга была восторженным гимном принципу «золотого» сечения.

**Определение золотого сечения.** С древних времен человек старался объяснить существование мира, окружающего его, понятным для себя языком. В древности считалось, что при создании мира боги следовали определенным правилам и закономерностям. Одна из таких закономерностей – «золотое», или божественное, сечение.

«Золотое» сечение (золотое деление) – это такое пропорциональное деление отрезка на части, при котором весь отрезок так относится к большей части, как сама большая часть относится к меньшей. Другими словами, меньший отрезок так относится к большему, как больший ко всему отрезку. [1, с. 15]

Для практических целей считают  $\varphi = 1,618$  или  $\varphi = 1,62$ . В процентном округленном значении золотое сечение – это деление какой-либо величины в отношении 62 % и 38 %.

**Области применения золотого сечения** [2]. *Музыка.* В 1925 г. Российский музыковед Сабанеев Л. Л. в своей статье «Этюды Шопена в освещении золотого сечения» показал, что отдельные временные интегралы музыкального произведения, как правило, находятся в соотношении «золотого» сечения. Анализ огромного числа музыкальных произведений позволил Сабанееву Л.Л. сделать вывод о том, что его кардинальные части, разделенные «вехами», образуют ряды «золотого» сечения. Такая организация произведения соответствует наиболее экономному восприятию массы отношений в музыкальном произведении и поэтому производит впечатление наивысшей «стройности» формы. По мнению Сабанеева Л.Л., количество и частота использования золотого сечения в музыкальной композиции зависит от «ранга композитора». Наиболее высокий процент совпадений отмечается у гениальных композиторов.

*Скульптура.* Известно, что еще в древности основу скульптуры составляла теория пропорций. Отношения частей человеческого тела связывались с формулой золотого сечения. Пропорции “золотого сечения” создают впечатление гармонии красоты, поэтому скульпторы использовали их в своих произведениях. Скульпторы утверждают, что талия делит совершенное человеческое тело в отношении “золотого сечения”. Так, например, знаменитая статуя Аполлона Бельведерского состоит из частей, делящихся по золотым отношениям. Великий древнегреческий скульптор Фидий часто использовал “золотое сечение” в своих произведениях. Самыми знаменитыми из них были статуя Зевса Олимпийского (которая считалась одним из чудес света) и Афины Парфенос.

*Живопись.* В книгах о «золотом» сечении можно найти замечание о том, что в архитектуре, как и в живописи, все зависит от положения наблюдателя, и что, если некоторые пропорции в здании с одной стороны кажутся образующими «золотое» сечение, то с других точек зрения они будут выглядеть иначе. «Золотое» сечение дает наиболее спокойное соотношение размеров тех или иных длин.

*Архитектура.* Одним из красивейших произведений древнегреческой архитектуры является Парфенон (V в. до н. э.). Он имеет 8 колонн по коротким сторонам и 17 по длинным, выступы сделаны целиком из квадратов пентилейского мрамора. Отношение высоты здания к его длине равно коэффициенту золотого сечения, то есть 0,618. Другим примером из архитектуры древности является Пантеон.

*Экономика.* В первой половине 20-го века принцип золотого сечения получает неожиданное применение в экономической науке. В этот период американский бухгалтер и экономист Ральф Эллиотт выразил оригинальную теорию, которая имеет отношение к колебаниям цен на фондовом рынке. Эти исследования



получили в современной науке название «Волновая теория Эллиотта». По мнению ученого, человек является природным объектом ничуть не меньше, чем Солнце или Луна, и его деятельность, выраженная языком цифр, также является предметом анализа. Основная идея Эллиотта Р. выражена в следующих словах: «Все человеческие действия имеют три особенности, модель, время и отношение и все они подчиняются числам Фибоначчи». [5]

**Числа Фибоначчи.** Леонардо из Пизы, известный как Фибоначчи, был первым из великих математиков Европы позднего Средневековья. Он много путешествовал по Востоку, познакомил Европу с арабскими цифрами. В 1202 г вышел в свет его математический труд «Книга об абаке» (счетной доске), в которой были собраны все известные на то время задачи. Одна из задач гласила:

*Человек посадил пару кроликов в загон, окруженный со всех сторон стеной. Сколько пар кроликов за год может произвести на свет эта пара, если известно, что каждый месяц, начиная со второго, каждая пара кроликов производит на свет одну пару?*

Размышляя на эту тему, Фибоначчи выстроил ряд цифр:

1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144,...

Иными словами, число пар кроликов создает ряд, каждый член в котором – сумма двух предыдущих. Он известен как *ряд Фибоначчи*, а сами числа – *числа Фибоначчи*. [3]

**Связь чисел Фибоначчи с золотым сечением.** Ряд чисел 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55 и т.д. известен как ряд Фибоначчи. Особенность последовательности чисел состоит в том, что каждый ее элемент, начиная с третьего, равен сумме двух предыдущих, а отношение смежных чисел ряда приближается к пропорциям золотого сечения (результат округлен до тысячных):

$1:2=0,5$ ;  $2:3=0,667$ ;  $3:5=0,6$ ;  $5:8=0,625$ ;  $8:13=0,615$ ;  $13:21=0,619$ ;  $21:34=0,618$ ;  $34:55=0,618$ , ...

Ряд Фибоначчи мог бы остаться только математическим казусом, если бы не то обстоятельство, что все исследователи неизменно приходили к этому ряду как к арифметическому выражению принципа золотого сечения. [3, с. 250]

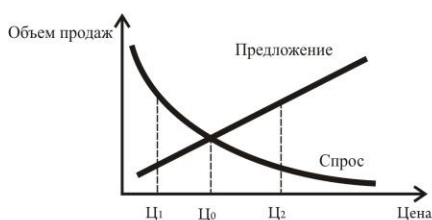
**Числа Фибоначчи в различных отраслях экономики.** Принципы «золотого» сечения и построения чисел ряда Фибоначчи легли в основу многих экономических теорий: волновой теории Эллиота, которая нашла большое применение на фондовом рынке; теории финансовой устойчивости, изучаемой в кредитной сфере; финансовой экономике, при обосновании распределения затрат предприятия; складской и распределительной логистике [4, с. 470–472].

**«Золотое» сечение и числа Фибоначчи в логистике.** Остановимся на оптимизации экономических процессов на основе принципа «золотого» сечения и чисел Фибоначчи, обоснованной учеными А.И. Ивановым и А. Харитоновым в своих исследованиях [5, 6]. Обоснуем применение методики для различных видов логистической деятельности

В процессе купли-продажи всегда устанавливаются конкурентные отношения между продавцом и покупателем: продавец стремится продать товар дороже, покупатель – купить его дешевле. В итоге находится та цена для товара, которой и заканчивается процесс купли-продажи.

Такая ситуация и есть рынок, в котором имеет место зависимость «спрос-предложение». Графически она изображена на следующем рисунке:

На рисунке 1 точка  $C_0$  – точка равновесия, в которой предложение продавцов полностью удовлетворяет спрос покупателей и наоборот, а на рынке наблюдается максимальное число продаж.



**Рис 1.** Оптимальная цена, при которой на рынке наблюдается максимальное число продаж

Классическая схема торга выглядит таким образом:

1) Продавец продает товар по цене  $C_2$ . Покупатель пробует снизить цену и определяет альтернативную цену  $C_1$ .

2) Продавец в свою очередь может как согласиться с новой ценой  $C_1$ , а может определить свою цену –  $C_{22}$ , причем  $C_1 < C_{22} < C_2$ .

Указанная процедура торга должна закончиться в точке  $C_0 \in [C_1; C_2]$ .

На основе исследований продаж различных товаров с применением схемы купли-продажи при наличии торга, авторами методики выявлено, что  $C_2 / C_1 = \varphi$ , где  $\varphi$  – коэффициент «золотого» сечения.

В результате математических вычислений, авторы методики получили формулу для определения искомой равновесной цены  $C_0$ :

$$C_0 = \left(1 - \frac{1}{\varphi}\right) C_1 + \frac{1}{\varphi} C_2, \quad (1)$$

где  $\varphi$  – коэффициент «золотого» сечения.

**Рассмотрим применение методики нахождения равновесной цены для расчета точки безубыточности функционирования логистической системы.**

В процессе планирования производственной деятельности предприятию, входящему в логистическую систему, необходимо решить следующие задачи [7, с. 15-16]:

- какой объем продукции необходимо производить, чтобы не только покрыть все затраты на производство, но и получить прибыль;
- какая цена должны быть установлена на реализуемую продукцию;
- на каком уровне необходимо поддерживать затраты, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке.

Специалист по логистике данного предприятия может решить поставленные задачи, рассчитав, так называемую точку безубыточности производства и продажи продукции, то есть точку, которой соответствует объем материалопотока, при котором предприятие покрывает все постоянные и переменные затраты, не имея прибыли.

В стоимостном выражении точка безубыточности определяется по формуле:

$$TR(Q_A) = \frac{FC}{1 - (VC/TR)}, \quad (2)$$

где  $TR(Q_A)$  – оптимальный объем материалопотока в стоимостном выражении;

$FC$  – постоянные затраты, ден. ед.;

$TR$  – выручка предприятия, ден. ед.;

$VC$  – полные переменные затраты, ден. ед.,  $VC = AVC \cdot Q$ ;

$AVC$  – удельные переменные затраты (на ед. материалопотока), ден. ед.;

$Q$  – объем материалопотока, нат. ед. (шт., т и т.п.).

В натуральном выражении материалопоток в точке безубыточности равен

$$Q_A = \frac{FC}{P - AVC},$$

где  $P$  – стоимость (цена, тариф) единицы материалопотока, ден. ед.

Поскольку, согласно методике А.И. Инвануса и А. Харитоновой наилучшая равновесная цена товара (в данном случае – материалопотока) определяется по формуле (1), то формула определения материалопотока в точке безубыточности примет вид:

$$Q_A = \frac{FC}{\left(\left(1 - \frac{1}{\varphi}\right) C_1 + \frac{1}{\varphi} C_2\right) - AVC},$$

где  $\varphi$  – коэффициент «золотого» сечения.

При подстановке соответствующих выражений в формулу (2), получим формулу для определения оптимальной точки безубыточности функционирования логистической системы.

Таким образом, универсальный принцип «золото» сечения находит не только свое отражение в различных видах искусства (музыке, архитектуре, живописи, скульптуре), но и помогает достичь оптимальных результатов, минимизировать затраты и определить наилучшее решение некоторых задач в различных теориях экономики, в частности, рассчитать точку безубыточности функционирования логистической системы.

