

ISSN 2304-0033

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени ФРАНЦИСКА СКОРИНЫ»

## *Творчество*



*молодых ' 2016*

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ  
СТУДЕНТОВ, МАГИСТРАНТОВ И АСПИРАНТОВ

*В четырех частях*

*Часть 2*

Гомель  
ГГУ им. Ф. Скорины  
2016

УДК 001:378.4 (476.2)

Во второй части сборника, состоящем из четырех частей, помещены лучшие научные работы студентов, магистрантов и аспирантов экономического факультета учреждения образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины».

Сборник адресуется научным сотрудникам, преподавателям, аспирантам, студентам, магистрантам.

**Редакционная коллегия:**

О. М. Демиденко (главный редактор), Р. В. Бородич, В. В. Подгорная,  
Н. Б. Осипенко, А. Н. Купо, И. В. Глухова, А. В. Бредихина,  
А. С. Малиновский, Ю. И. Иванова, А. С. Соколов, Ю. М. Бачура, В. Н. Дворак

**Рецензенты:**

кандидат сельскохозяйственных наук *С. А. Коваленко*;  
кандидат технических наук *И. И. Луханин*

Творчество



молодых ' 2016

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

<i>Алексейков А. П.</i> Оценка франчайзинга во внешнеэкономической деятельности СП ЗАО «Милавица».....	5
<i>Афанасенко С. В.</i> Совершенствование мерчендайзинга розничного предприятия торговли.....	10
<i>Балацун О. А.</i> Налоговая система Республики Беларусь: состояние, проблемы, перспективы.....	14
<i>Богомолова А. С.</i> Ликвидность белорусских банков в контексте функционирования экономики .....	17
<i>Бородина Е. И.</i> Кредитные деривативы как инструмент снижения риска в кредитном портфеле банка .....	22
<i>Володько А. В.</i> Состояние и развитие кредитного рынка Республики Беларусь .....	26
<i>Глушакова П. П.</i> Упрощённая система налогообложения в Республике Беларусь и особенности её применения в 2016 году .....	31
<i>Голубева К. И.</i> Механизмы воздействия на покупательское решение.....	35
<i>Горбачев А. А.</i> Тенденции развития белорусского карточного рынка.....	39
<i>Дробышевская И. А.</i> Девять источников роста экономики Беларуси в 2016–2020 годах.....	44
<i>Дятловская Е. С.</i> Эффективное управление материальными ресурсами на основе применения методов экономического анализа.....	47
<i>Железнякова И. Б.</i> Снижение зависимости региона от межбюджетных трансфертов ..	51
<i>Задорожнюк Т. О.</i> Оценка деловой репутации организации и проблемы её отражения в бухгалтерском учёте .....	55
<i>Ивандикова Е. А.</i> Проблемы страхового рынка Республики Беларусь.....	59
<i>Иванькова Ю. А.</i> Социальная адаптация инвалидов: опыт Голландии .....	61
<i>Игнатович А. В.</i> Угрозы региональной экономической безопасности (на примере Гомельской области).....	65
<i>Каминская Ю. С.</i> Оценка потенциала строительного комплекса отдельных районов Гомельской области и его влияние на экономику региона .....	69
<i>Ключко Т. А.</i> Генезис подоходного налогообложения .....	73
<i>Колеснева Т. Н.</i> Подходы к оценке инновационных объектов .....	78
<i>Куция К. С.</i> Инвестиционные фонды в Республике Беларусь: опыт создания и перспективы развития.....	81
<i>Кучерова А. С.</i> Пути совершенствования системы управления затратами в сфере распределительной логистики на ОАО «Речицкий метизный завод» .....	86
<i>Лис О. С.</i> Мировой опыт оценки кредитоспособности заёмщика .....	91
<i>Махсудова Я. У.</i> Использование эконометрических моделей для оценки индекса инфляции Еврозоны .....	94
<i>Минкинен Ю. П.</i> Компетенция институтов поддержки малого предпринимательства Гомельской области, входящих в систему местных органов власти.....	97