#### Список использованных источников

1. Лукашевич, И.Г. Математика в природе / И.Г. Лукашевич. – Минск : Белорус. ассоц. «Конкурс», 2013.– 48 с.
2. Золотое сечение / Энциклопедия замечательных людей и идей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.abc-people.com/data/leonardov/zolot\\_sech-txt.htm#1](http://www.abc-people.com/data/leonardov/zolot_sech-txt.htm#1). – Дата доступа: 18.03.2015.
3. Коробко, В. И. Золотое сечение и проблемы гармонии систем / В.И. Коробко. – М.: Изд-во Ассоциации строительных вузов стран СНГ, 1998. – 373 с.
4. Скалина, А. В. Принцип «Золотого» сечения: фондовый рынок, кредитная сфера, логистика / А.В. Скалина // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы : материалы

- междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10–11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 470–472.
5. Иванус, А. И. Торг уместен, но по правилу «золотого сечения» / А. И. Иванус, А.С. Харитонов // Практический маркетинг. – 2002. – № 67. – С. 2–6.
  6. Иванус, А. И. Код да Винчи в бизнесе, или Гармоничный менеджмент по Фибоначчи / А. И. Иванус. – М. : URSS. – 2005. – 101 с.
  7. Антошкина, А. В. Практикум по логистике: учебное пособие / А. В. Антошкина, Е. М. Вершкова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 130 с.

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ РЯДОВ

**А. Ётчик, У. Касьянова,**  
студенты

Научный руководитель: **О.Ю. Кунцевич**, канд. пед. наук, доцент  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*  
*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Математика – великая наука. Мы используем её каждый день, не задумываясь об этом. Считая сдачу при покупке, сравнивая цену на товар. Таких примеров масса. Математика необходима в мелочах, но без неё не обойдёшься и при совершении больших открытий. Математические формулы применяются во многих научных сферах. И в физике, и в астрономии, и в экологии. Без них сложно было бы решить многие задачи. Напрямую связана математика и с экономикой. Сегодня мы рассмотрим данную связь, а именно применение числовых рядов в финансовой экономике и рядов динамики для анализа грузоперевозок в Республике Беларусь.

**Числовым рядом** называется сумма вида

$$\sum_{k=1}^{\infty} u_n = u_1 + u_2 + \dots + u_n + \dots$$

где  $u_1, u_2, \dots$ , называются членами ряда, а  $u_n$  – общим членом ряда.

Наибольшее практическое применение в экономике нашли разложения функций в ряды Тейлора и Маклорена [1, с. ]. Рассмотрим каждый их подробнее и приведем пример их применения в теории финансов.

**Ряд Тейлора** – разложение функции в бесконечную сумму степенных функций.

Если функция  $f(x)$  бесконечно дифференцируемая в некоторой окрестности точки  $x_0$ , то ее можно представить в виде следующей суммы:

$$\sum_{k=0}^{\infty} \frac{f^{(k)}(x_0)}{k!} (x - x_0)^k = f(x).$$

**Ряд Маклорена** – это ряд Тейлора в окрестности точки  $x_0=0$ .

### **Применение числовых рядов в финансах.**

Разложение функций в ряды Тейлора и Маклорена позволяют определять проценты, процентные деньги и процентные ставки, данные при начислении простых и сложных процентов, данные для выполнения стоимостной оценки потоков финансовых платежей, данные для планирования погашения задолженностей, кредитов и ссуд. Методы математического расчета процентной ставки очень важны в сфере финансов и кредита и имеют широкое применение, как в экономической, так и социальной сферах современной жизни.

**Пример.** Применив ряд Тейлора, мы можем привести значения сложных процентов вклада, полученных в результате депозитной операции. Числовые значения:

срок вклада ( $n$ ) = 5 лет;

процентная ставка ( $i$ ) = 13 % годовых.

$$(1+i)^n = 1 + \frac{0,13 \cdot 5}{1!} + \frac{5(5-1)0,13^2}{2!} + \frac{5(5-1)(5-2)0,13^3}{3!} + \frac{5(5-1)(5-2)(5-3)0,13^4}{4!} + \frac{5(5-1)(5-2)(5-3)(5-4)0,13^5}{5!} = 1 + \frac{0,65}{1} + \frac{0,338}{2} + \frac{0,13182}{6} + \frac{0,3427320}{12} + \frac{0,4455515}{20}$$

В следующем проводятся дальнейшие вычисления, чтобы вычислить процентную ставку простых и сложных процентов с учётом темпа инфляции с помощью формулы Фишера [2, с. 4].

**Ряды динамики.** Процесс развития, движения социально-экономических явлений во времени в статистике принято называть динамикой. Для отображения динамики строят ряды динамики, которые представляют собой ряды изменяющихся во времени значений статистического показателя, расположенного в хронологическом порядке. В каждом ряду динамики имеются два основных элемента: 1) период времени; 2) уровни ряда.

В зависимости от задач исследования абсолютный прирост, темп роста и темп прироста могут быть исчислены с использованием переменной базы сравнение (цепной) и постоянной базы сравнения (базисной). Рассмотрим основные показатели рядов динамики. [3]

**Абсолютный прирост** – разность между последующим и предыдущим уровнями ряда, определяется как разность между данным уровнем и уровнем, принятым за базу сравнения:

$$\Delta y = y_i - y_{i-1}.$$

**Темп роста** – отношение уровней ряда динамики, которое выражается в коэффициентах или процентах:

$$T_p = \frac{y_i}{y_{i-1}} \quad T_p = \frac{y_i}{y_{i-1}} \cdot 100\%.$$

**Темпа прироста** характеризует относительную скорость изменения уровня ряда в единицу времени:

$$T_{np} = \frac{\Delta y_i}{y_{i-1}} \quad T_{np} = T_p - 100\%.$$

Проведем анализ динамики грузоперевозок в Республике Беларусь, построив ряды динамики, на основании официальных статистических данных (таблица 1).

Таблица 1

**Перевозки грузов по видам транспорта (тысяч тонн)**

Год	1995	2000	2005	2010	2013	2014	Январь-февраль 2015 г.
Перевезено грузов всеми видами транспорта	424 694	285 415	393 453	455 978	471 210	471 925,7	72 702,6
в том числе:							
трубопроводный	–	131 303	164 646	142 992	134 199	130 589,4	21 947,1
железнодорожный	73 438	88 000	125 097	139 937	140 040	141 408,6	20 233,2
автомобильный <sup>1)</sup>	350 013	64 436	100 685	166 862	192 475	196 128,5	30 499,0
внутренний водный	1 224	1 672	3 011	6 168	4 486	3 758,3	–
воздушный	19	4	14	19	11	40,9	5,3

Источник: [4].

Наибольшую долю от всех грузоперевозок составляют перевозки автомобильным транспортом, наименьшую – воздушным. Как видно из таблицы, в 2014 году перевезено 471,9 млн тонн грузов, что на 0,2 % больше, чем в 2013 году. Поскольку прошло только три неполных месяца 2015 год, то можно только прогнозировать примерный общий годовой объем грузоперевозок. Поэтому для составления рядов динамики мы не будем учитывать показатель января-февраля 2015 года.

Составим ряды динамики для перевозок автомобильным транспортом, высчитав цепные показатели абсолютного прироста и темпа роста. Сделаем выводы.

Построение рядов динамики перевозки грузов автомобильным транспортом

Показатель / Год	1995	2000	2005	2010	2013	2014
Перевезено грузов автомобильным транспортом, тыс. тонн	350 013	64 436	100 685	166 862	192 475	196 128,5
Абсолютный прирост $\Delta y$ , тыс. тонн		-285577	36249	66177	25613	3653,5
Темп роста $T_p$ , %		18,4	156,3	165,7	115,3	101,9

Как видно из таблицы, за период 1995-2000 годы объем грузоперевозок грузов автомобильным транспортом уменьшился более чем на 285 млн. тонн, или более чем на 80 % по сравнению с 1995 годом. Далее прослеживается положительная динамика с увеличением объема грузоперевозок каждые пять лет. Тем не менее, показателя 1995 года за девять лет так и не удалось достичь. Своеобразный «прорыв» в автомобильных грузоперевозках происходил в периоды 2000-2005 гг и 2005-2010 гг. В это время соответствующий показатель к концу каждого из указанных периодов возрастал более чем на 50 % по сравнению с началом периода.

В данной работе мы осветили основные понятия числовых рядов. Теперь стало ясно, что при их использовании, мы легко можем находим нужные проценты, рассчитать необходимые финансовые показатели. Построение рядов динамики необходимо при статистическом анализе. В данной статье мы проанализировали динамику развития автомобильных грузоперевозок в Республике Беларусь.

#### Список использованных источников

1. Красс, М. С. Математика для экономистов / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов. – М. : ООО «Питер пресс», 2008. – 464 с.
2. Аджигильдиев, И. В. Математика в сфере финансов и кредита / И. В. Аджигильдиев, А. Е. Молодцов // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярск [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. — Режим доступа: file:///C:/Users/%D0%9E%D0%BB%D1%8F/Downloads/s048-006.pdf – Дата доступа: 17.03.2015.
3. Доманова Ю. А, Статистика. Методические указания к выполнению контрольных работ для студентов заочного отделения / Ю. А. Доманова. – Минск : МИТСО, 2002. – 25 с.
4. О работе пассажирского транспорта Республики Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/transport-i-svyaz/> – Дата доступа: 22.03.2015.

## РЕШЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ЗАДАЧ ЛОГИСТИКИ С ПОМОЩЬЮ ПРИМЕНЕНИЯ ОСНОВ МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

**А. Атрощенко, А. Виноградова, В. Игнатович,**  
студенты

Научный руководитель: **О.Ю. Кунцевич**, канд пед. наук, доцент  
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Математика охватывает множество тем, которые используется в различных областях и сферах деятельности человека. Остановимся более подробно на применении элементов математического анализа (производной функции и интегралов) в экономической теории, и в частности, в задачах логистики.

**Производная в экономической теории.** Производную функции, применительно к задачам экономики, обычно называют предельным значением: производную функции зависимости себестоимости произведенной продукции от ее объема – предельной себестоимостью, производную функции издержек торгового процесса от количества реализованного товара – предельными издержками, производную функции выручки – предельной выручкой и т.д. Таким образом, производная выступает как скорость изменения некоторого

экономического объекта (процесса) по времени или относительно другого исследуемого фактора. Производная функции показывает, как изменяется её значение при малом изменении аргумента. [1]

Рассмотрим зависимость себестоимости  $C$  произведенной продукции от ее объема  $Q$ :  $C=f(Q)$ . Так называемая предельная себестоимость характеризует себестоимость  $\Delta C$  прироста продукции  $\Delta Q$  [1]:

$$MC = \frac{\Delta C}{\Delta Q}$$

При переходе к соответствующему пределу разностного отношения, получаем:

$$MC = \lim_{\Delta Q \rightarrow 0} \frac{\Delta C}{\Delta Q} = C'(Q). \quad (1)$$

Аналогично, предельные издержки – дополнительные затраты на производство единицы дополнительной продукции. Так, в частности, *логистические издержки* – это затраты компании, связанные с осуществлением логистических операций (видов деятельности). Их можно подразделить на постоянные, переменные, общие и предельные. *Предельные издержки* – это дополнительные издержки, связанные с производством еще одной единицы материалотока [2]

Обычно в приложениях с использованием аппарата математики под предельной себестоимостью понимают именно эту величину.

Пример 1. Зависимость логистических издержек при транспортировке груза от объема перевозимого груза выражается формулой  $C=45Q-0,5Q^2$  д.е. Определите средние и предельные издержки при объеме перевозимого груза в  $Q = 30$  д.е.

Решение.

1. Функция средних издержек на единицу продукции определяется как отношение издержек к объему перевозимого груза, или в нашем случае:

$$\bar{C} = \frac{45Q - 0,5Q^2}{Q} = 45 - 0,5Q.$$

При  $Q = 30$  получаем значение средних издержек  $\bar{C}(30) = 45 - 15 = 30$ .

2. Предельные издержки определяются, согласно формуле 1:

$$C'(Q) = 45 - Q.$$

Подставляя в полученное выражение значение для  $Q = 30$ , получаем ответ: предельные издержки равны 15 д.е. Иными словами, при средних издержках на производство единицы продукции в 30 д.е., а дополнительные затраты на производство единицы дополнительной продукции составляют 15 д.е.

Перечислим некоторые приложения теории производной функции в экономике [3, 4]:

1. Производная выражает предельные издержки производства и характеризует приближенно дополнительные затраты на производство единицы дополнительной продукции. Аналогичным образом могут быть определены предельная выручка, предельный доход, предельный продукт, предельная полезность и другие предельные величины.
2. Производительность труда есть производная объема произведенной продукции по времени.
3. Оптимальный для производителя уровень выпуска товара определяется равенством предельных издержек и предельного дохода.
4. Оптимальный объем производства определяется равенством средних и предельных издержек.
5. Закон убывающей доходности: «С увеличением производства дополнительная продукция, полученная на каждую новую единицу ресурса (трудового, технологического и т.д.), с некоторого момента убывает».

Пример: На логистический склад ежемесячно поступает  $X$  единиц продукции. Установлено, что зависимость финансовых накоплений предприятия от объема сбыта данной продукции выражается формулой

$$F(X) = -3X^2 + 60X - 5$$

При каком поступлении товара на склад и его дальнейшем сбыте предприятие получит максимальную прибыль?

Решение. Для получения ответа на поставленный вопрос необходимо произвести исследование функции с помощью производной:

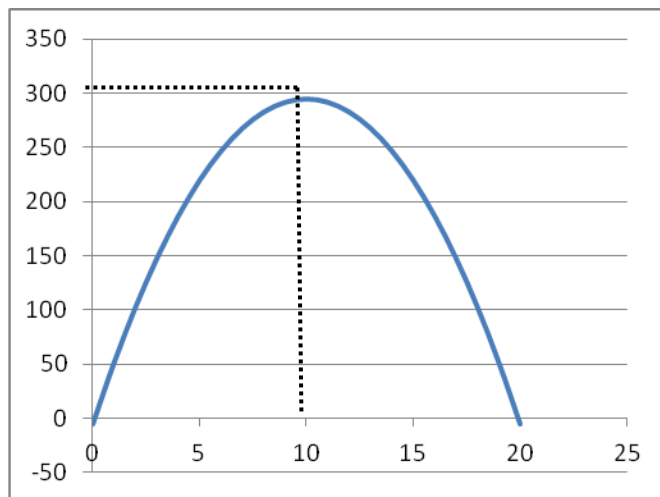
1)  $F'(X) = -6X + 60$ .

2)  $F'(X) = 0 \Rightarrow -6X + 60 = 0 \Rightarrow X = 10$ .

3) Помощью метода интервалов определяем, что при  $X=10$  функция накоплений достигает максимума.

4) Финансовые накопления предприятия растут с увеличением объема сбыта продукции до 10 единиц, при  $X = 10$  они достигают максимума и при накоплениях в  $F(10) = -295$  д.е. Дальнейший рост объема сбыта продукции приводит к уменьшению финансовых накоплений.

5) Графически зависимость финансовых накоплений предприятия от объема сбыта продукции имеет вид (рис.1):



**Рис. 1.** Зависимость финансовых накоплений  $F(X) = -3X^2 + 60X - 5$  предприятия от объема сбыта продукции Ш

### Интегралы в экономической теории.

В экономике применение определенного интеграла уже давно не является новшеством. Чаще всего практическое применение определенного интеграла сводится лишь к вычислению площадей фигур, а также решению простейших экономических задач. Но в то же время применение интегрального исчисления помогает усвоить экономический материал гораздо лучше. Изучая начальные темы курса микроэкономики (спрос и предложение, вычисление потребительского излишка и т. п.) также применяется интегральный метод математического анализа. [6]

В экономике существует большое количество задач, решение которых основано на использовании определенного интеграла. Такие задачи возникают в самых разных областях практической деятельности.

Одним из примеров таких задач является вычисление суммарной экономической прибыли фирмы в долгосрочном периоде.

Основной движущей силой деятельности фирмы является прибыль. Она представляет собой разницу между совокупной выручкой (TR) и совокупными издержками (TC) фирмы:

$$P = TR - TC \quad [5]$$

Рассматривая совокупную экономическую прибыль фирмы-монополиста, графики функций TR и TC будут представлять собой параболы, ветви которых направлены соответственно вниз и вверх. Функции задаются переменными P (ось Y) и Q (ось X).

$$TR = F_1(x_1) \text{ и } TC = F_2(x_2)$$

Координаты точек пересечения графиков функций TR и TC соответственно отображают объем выпускаемой продукции, при котором фирма-производитель будет иметь только нормальную прибыль, при которой  $TR - TC = 0$ .

Вычисляя показатели экономической прибыли в длительном периоде, при помощи интегрального уравнения достаточно легко получить искомое значение. Пределами интегрирования являются значения  $Q_1$  и  $Q_2$ , где  $TR = TC$ .

Геометрически зона экономической прибыли представляет собой площадь пересечения графиков заданных функций, которая и вычисляется с помощью определенного интеграла.

Таким образом, разница определенных интегралов функций TR и TC является искомым значением площади:

$$\int_{Q_1}^{Q_2} F_1(x_1) dx - \int_{Q_1}^{Q_2} F_2(x_2) dx .$$

Подобные расчеты производятся довольно быстро и помогают освоению материала, как в области математического анализа, так и в области экономики [6].

Используя метод интегралов можно найти дневную выработку  $P$  за рабочий день, объем выпускаемой продукции за  $T$  лет, затраты на содержание управленческого аппарата, определить дисконтированный доход за  $T$  лет, при определенной процентной ставке, провести анализ непрерывных потоков платежей, а также определить запас товаров в магазине за промежуток времени. Зная длину пути, можно найти время прибытия объекта в назначенное место [1].

#### Список использованных источников

1. Красс, М. С., Чупрынов Б. П. Основы математики и ее приложения в экономическом образовании : учебник. – 2-е изд., испр. – М. : Дело, 2001. – 688 с.
2. Логистические виды деятельности и логистические системы / Учебно-информационный портал Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/2\\_110715\\_vopros--logisticheskie-vidi-deyatelnosti-i-logisticheskie-sistemi.html](http://studopedia.ru/2_110715_vopros--logisticheskie-vidi-deyatelnosti-i-logisticheskie-sistemi.html). – Дата доступа: 20.03.2015.
3. Приложения производной / Каталог рефератов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://works.tarefer.ru/50/100084/index.html>. – Дата доступа: 20.03.2015.
4. Геометрический, физический и экономический смысл производной функции / Учебно-информационный портал Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studopedia.org/6-3893.html>. – Дата доступа: 20.03.2015.
5. Гальперин, В.М., Игнатъев С.В. Микроэкономика в 2 томах: учеб. пособие для вузов / В. М. Гальперин, С.В. Игнатъев – СПб., 1999. – 494 с.
6. Кремер, Н. Ш. Высшая математика для экономистов: учебник для вузов. / Н. Ш. Кремер, Б. А. Путко, И. М. Тришин, М. Н.Фридман [Под ред. проф. Н.Ш. Кремера]. – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ, 2004. – 471 с.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЛОГИСТИКА» КАК УСЛОВИЕ ИХ УСПЕХА В БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ

**О.Ю. Кунцевич**

канд. пед. наук, доцент

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Рассмотрим некоторые направления работы со студентами специальности «Логистика» в учреждении образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО» (г. Минск), ориентированные на совершенствование математического развития обучаемых, повышение их внутренней мотивации к изучению предметов математического цикла, раскрытие их культурологической и практической составляющей.

Будущие логисты должны иметь это не только хорошие экономические знания, но и понимать закономерности протекания различных процессов, явлений, уметь прогнозировать их, обладать развитой логикой рассуждений. Поэтому студентам специальности «Логистика» необходимо качественно овладеть математическими дисциплинами.

Математической подготовке студентов всех экономических специальностей придается большое значение, поскольку ее уровень напрямую влияет на успешное овладение профессиональными умениями и навыками. С целью повышения внутренней мотивации к изучению предметов математического направления («Высшая математика», «Статистика», «Эконометрика», «Экономико-математические методы и модели»), раскрытия их культурологической и практической составляющей в нашем университете проводится работа по следующим основным направлениям: организована деятельность студенческого научно-исследовательского объединения «Математика в науке, культуре и окружающем мире», проводятся научно-практические конференции, осуществляется пропедевтическая профориентационная работа с будущими абитуриентами (в частности, олимпиада по логистике для школьников).

Настоящая статья носит ознакомительный характер. Основные ее положения основаны на известных формах и видах научно-исследовательской деятельности студентов, а также опираются на действующие нормативные документы [1, 2].

Рассмотрим каждое из обозначенных направлений работы со студентами подробнее.

1) В рамках студенческого научно-исследовательского объединения «Математика в науке, культуре и окружающем мире» рассматриваются следующие темы: «Математика и ее законы в окружающем мире», «Золотое сечение и числа Фибоначчи. Применение в живописи, акустике, экономике», «Фракталы: математика



тика и красота», «Зрительные иллюзии (иллюзии параллельности, формы, движения)», «Геометрические законы живописи: правила построения перспективных изображений», «Математические зависимости в природе, искусстве, науке», «Математическое моделирование в MS Excel», «Математика для филолога и музыканта».

Задачи данного курса пересекаются со следующими основными задачами изучения предметов математического цикла на экономических специальностях в высших учебных заведениях [3]:

- рассматривая математическую культуру как часть общечеловеческой культуры, способствовать формированию высоконравственной гражданской позиции обучаемых, становлению целостной высокоинтеллектуальной личности, способной решать сложные задачи, которые ставит жизнь;
- дать представление о месте математики в системе естественных и экономических наук, о неразрывном единстве прикладной и фундаментальной математики, о преимуществах математического моделирования и его экономической эффективности;
- научить применять математические знания при исследовании реальных экономических процессов и решении профессиональных задач;
- развить у студентов способность к абстрактному и логическому мышлению.

Особенностью проведения данного курса является расширение указанных задач, к которым добавляются следующие: развитие пространственного воображения, чувства гармонии, красоты, пропорции, симметрии; формирование эмоционально-ценностного отношения к действительности и опыта творческой деятельности; раскрытие значимости математики, ее применения в живой и неживой природе, различных сферах современной науки и искусства.

Отсюда получаем основную цель организации научно-исследовательского объединения «Математика в науке, культуре и окружающем мире» – раскрыть культурологическую и практико-ориентированную составляющую математического знания.