<i>Мисевич И. Ю.</i> Инфляция в Республике Беларусь: динамика, последствия, пути снижения .....	101
<i>Митько М. В.</i> Арендное жильё в Республике Беларусь: современное состояние .....	105
<i>Можеева К. Д.</i> Сравнение подходов к оценке финансовых результатов .....	109
<i>Мордвинова Е. И.</i> Подходы к прогнозной оценке аддитивной модели прибыли.....	112
<i>Морозов Д. В.</i> Совершенствование депозитной политики банка.....	116
<i>Мухина Н. А.</i> Особенности составления и представления отчётности хозяйственными обществами.....	120
<i>Петрашенко Н. П.</i> Оптимизация расчетов по лизинговым платежам в банках .....	123
<i>Протченко Ю. А.</i> Автоматизация учета на предприятиях розничной и оптовой торговли.....	127
<i>Пузан Т. А.</i> Проблемы формирования структуры активов и пассивов банка.....	132
<i>Рубан Ю. Р.</i> Современные достижения Беларуси и России в социальной адаптации людей с ограниченными возможностями в общество .....	136
<i>Руева М. Н.</i> Методические подходы к оценке инновационной активности организации .....	139
<i>Самойлович А. А.</i> YouTube как способ заработка.....	143
<i>Трегубова Я. И.</i> Пути позиционирования города Гомеля как регионального бренда ..	147
<i>Ушкова Н. С.</i> Особенности таможенного регулирования перемещения физическими лицами товаров для личного пользования .....	151
<i>Федоренко В. А.</i> Инновационное развитие Гомельской области: проблемы и пути их решения.....	154
<i>Харламова А. П.</i> Аудит эффективности как разновидность финансового контроля ...	158
<i>Шершень К. О.</i> Дистанционное банковское обслуживание как способ организации расчётов платёжными карточками .....	161
<i>Шершень Н. В.</i> Пути повышения качества кредитного портфеля коммерческих банков в Республике Беларусь .....	165
<i>Школяр В. А.</i> Налогообложение деятельности производителей сельскохозяйственной продукции: отечественный и зарубежный опыт.....	168
<i>Щемелёва Н. В.</i> Применение информационных технологий в Гомельской таможне....	172
<b>АВТОРЫ</b> .....	177



УДК 339.187.44:339.5:334.722.8:338.45 (476)

*А. П. Алексейков*

### **ОЦЕНКА ФРАНЧАЙЗИНГА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СП ЗАО «МИЛАВИЦА»**

*В статье рассмотрены основные виды франчайзинга. Сделан краткий обзор белорусской компаний, имеющих собственную франшизу. Изложены преимущества франшизы «MILAVITSA». Проанализирована деятельность компании в области франчайзинга на внутреннем и зарубежном рынках. Предложены рекомендации по развитию франчайзинговой деятельности предприятия с учетом кризисных явлений в экономике.*

Сегодня в Республике Беларусь уже никого не удивить товарами и услугами, обозначенными известнейшими товарными знаками таких фирм как «Кока-кола», «Адидас», «Ксерокс», «Шелл» и многих других. Эти товарные знаки однозначно ассоциируются у потребителей с определенным производителем, имеющим высокую репутацию, и косвенно указывают на высокое качество товаров и услуг. Одним из эффективных каналов дистрибуции, по которому эти товары распространяются внутри стран и по всему миру, является франчайзинг.

Многочисленные источники предлагают обширное число определений, и все они сводятся к одному: термин

*Деловой франчайзинг (франчайзинг бизнес-формата)* является наиболее перспективным, поскольку он подразумевает передачу не только товарного знака, но и технологии ведения бизнеса, отработанной и апробированной фирмой – франчайзером.

Франчайзинг бизнес-формата предполагает составление франчайзером обширного пакета сопутствующих аренде торговой марки документов – так называемого brand-book, включающего в себя детальные технологии ведения бизнеса и правила, вплоть до параметров работы с недвижимостью [2].

На сегодняшний день среди Белорусских компаний лишь 13 являются членами ассоциации франчайзинга, т. е. имеют собственную франшизу: (belfranchaising.by). Группа Компаний ПРЕМИЯ, АЕСервис, ООО «Репортер Бай», НТС – бренд «Родная сторона», «Пицца Смайл», «Манга», Лесенка, TEXX, Remax, Oranjet, Goodburger, Кофе Саунд, FitCurves [3].