Анализируя учебную деятельность студентов, нами отмечается, что предметы математического цикла, в частности, эконометрика и высшая математика, в основном являются для студентов экономических специальностей «обязательными для изучения, но мало применимыми на практике». Нередко приходится слышать: «Зачем экономисту производные?», «Интегралы мне в жизни (профессии) не пригодятся» и т.п. Доказать обратное призван наш курс. Причем показать, что пригодится математика не только экономисту, но и социологу, психологу, юристу и даже художнику.

2) В университете регулярно проводятся научно-практические конференции, а также организуются конкурсы на участие в мероприятиях России, Украины, Европы. Поэтому студенты имеют большие возможности в апробации своих первых шагов в науке. Так, в частности, в рамках секции «Формирование и развитие логистической системы в современных условиях» Международной научно-практической конференции «Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы» (10–11 апреля 2014 года) были обсуждены доклады студентов 1-го курса факультета Международных экономических отношений и менеджмента [4, 5, 6].

Указанные тезисы носили междисциплинарный характер – в них описывалась актуальность применения математических методов и различных разделах экономики. Кроме того, некоторые тезисы содержали информацию, расширяющую знания студентов в области математики: о применении фрактальной геометрии и золотого сечения в анализе фондового рынка, в инженерной логистике, прогнозировании ставок на бирже.

3) Несколько лет назад в нашем университете была проведена первая в Республике Беларусь Международная олимпиада по логистике для студентов и школьников. Профессорско-преподавательский состав кафедры логистики подготовил к этому событию научно-популярное издание для школьников «Занимательная логистика в примерах и задачах» [7].

В пособии отражена история возникновения понятия логистика, а также приведен ряд логистико-математических задач с решениями. Авторы постарались составить такие задачи, которые отвечали бы школьной учебной программе и были по силам учащимся старших классов.

Один из разделов издания назывался «О союзе математики и логистики». Задачи, приведенные в данном разделе, были ориентированы на учащихся старших классов учреждений общего среднего образования. Однако, рассмотренные в пособии примеры, вызвали интерес и у студентов. Вот некоторые из них:

*Пример 1.* Задача об эффективности рекламы [8, с. 26–27]. Пусть фирма может рекламировать свои услуги, применяя  $n$  способов (телевидение, радио и т.д.). Из различных рекламных экспериментов, которые проводились в прошлом, известно, что эти способы приводят к прибыли, соответственно, в  $c_1, c_2, \dots, c_n$  денежных единиц из расчета на 1 денежных единиц (д.е.), вложенную в рекламу. Бюджет составляет  $S$ .

Распределение бюджета на рекламу должно удовлетворять следующим условиям:

$$a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \leq C;$$

$$a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n \leq C;$$

.....

$$a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \dots + a_{mn}x_n \leq C.$$

Требуется распределить бюджет  $C$  между различными способами рекламы так, чтобы прибыль фирмы от размещения рекламы была максимальной.

*Пример 2* [7]. В прессе опубликовали рецепт новой диеты. По утверждению авторов трехнедельное соблюдение указанной диеты поможет выглядеть гармонично и уверенно любому человеку. Питание в соответствии с диетой основано на двух продуктах  $A$  и  $B$ . Сочетать эти продукты необходимо таким образом, чтобы соблюдались следующие условия: суточное потребление продуктов должно давать не более 20 единиц жира (чтобы похудеть), но и не менее 480 ккал (чтобы не сойти с дистанции раньше). В 100 граммах продукта  $A$  содержится 2 единицы жира и 80 ккал, а в 100 граммах продукта  $B$  – 4 единицы жира и 60 ккал соответственно. При этом цена 100 г продукта  $A$  равна 15 денежных единиц, а 100 г продукта  $B$  – 25 денежных единиц. Каким образом нужно соблюдать указанную диету, потратив на нее как можно меньше денежных средств?

Таким образом, с целью популяризации знаний в области логистики среди школьников и углубления контактов с ними, УО ФПБ «Международный университет «МИТСО» проводит работу, которая включает в себя не только посещение учебных учреждений и проведение Дней открытых дверей, но и целенаправленные мероприятия.

В марте 2014 года кафедрой логистики УО ФПБ «Международный университет «МИТСО» была проведена Городская олимпиада по логистике для школьников, прошедшая в два этапа: заочный тур и очные состязания. Приведем примеры нескольких конкурсных задач первого (заочного) тура олимпиады.

*Пример 3.* Рассчитать полезную площадь склада способом загрузки на  $1\text{ м}^2$ , если нагрузка составляет  $\sigma$  тонн, а величина установленного запаса формовочных материалов  $q$  тонн:  $\sigma = 4$  тонны,  $q = 2700$  тонн.

*Пример 4.* Определите протяженность погрузочно-разгрузочного фронта для склада, принимающего под разгрузку автомобили, если количество транспортных средств, подаваемых одновременно под разгрузку – 5 ед., длина автомобиля – 6,8, ширина – 2,5. Автомобили ставятся торцом к разгрузочному фронту.

*Пример 5.* На трех складах  $A_1, A_2, A_3$  имеется груз в количествах 85, 75, 35 т соответственно. Его необходимо перевезти в четыре магазина  $B_1, B_2, B_3, B_4$ , спрос которых в грузе составляет 100, 20, 40, 30 т соответственно.

Затраты на перевозку  $l$  т груза равны:

- со склада  $A_1$  в магазины равны 2, 2, 5, 4 ед.
- со склада  $A_2$  в магазины равны 2, 3, 3, 4 ед.
- со склада  $A_3$  в магазины равны 3, 3, 2, 1 ед.

Составьте математическую модель и определите минимальную стоимость всех перевозок.

Как видно из приведенных примеров, задачи олимпиады являются экономико-математическими и требуют от учащихся как знаний по предмету «Математика», так и понимания некоторых экономических понятий.

Проводимые в университете мероприятия по повышению внутренней мотивации к изучению предметов математического направления, раскрытия их культурологической и практической составляющей способствуют расширению знаний студентов экономических специальностей, в том числе специальности «Логистика», о современной науке, развитию их творческой активности, формированию навыков научно-исследовательской деятельности.

### Список использованных источников

1. Формы и виды научно-исследовательской работы студентов // Электронная онлайн библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://banauka.ru/349.html>. – Дата доступа : 29.04.2014.
2. Об утверждении инструкции о порядке организации научно-исследовательской работы студентов высших учебных заведений Республики Беларусь / Постановление Министерства образования Республики Беларусь 31 марта 2006 г. № 27 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nir.bseu.by/scientific/study/studentscience.htm> – Дата доступа: 29.04.2014.
3. Учебная программа по высшей математике / сост. О.Ю. Кунцевич, А.Л. Маковский // Международный университет «МИТСО». – 2014.
4. Булойчик, А. Построение кратчайшего пути на транспортной сети с помощью методов динамического программирования / А. Булойчик // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10–11 апр. 2014 г. [Электронный ре-

курс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 388–390.

5. Карнач, С. В., Хорхорин Н. Е. Теория фракталов в экономике: от фондовых рынков до инженерной логистики на транспорте / С.В. Карнач, Н.Е. Хорхорин // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10–11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 417–419.
6. Скалина, А. В. Принцип «Золотого» сечения: фондовый рынок, кредитная сфера, логистика / А.В. Скалина // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10–11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл. ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – С. 470–472.
7. Занимательная логистика в примерах и задачах: науч.-популяр. изд. / отв. ред. Иванов. – Минск : МИТСО, 2011. – 80 с.
8. Марков, А. В. Математическое моделирование некоторых экономических задач: Науч.-практ. пособие: В 2 ч. Ч. 1 / А. В. Марков, С. А. Самаль, В. И. Яшкин. – Минск : БГЭУ, 2002. – 51 с.

## К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СТАНЦИИ ДИАГНОСТИКИ АВТОМОБИЛЕЙ

**Т.Н. Гостик,**  
ст. преподаватель,

**С.А. Гостик,**  
преподаватель,

*Учреждение образования «Гродненский государственный  
университет имени Янки Купалы», г. Гродно*

Контроль технического состояния транспортных средств при государственном техническом осмотре предусматривает проведение комплекса контрольно-диагностических работ, что послужило толчком для развития сети станций диагностики.

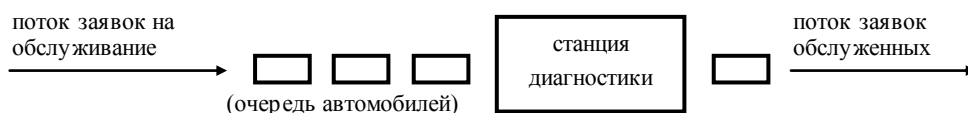
Предмет данного исследования: эффективность функционирования станции диагностики автотранспортных средств.

Основа бесперебойной работы станции диагностики – постоянное поступление заявок в систему. Одним из показателей эффективного функционирования системы является коэффициент использования мощности. Однако повышение загрузки достигается за счет увеличения длины очереди и среднего времени ожидания в очереди, а при приближении загрузки станции к 100 % эти показатели резко возрастают. Поэтому основная цель повышения эффективности функционирования станции диагностики автотранспортных средств – не полная загрузка системы, а создание системы с рациональным соотношением затрат времени автотранспортных средств на ожидание и использованием мощности системы [1].

Для исследования очередей применяется специальная наука – *теория очередей* или *система массового обслуживания*. Она базируется на трудах русского математика А. А. Маркова, исследовавшего так называемые марковские процессы. На начальном этапе особое влияние оказал датский ученый А. К. Эрланг. Огромную роль в развитии этой науки сыграл выдающийся советский математик А. Я. Хинчин. Его книга «Математические методы теории массового обслуживания» явилась первым трудом, в котором были сформулированы идеи и методы этой теории [2].

Основной экономический принцип совершенствования систем массового обслуживания основывается на оценке общих ожидаемых затрат, включая затраты на обслуживание и потери, которые несет система в результате ожидания заявок.

С точки зрения теории массового обслуживания станцию диагностики можно представить в виде одноканальной системы с неограниченной очередью (рис. 1)



**Рис. 1.** Схема одноканальной системы с неограниченной очередью

Входящий поток (в данном случае это поток заявок на диагностику) представляет собой вероятностный (точечный) процесс. Иначе говоря, он представляет собой последовательность однородных событий, которые наступают через случайные интервалы при непрерывном отсчете времени. Главная характеристика входящего потока – его основной параметр  $\lambda(t)$ , или темп поступления заявок в систему. Параметр потока требований определяет среднее количество заявок на диагностику, поступающих в единицу времени. Он связан со средним промежутком времени  $\tau(t)$  между двумя очередными обслуживаниями в момент времени  $t$  следующим соотношением:  $\lambda(t) =$ .

Заявки поступают в систему не регулярно, а случайно, образуя так называемый случайный поток заявок, что приводит к тому, что система оказывается загружена неравномерно: в какие-то периоды времени скапливается большое количество заявок (они либо становятся в очередь, либо покидают систему необслуженными), в другие периоды времени система работает с недогрузкой или простаивает.

Темп поступления автомобилей на станцию диагностики можно оценить с помощью распределения Пуассона (формула (1)) [3]:

$$p(x) = \frac{e^{-\lambda} \cdot \lambda^x}{x!} \text{ для } x = 0, 1, 2, \dots, \quad (1)$$

где  $p(x)$  – вероятность поступления  $x$  заявок в систему;  
 $x$  – число заявок в единицу времени;  
 $\lambda$  – среднее число заявок в единицу времени (темп поступления заявок);  
 $e = 2,7183$  (основание натурального логарифма),

Можно предположить, что время проведения диагностики автомобилей подчиняется экспоненциальному распределению с функцией распределения вида (формула (2)):

$$F(t) = p(t < \tau) = 1 - e^{-t\mu}, \quad (2)$$

где  $p(t < \tau)$  – вероятность того, что фактическое время  $t$  обслуживания заявки не превышает заданной величины  $\tau$ ;

$\mu$  – среднее число заявок, обслуживаемых в единицу времени;  
 $e = 2,7183$  (основание натурального логарифма).

Предметом теории массового обслуживания является построение математических моделей, связывающих заданные условия работы системы (число каналов, их производительность, характер потока заявок и т.п.) с показателями эффективности системы, описывающими ее способность справляться с потоком заявок.

В качестве показателей эффективности системы массового обслуживания используются: среднее число заявок, обслуживаемых в единицу времени, среднее время ожидания обслуживания и пр. [4] (табл. 1).

Таблица 1

**Показатели эффективности рассматриваемой системы массового обслуживания**

Показатель	Обозначение и расчетная формула
число автомобилей, обслуживаемых в единицу времени (мощность системы)	$\mu$
темп поступления заявок	$\lambda$
среднее время нахождения автомобиля в системе	$T_s = \frac{1}{\mu - \lambda}$
среднее число автомобилей в системе	$L_s = \frac{\lambda}{\mu - \lambda}$
среднее число автомобилей в очереди	$L_q = \frac{\lambda^2}{\mu(\mu - \lambda)}$
среднее время нахождения автомобилей в очереди	$T_q = \frac{\lambda}{\mu(\mu - \lambda)}$
загруженность системы	$r = \frac{\lambda}{\mu}$
вероятность отсутствия автомобилей в системе	$P_0 = 1 - \frac{\lambda}{\mu}$

При организации контрольно-диагностических работ на станции диагностики возможны два режима работы инженера-диагноста:

- 1) инженер-диагност единолично проводит весь комплекс контрольно-диагностических работ по определенному поступившему на станцию автомобилю;

- 2) за каждым постом диагностической линии закрепляется отдельный инженер-диагност, который выполняет определенный перечень контрольно-диагностических работ для всех поступивших на станцию автомобилей.

Оба указанных способа имеют как достоинства, так и недостатки: проведение диагностики автомобиля от начала до конца одним и тем же инженером-диагностом повышает ответственность за проведение диагностических работ; с другой стороны, выполнение инженером-диагностом, закрепленным за определенным постом, меньшего перечня операций повышает качество работы, а отсутствие необходимости перехода работника между постами уменьшает потери времени.

Полный перечень контрольно-диагностических работ на станциях диагностики выполняется на одной или нескольких поточных диагностических линиях, состоящих обычно из 2 – 4 специализированных постов каждая (в зависимости от мощности станции и располагаемой производственной площади).

В целях отработки методологии исследования проводились для станции диагностики, имеющей одну линию, состоящую из 3 постов. Были рассмотрены два варианта организации работы станции диагностики: при наличии двух (вариант 1) и трех (вариант 2) инженеров-диагностов на линии диагностики.

Так как в городе имеется несколько станций диагностики, то автомобили будут обращаться на данную станцию диагностики, если будут предполагать, что ожидание в очереди не будет превышать 1,5 – 2 ч, и в очереди будет не более 3 – 4 автомобилей (приведенная информация получена путем опроса владельцев транспортных средств, находящихся в очереди на диагностику). В противном случае есть большая вероятность, что автомобиль добровольно покинет очередь необслуженным и потенциальный клиент может быть потерян для данной системы.

Задача исследования: определить оптимальную мощность системы при удовлетворении вышеуказанных требований для двух вариантов организации работы станции диагностики.

Рассмотрим первый вариант. На линии работает 2 инженера-диагноста. Мощность системы – 3 автомобиля в час, очередь на диагностику не ограничена. Данные расчетов приведены в табл. 2.

Данный вариант применим для станции диагностики с потоком заявок до 3 в час. При превышении данного показателя очередь на станции диагностики указанной мощности будет неограниченно расти.

При втором варианте для повышения мощности системы предлагается принять на работу третьего инженера-диагноста, что позволит повысить мощность системы до 4,5 автомобилей в час. К тому же предлагается не закреплять инженеров-диагностов по постам, а организовать процесс таким образом, чтобы диагностика автомобиля от начала до конца проводится одним и тем же инженером-диагностом. Это повысит ответственность работников за качество выполняемых работ. Показатели эффективности работы данной системы представлены в табл. 3.

Таблица 2

**Показатели эффективности работы станции диагностики мощностью 3 автомобиля в час**

$\mu$	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
$\lambda$	1	1,5	2	2,25	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9
$T_s = \frac{1}{\mu - \lambda}$	0,5	0,67	1	1,33	1,67	2	2,5	3,33	5	10
$L_s = \frac{\lambda}{\mu - \lambda}$	0,5	1	2	3	4	5	6,5	9	14	29
$L_q = \frac{\lambda^2}{\mu(\mu - \lambda)}$	0,17	0,5	1,33	2,25	3,2	4,17	5,63	8,1	13,07	28,03
$T_q = \frac{\lambda}{\mu(\mu - \lambda)}$	0,17	0,33	0,67	1	1,33	1,67	2,17	3	4,67	9,67
$r = \frac{\lambda}{\mu}$	0,33	0,5	0,67	0,75	0,8	0,83	0,87	0,9	0,93	0,97
$P_0 = 1 - \frac{\lambda}{\mu}$	0,67	0,5	0,33	0,25	0,2	0,17	0,13	0,1	0,07	0,03

Таблица 3

## Показатели эффективности работы станции диагностики с мощностью 4,5 автомобиля в час

$\mu$	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
$\lambda$	1	1,5	2	2,75	3	3,25	3,5	3,6	3,75	4	4,25	4,4
$T_s = \frac{1}{\mu - \lambda}$	0,29	0,33	0,4	0,57	0,67	0,8	1	1,11	1,33	2	4	10
$L_s = \frac{\lambda}{\mu - \lambda}$	0,29	0,5	0,8	1,57	2	2,6	3,5	4	5	8	17	44
$L_q = \frac{\lambda^2}{\mu(\mu - \lambda)}$	0,06	0,17	0,36	0,96	1,33	1,87	2,72	3,2	4,17	7,11	16,13	43
$T_q = \frac{\lambda}{\mu(\mu - \lambda)}$	0,06	0,11	0,18	0,35	0,44	0,58	0,78	0,88	1,11	1,78	3,79	9,78
$r = \frac{\lambda}{\mu}$	0,22	0,33	0,44	0,61	0,67	0,72	0,78	0,8	0,83	0,89	0,94	0,97
$P_0 = 1 - \frac{\lambda}{\mu}$	0,78	0,67	0,56	0,39	0,33	0,28	0,22	0,2	0,17	0,11	0,06	0,02

По полученным данным были построены графики зависимости основных показателей эффективности системы от темпа поступления заявок (рис. 2 – 4).

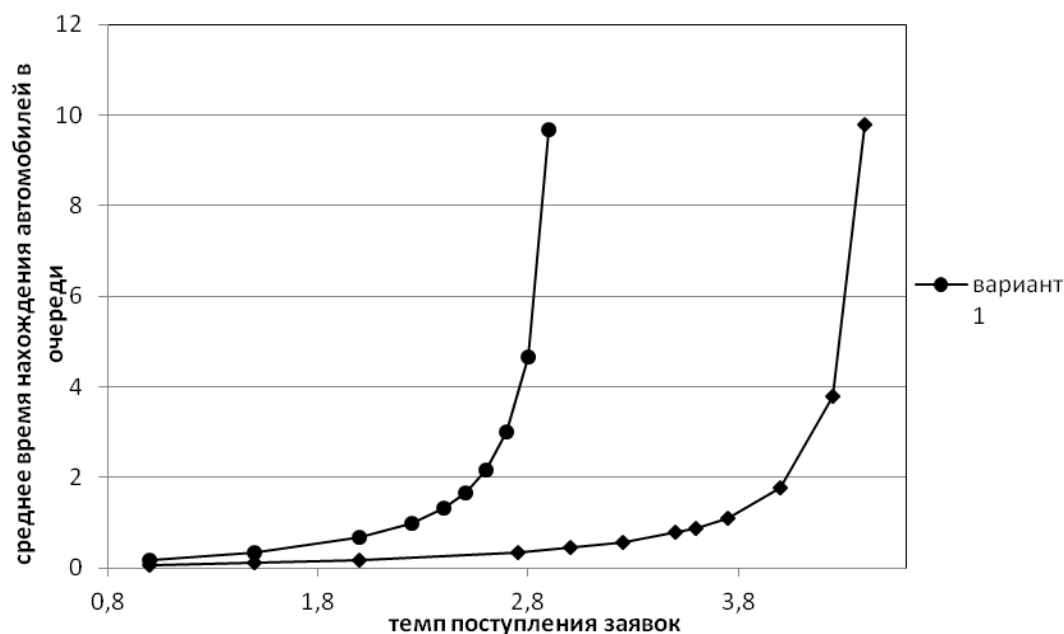
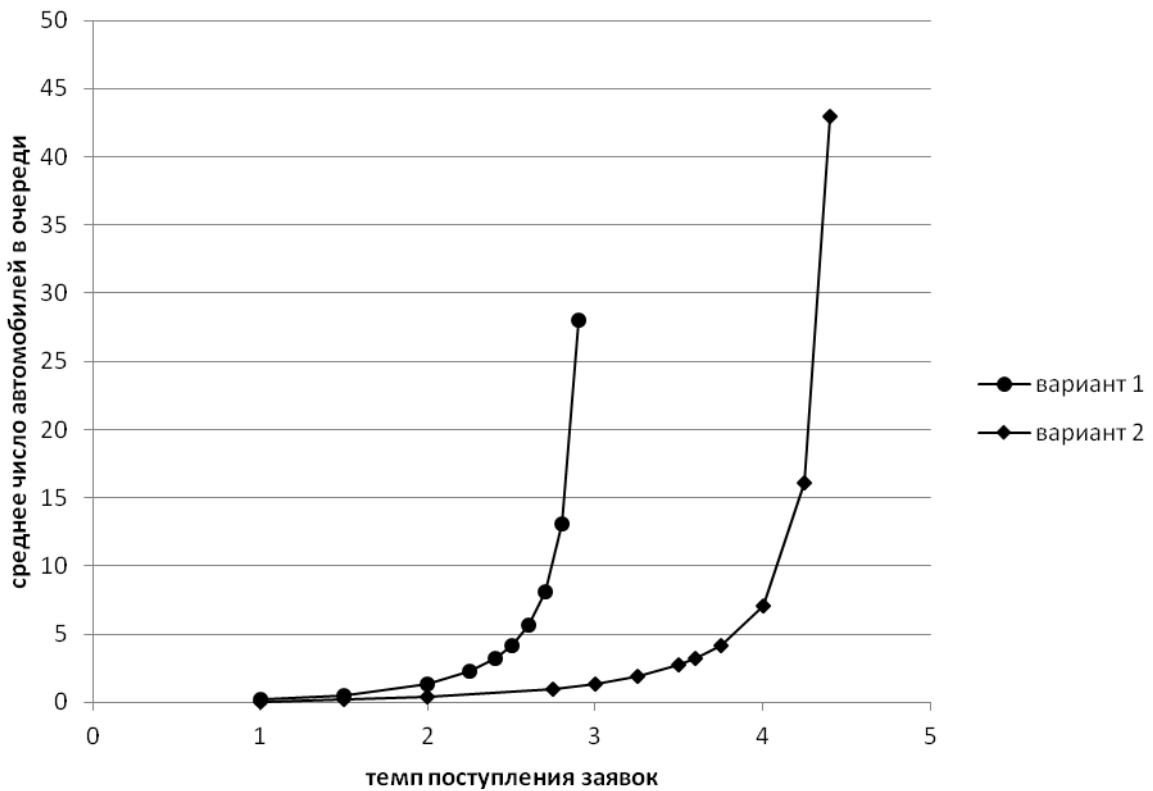


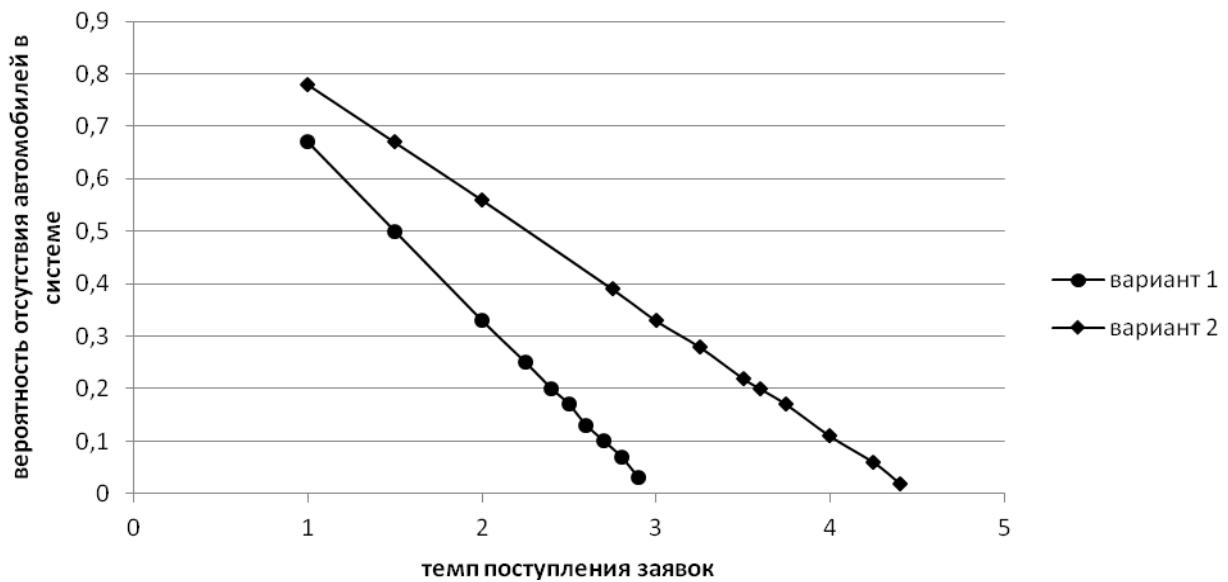
Рис. 2. График зависимости среднего времени ожидания автомобиля в очереди в зависимости от темпа поступления заявок для различных вариантов организации работы станции диагностики

Анализ графика зависимости среднего времени ожидания автомобиля в очереди (рис.2) показывает, что предельное время ожидания (1,5 – 2 ч) при первом варианте соответствует среднему темпу поступления заявок ориентировочно до 2,5 автомобилей в час; при втором варианте – до 3,75 автомобилей в час.

Анализ графика зависимости среднего числа автомобилей в очереди в зависимости от темпа поступления заявок для различных вариантов организации работы станции диагностики (рис. 3) показывает, что предельное количество автомобилей в очереди (3 – 4 автомобиля) при первом варианте соответствует среднему темпу поступления заявок ориентировочно до 2,5 автомобилей в час; при втором варианте – до 3,75 автомобилей в час.



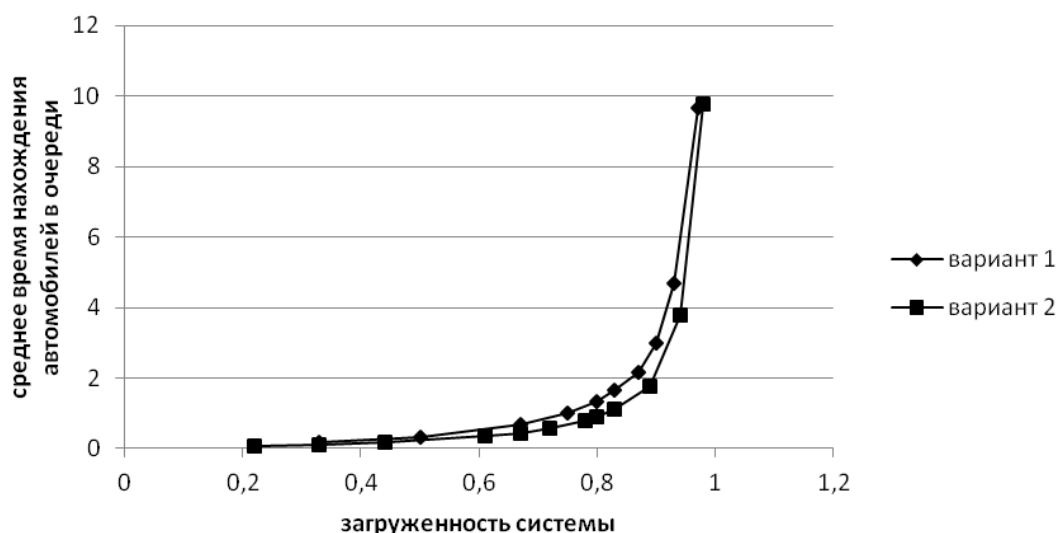
**Рис. 3.** График зависимости среднего числа автомобилей в очереди в зависимости от темпа поступления заявок для различных вариантов организации работы станции диагностики



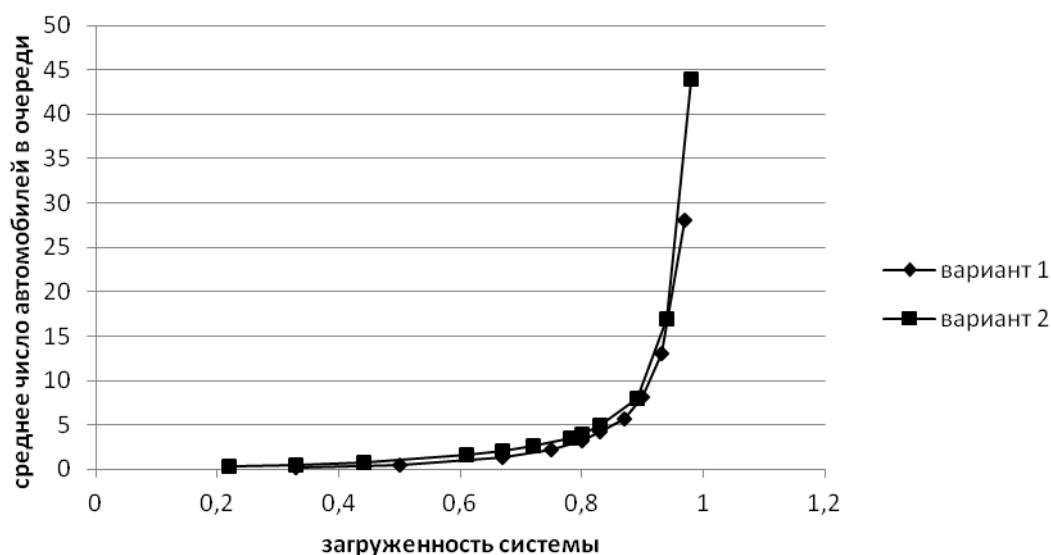
**Рис. 4.** Вероятность простоя системы в зависимости от темпа поступления заявок для различных вариантов организации работы станции диагностики

Анализ графика вероятности простоя системы в зависимости от темпа поступления заявок для различных вариантов организации работы станции диагностики (рис. 4) показывает, что, как в первом варианте при среднем темпе поступления заявок ориентировочно до 2,5 автомобилей в час, так и во втором варианте при среднем темпе поступления заявок ориентировочно до 3,75 автомобилей в час, система будет простаивать ориентировочно около 15 % времени.

Ниже приведены графики зависимости основных показателей эффективности работы станции диагностики от степени загрузки системы (рис. 5 – 7).



**Рис. 5.** График зависимости среднего времени ожидания автомобиля в очереди в зависимости от загрузки системы для различных вариантов организации работы станции диагностики

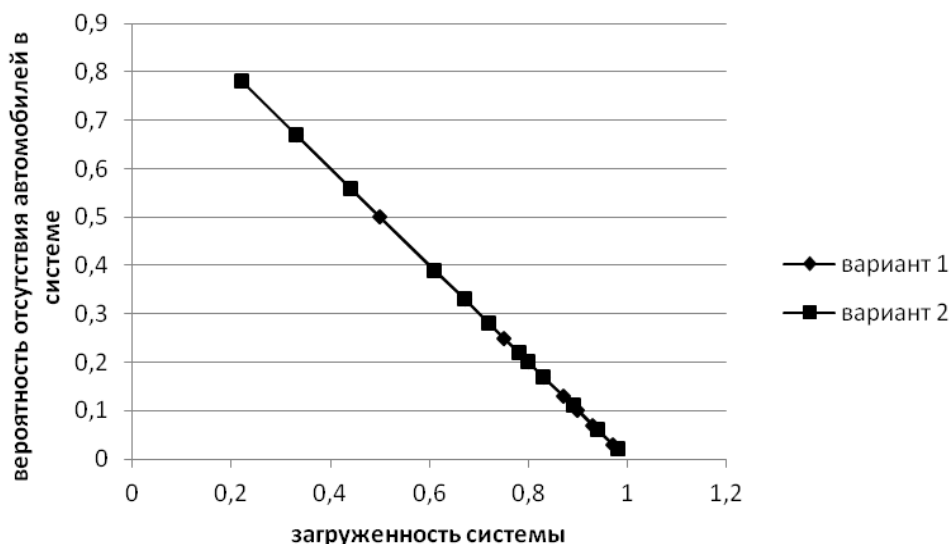


**Рис. 6.** График зависимости среднего числа автомобилей в очереди в зависимости от загрузки системы для различных вариантов организации работы станции диагностики.

Анализ полученных данных (рис. 5 – 7) показывает, что оптимальная мощность станции диагностики составляет ориентировочно  $(85 \pm 2)$  % от номинальной мощности системы независимо от выбранного варианта организации работы станции диагностики. Высвободившиеся 15 % рабочего времени могут быть использованы на технологические перерывы, обслуживание оборудования и инструментов и т. п.

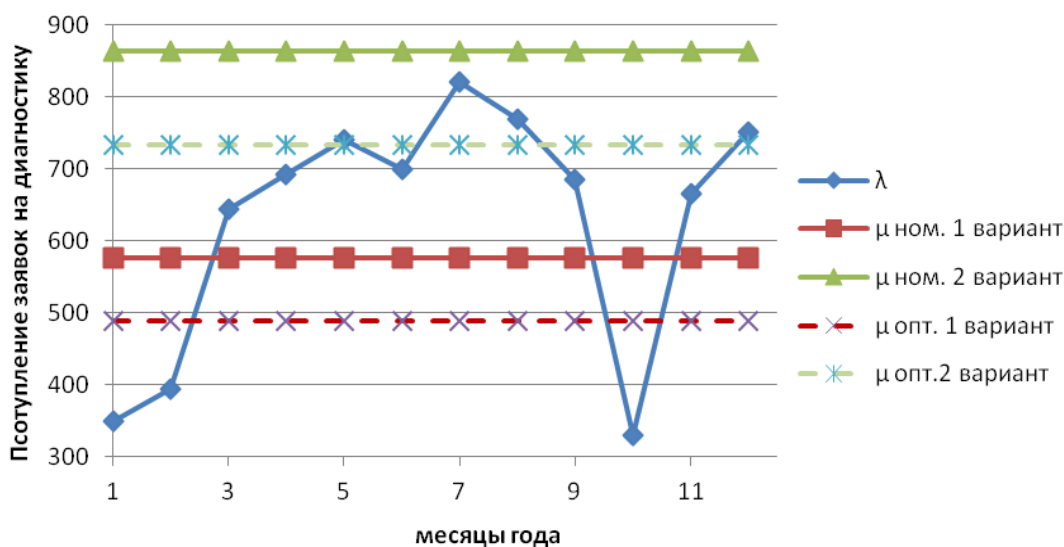
Рассмотрим экономический аспект повышения эффективности работы станции диагностики. При увеличении темпа поступления заявок на диагностику предприятию для их удовлетворения необходимо принять меры к увеличению мощности станции. В частности, на примере нашего исследования, при увеличении потока заявок с 3 до 4,5 автомобилей в час для повышения эффективности работы станции диагностики рекомендуется перевести предприятие на второй вариант организации работы и принять на работу третьего инженера-диагноста. При оптимальной мощности станции диагностики (85 % от номинальной) при первом варианте за рабочий день будет обслужено:  $2,5 \text{ автомобиля} \times 8 \text{ ч} = 20 \text{ автомобилей}$ ; при втором варианте:  $3,75 \text{ автомобиля} \times 8 \text{ ч} = 30 \text{ автомобилей}$ . Средняя стоимость проведения диагностики одного автомобиля составляет 157000 руб. Дополнительный доход за рабочий день составит:  $(30 - 20) \times 157000 \text{ руб.} = 1570000 \text{ руб.}$  При этом станция диагностики будет иметь дополнительные расходы на заработную плату нового работника (средняя заработная плата инженера-диагноста по исследуемым станциям диагностики г. Гродно составляет ориентировочно 200000 руб. в день). Дополнительная прибыль за рабочий день:  $1570000 \text{ руб.} - 200000 \text{ руб.} = 1370000 \text{ руб.}$





**Рис. 7.** Вероятность простоя системы в зависимости от ее загруженности для различных вариантов организации работы станции диагностики

Для возможности применения отработанной методологии в г. Гродно было проведено исследование поступления заявок на станции диагностики в 2014 году. На графике поступления заявок на диагностику (рис. 8) указаны данные за год с разбивкой по месяцам, а также данные по номинальной и оптимальной мощностям станции диагностики при первом и втором вариантах организации работы станции диагностики.



**Рис. 8.** Поступление заявок на диагностику в течение календарного года

Анализ поступления заявок на станцию диагностики по месяцам за 2014 год (рис. 8) показывает, что активная область их находится в пределах оптимальной загруженности системы по второму варианту организации работы станции диагностики. Выделяются три области спада – январь, февраль и октябрь. Анализ поступления заявок в систему за январь-февраль текущего года также показал низкую активность владельцев транспортных средств, что свидетельствует об устойчивом характере спроса на диагностические услуги. Такая ситуация может быть вызвана рядом причин (выводы сделаны в результате обработки результатов опроса владельцев транспортных средств):

- 1) обязательное использование с 1 декабря по 1 марта зимних шин в сочетании с повышенными требованиями к остаточной высоте рисунка протектора – не менее 4 мм). Владельцы транспортных средств ждут момента, когда они поменяют зимние шины на своих автомобилях на летние, и затем посещают станцию диагностики. Этим же объясняется и всплеск потока заявок в марте. Та же тенденция наблюдается и в конце года: в октябре идет спад, а в ноябре-декабре – увеличение потока заявок;

- 2) так как величина госпошлины за прохождение государственного технического осмотра зависит от базовой величины, то информация о ее предстоящем повышении также может служить поводом для увеличения потока заявок на диагностику;
- 3) многие автовладельцы не эксплуатируют свой подвижной состав в зимнее время, то есть в январе – феврале автотранспорт стоит в гараже, а пользоваться им начинают с марта месяца;
- 4) иные причины, которые требуют дальнейшего исследования.

В связи с тем, что в январе, феврале и октябре поток заявок на диагностику невелик, нет необходимости в наличии трёх инженеров-диагностов на линии станции диагностики. В этом случае для организации работы на станции больше подходит первый вариант нашей методологии.

Так как указанные спады потока заявок являются прогнозируемыми, то компенсировать экономические потери станции можно путем грамотного составления графика отпусков инженеров-диагностов, планируя их на периоды спада потока заявок, избежав при этом увольнения квалифицированного специалиста, потребность в котором появиться буквально через один-два месяца. Такой подход позволит решить сразу два вопроса:

- 1) уменьшить негативное влияние снижения потока автомобилей на диагностику путем уменьшения времени простоя инженеров-диагностов;
- 2) предоставить работникам воспользоваться своим правом на ежегодный трудовой отпуск.

Увеличение потока заявок в июле – августе не является критическим, так как область потока заявок находится в пределах номинальной мощности станции диагностики. Это повлечет за собой увеличение простоев в ожидании обслуживания, но есть уверенность, что автомобиль, став в очередь, все-таки попадет на посты станции диагностики (так как такая же тенденция наблюдается и на других станциях, то потеря потенциальных клиентов для станции диагностики маловероятна).

Таким образом, при сложившемся потоке заявок на диагностику автомобилей целесообразно применять второй вариант разработанной методологии организации проведения диагностики автомобилей. При увеличении потока автомобилей на прохождение диагностики необходимо искать пути увеличения мощности системы, например, провести анализ и сделать расчеты о целесообразности подключения второй линии диагностики и определении варианта ее работы. В таких случаях от величины входящего потока возможно предложение к рассмотрению следующих вариантов:

- две линии диагностики и по три инженера-диагноста на каждой линии;
- две линии диагностики и по два инженера-диагноста на каждой линии;
- две линии диагностики и пять инженеров-диагностов (по два инженера-диагноста работают на каждой линии и один инженер-диагност, который перемещается на более нагруженную линию).

При небольшом увеличении или уменьшении потока требований в систему возможна корректировка времени работы станции диагностики, а также работа станции диагностики по предварительной записи.

#### **Список использованных источников**

1. Илюкович, А. А., Операционный менеджмент и логистика: учеб. пособие для слушателей программы Master of Business Administration / А. А. Илюкович, Е. В. Крюк, П. П. Логинов; под ред. А. А. Илюковича. – Мн.: Изд. центр БГУ, 2003. – 278 с.
2. Техническое обслуживание, ремонт и хранение автотранспортных средств: Учебник в 3-х кн. – К.: Выща шк. – 1991. – Кн. 2. Организация, планирование и управление / В. Е. Канарчук [и др.]. – 406 с.
3. Афанасьев, М. Ю., Прикладные задачи исследования операций: учеб. пособие / М. Ю. Афанасьев, К. А. Багариновский, В. М. Матюшок. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 352 с.
4. Исследование операций в экономике. учеб. пособие для вузов / Н. Ш. Кремер, [и др.]; под ред. проф. Н. Ш. Кремера. – М.: ЮНИПИ, 2003.
5. Кениг, Д., Шгойян, Д. Методы теории массового обслуживания: пер. с нем. / под ред. Г.П. Климова. – М.: Радио и связь, 1981. – 128 с.
6. Лабскер, Л. Г., Бабешко, Л. О. Теория массового обслуживания в экономической сфере: учеб пособие для вузов. – М., Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 319 с.

## ЕАЭС КАК СРЕДСТВО УСИЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**Э.И. Никитина**

младший научный сотрудник

*Институт экономики НАН Беларуси,*

старший преподаватель кафедры логистики

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси*

*«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Процесс экономической интеграции на евразийском пространстве имеет более чем 20-летнюю историю. Фактически он берет начало после распада СССР. Стимулом к интеграции стран послужило усиление взаимных кооперационных связей в разных отраслях национальных экономик.

Так после создания СНГ в декабре 1991 г. стран, стремящиеся к более плотному сотрудничеству продолжили поиск новых форм интеграции. В октябре 2000 г. в целях повышения эффективности взаимодействия, углубления сотрудничества Кыргызстан, Россия, Казахстан, Беларусь и Таджикистан учредили Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС), которое заработало в 2001 г. В ноябре 2001 г. была подписана Декларация между тремя государствами, где заявлялось о переходе к новой форме экономической интеграции – Единому экономическому пространству, основанному на нормах и принципах Всемирной торговой организации.

В мае 2014 г. в Астане был подписан Договор о создании ЕАЭС, которое стало функционировать с 1 января 2015 г. ЕАЭС закрепляет достижения интеграционного проекта, однако в дополнение к имеющемуся уже единому рынку товаров, сформирован единый рынок услуг.

«Евразийский экономический союз де-факто занял нишу в мировой экономической системе и де-юре завершил формирование крупнейшего общего рынка на евразийском пространстве», – отметил Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко во время заседания Высшего Евразийского экономического совета [1, с.57].

Нынешнее положение интеграционного объединения в мировой экономике отражено в таблице 1, данные которой свидетельствуют о том, что мировая доля объединения пока невелика – от 2,5 % по населению до 13 по территории суши. Присоединение Армении к ЕАЭС увеличит его долю в мире незначительно.

*Таблица 1*

**Место ЕАЭС в мире (2013 г.)**

	Население, млн чел.	Территория (суша), тыс. км <sup>2</sup>	Пахотные земли, тыс. км <sup>2</sup>	ВВП по ППС, млрд долл
Значение показателя для ЕАЭС	173,6	20031	1484,3	4,077
Доля в мире (%)	2,5	13,0	11,0	4,0

Источник: [1].

Каждый участник ЕАЭС имеет собственные мотивы интеграции. Так, например, для Российской Федерации участие в Таможенном союзе, а в дальнейшем его трансформация в более совершенное интеграционное объединение скорее геополитический аспект, который позволит ей закрепить роль региональной державы, снизить влияние Евросоюза на Беларусь, Турции – на Казахстан и будущего мирового лидера Китая на обе страны (китайские инвестиции с 1992 г. по 2013 г. в Беларусь составили 5 млрд., без учета строительства Белорусско-китайского индустриального парка, а в Казахстан превысили 20 млрд.). Казахстан, участвуя в интеграционном союзе, намерен упрочнить свое лидерство в Центрально-Азиатском Регионе, уравновесив нарастающее влияние Китая, а также нивелировать возможные проблемы с русской диаспорой. Армения заинтересована в политической безопасности, а также сохранение низких тарифов на газ.

Республика Беларусь преследует экономические интересы, связанные в первую очередь со снижением стоимости энергоносителей, а во-вторых, со стремлением повысить свою роль в мировом сообществе, как транзитера [2, с.7].

В интеграции стран ЕАЭС особая роль отводится транспортной системе государств. Реализации транзитного экспортного потенциала единой экономической территории будет способствовать объединенная транспортно – логистическая компания, которую намерены создать на базе национальных железнодорожных операторов. Ведется работа по созданию объединенной транспортно – логистической компании. Реализация данной идеи повысит транспортный потенциал в направлении Азия-Европа и конкурентоспособность перевозок на рынке транспортных услуг. Основная работа проводится по развитию системы между-

народных транспортных коридоров, созданию логистических центров, содействию объединению инфраструктурных активов Сторон, задействованных в транзитных перевозках крупнотоннажных контейнеров и контейнерных транзитных перевозках. Так же в сфере водного транспорта имеется барьеров, препятствующих развитию интеграции.

За счет развития торговых связей, кооперации производств и обмена технологиями внутри ЕАЭС прирост совокупного годового ВВП стран-участниц к концу прогнозного периода (2030 г.) будет включать в себя дополнительные 2,5 % интеграционного профита. Суммарный накопленный эффект от создания ЕАЭС для его участников за период 2011–2030 гг. оценивается в \$900 млрд (в ценах 2010 г.).

Реализация принципов логистики на уровне отдельных товаропотоков и грузопотоков является, прежде всего, задачей бизнеса. Однако, только государство может на должном уровне выполнить функции инициатора и координатора развития интеграции производственных и транспортных процессов, развития логистических организаций и повышения их роли в процессе товародвижения.

Однако Беларусь по-прежнему значительно отстает в развитии логистики от европейских стран и многих стран СНГ. Беларусь планирует максимально воспользоваться преимуществами ЕАЭС для развития транспортно – логистической системы. Происходит процесс усиления внимания к уровню качества производимой продукции, структурные изменения в организациях бизнеса. Определяющую роль в становлении национальной логистики сыграла возможность постоянного контроля за материальными потоками в реальном масштабе времени, в режимах удаленного доступа через информационные системы связи (например, через спутниковые телекоммуникационные системы). Таким образом, революция в информационных технологиях усилила понимание того, что наряду с материальными, необходимо управлять сопутствующими информационными и финансовыми потоками.

Беларусь находится на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем связи, газо- и нефтепроводов, водных и воздушных путей сообщения между промышленно развитой Западной Европой и богатой природными ресурсами Азией, что делает страну важным транспортным и коммуникационным центром. Беларусь пересекают два трансъевропейских транспортных коридора, обеспечивающие прямой доступ к крупным рынкам сбыта Европы и СНГ: второй («Запад — Восток») и девятый («Север – Юг») с ответвлением IX В. Ежегодно через Беларусь следует свыше 100 млн т. европейских грузов, из них около 90 % – между ЕС и Россией.

В рамках формирования ЕАЭС и реализации Соглашения о регулировании доступа к услугам железнодорожного транспорта, включая основы тарифной политики, необходимо обеспечить доступ к инфраструктуре и унифицировать тарифы на перевозки грузов. Обеспечение доступа к услугам инфраструктуры для перевозчиков государств – сторон соглашения предполагает выделение инфраструктуры, что повлечет изменения в деятельности железнодорожного транспорта. Необходимо определить новые подходы к построению тарифов, за чем последует разделение тарифа на инфраструктурную и вагонную составляющие.

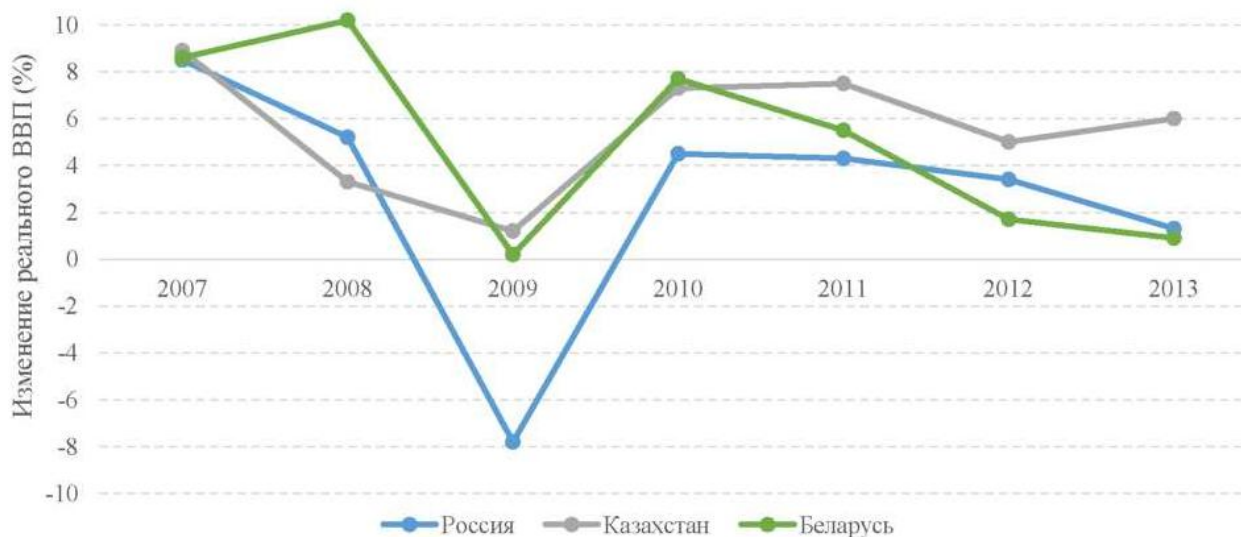
Таблица 2 и рисунок 1 дает представление о росте благосостояния населения и среднегодовом темпе роста стран-участниц ЕАЭС.

Таблица 2

Показатели макроэкономического развития стран ЕАЭС

Показатели	Государств-членов ЕАЭС						
	2007	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Численность населения (млн.)	167,9	168,3	168,4	168,8	169,1	169,4	169,9
Объем ВВП (млрд долл. США)	1 507,0	1 596,4	1 384,8	1 741,7	2 150,9	2 305,2	2 326,6
ИФО ВВП (экономический рост, %)	26,0	18,7	-6,4	19,5	17,3	10,1	8,2
Уровень безработицы ( %)	14,3	13,6	15,8	13,8	12,5	11,3	11,2
Индекс потребительских цен (на конец периода, в процентах к декабрю предыдущего года, %)	42,8	36,1	25,0	26,5	122,2	34,4	27,8
Инвестиции в основной капитал (млрд долл. США)	313,9	350,6	297,4	354,2	432,0	470,2	465,4
Торговый баланс (млрд долл. США)	141,5	206,2	123,2	171,3	239,9	233,0	248,1
экспорт	426,4	575,4	367,9	486,0	641,1	661,5	641,9
импорт	284,9	369,2	244,7	314,7	401,3	428,6	393,8
Валовый внешний долг (млрд долл. США)	422,6	587,3	615,8	614,8	648,1	709,7	824,2

Источник: [3].



**Рис. 1.** График уровня изменения реального ВВП стран ЕАЭС в период 2007–2013 гг.

Источник: [3].

Тренд экономического роста трех стран ТС в период 2007-2013 гг. в целом двигался в одном направлении. При этом примечательна отличающаяся от остальных членов объединения динамика Казахстана. Во-первых, Казахстан показывает более высокие показатели экономического роста относительно России и Беларуси. Во-вторых, после 2012 г. в Казахстане повысился показатель экономического роста, тогда как в остальных странах объединения продолжился понижающийся тренд.

Номинальный ВВП России удвоился, увеличившись с 33 247,5 млрд рублей в 2007 г. до 66 689,1 млрд рублей в 2013 г. Наибольший рост валовой добавочной стоимости в 2013 г. был зафиксирован в сфере финансовой деятельности – на 12,0 % (19,6 % в 2012 г.). Доля расходов на конечное потребление в структуре ВВП по итогам 2013 г. составила 71,1 % (68,3 % в 2012 году), в том числе доля расходов домохозяйств 51,4 % (49,1 %), расходов госуправления – 19,5 % (18,9 %). Казахстанский ВВП в номинальном выражении вырос с 12,84 трлн. тенге в 2007 году до 33,5 трлн. тенге в 2013 году. ВВП вырос в 2,6 раза и это больше роста российского ВВП, который показал двукратное увеличение за данный период.

Номинальный ВВП Беларуси с 2007 г. по 2013 г. вырос 6,5 раз (в 2007 году ВВП составлял 97,16 трлн. бел. руб., а в 2013 г. вырос до 636,7 трлн. бел. руб.). Такому фантастическому росу ВВП содействовало в первую очередь огромная инфляция и частое ослабление курса белорусского рубля. По итогам 2013 г. реальный рост ВВП составил 0,9 %, и даже не дотянул до психологического уровня в 1 %. На начало года в Беларуси прогнозировался рост на уровне 8,5 %, т.е. по итогам года экономический рост оказался почти в 10 раз ниже запланированного [3].

Евразийский интеграционный проект продолжает последовательное развитие. ЕАЭС наделяется международной правосубъектностью, участники интеграционного объединения открыты для сотрудничества с другими государствами и экономическими объединениями.

Необходимо отметить, что в рамках перехода к инновационной стадии экономического развития должен быть создан более совершенный интеллектуальный капитал, способный к проведению передовых исследований, к внедрению новых технологий в производство, доведению их до высокого коммерческого результата и управлению тем логистическим потенциалом, который создает фундамент для стабильного развития национальной экономики.

#### Список использованных источников

1. Иришев, Б. ЕАЭС на старте / Б. Иришев, М. Ковалев // Беларуская думка. – № 1. – 2015. – С. 56–65.
2. ЕАЭС: эффект сложения // Экономика Беларуси. – № 4. – 2014. – С. 6–13.
3. Показатели макроэкономического развития стран ЕАЭС // Торговая политика Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://trade.gov.kz/ru/Baza\\_dannyh\\_i\\_analitika/macroecon\\_bda/pokazat\\_macroek\\_stranEAES/](http://trade.gov.kz/ru/Baza_dannyh_i_analitika/macroecon_bda/pokazat_macroek_stranEAES/). – Дата доступа: 20.03.2015.