Самым крупным представителем является Компания «Мисофт», у которой из приблизительно 120 дилеров на условиях франчайзи работает 40 представителей. Компания «Мисофт» также занимается продвижением программных продуктов «1С» на белорусском рынке. Затем следует отметить Компанию «Дансис» (торговая марка «Мобильный город»), у которой на территории Республики Беларусь работает 16 франчайзи.

Присутствуют на нашем рынке и такие всемирно известные бренды, как «Mc`Donald`s» и «Coca-Cola», но не как франчайзи, а как корпоративные иностранные предприятия.

По приблизительным оценкам Центра развития франчайзинга большинство франшизных торговых марок, около 80 % , работает в сфере розничного бизнеса, около 15 % – в сфере общественного питания и не более 5 % – в других сферах.

В статье объектом исследования является компания «MILAVITSA», имеющая торговую сеть на зарубежном рынке на основе франчайзинга.

Возникновение компании приходится на начало XX века. В 1908 году братья Турнье из французского городка неподалеку от Лиона основали в Минске фабрику по производству дамских гребней Франсуа Турне. Однако вскоре революционные катаклизмы 1917 года разрушили фабрику.

В 1929 году на базе фабрики братьев Турнье построена государственная галантерейная фабрика «Белоруска». Начав с пуговиц, гребней и расчесок, предприятие в 40–50-х годах постепенно перестраивается на швейное производство, и с 1964 года фабрика специализируется на выпуске корсетных изделий. С 1970 года предприятие стало известно в составе швейного объединения «Комсомолка». Все цеха головного предприятия переведены в новое помещение.

В 1991 год дал фабрике второе рождение и новое имя – швейная фирма «Милавица», которое как нельзя лучше отражает красоту, гармонию и тайну изделий предприятия. Милавица – старинное белорусское название звезды Венеры в предрассветном небе.

Одним из лидеров среди отраслей в Беларуси является легкая промышленность, компания «Милавица», являясь ее представителем, занимает верхнюю строчку рейтинга национальных брендов. Бренд «MILAVITSA» стал популярен не только внутри страны, но и далеко за ее пределами, сегодня является главным представителем белорусской легкой промышленности на внешних рынках, и все больше обретает в своем значении синоним «качество». Бренд «MILAVITSA» вместе с первым местом в рейтинге самых дорогих брендов Беларуси получил оценку в \$ 60 млн.

Сильный продуктовый бренд в привлекательном торговом формате – основа франшизы, которую компания «Милавица» предлагает своим торговым партнерам в качестве возможности надежного и перспективного бизнеса. Многолетний практический

опыт компании в развитии собственной розничной сети положен в основу франчайзингового партнерства.

В 1992 году в Минске был открыт первый фирменный магазин «Милавица».

Магазины «Милавица» работают в наиболее емком розничном сегменте бельевых магазинов средней ценовой категории, что обеспечивает стабильно высокий покупательский спрос и продажи.

В 1998 году компания запустила программу франчайзинга. Компания «Милавица» развивает свою франчайзинговую сеть без паушального взноса. Во франчайзинге под паушальной ценой (взносом) подразумевают одноразовый платеж нового владельца торговой точки франчайзеру за вход на рынок под известной торговой маркой.

Преимущества франшизы «MILAVITSA»:

- высокая узнаваемость бренда;
- востребованный продукт в наиболее емком сегменте бельевого ритейла;
- сформированный круг лояльных покупателей;
- доступный объем инвестиций в открытие магазина;
- эффективная логистика поставок;
- системная поддержка франчайзи на всех этапах создания и функционирования магазина;
- отсутствие вступительного (паушального) взноса и роялти [4].

В настоящее время успешно функционируют более 600 магазинов «Милавица» в 23 странах мира: Россия, Беларусь, Украина, Казахстан, Молдавия, Туркменистан, Германия, Словения, Латвия, Литва, Эстония, Армения, Азербайджан, Киргизия, Узбекистан, ЮАР, Бельгия, Италия, Польша, Сербия, Болгария, ОАЭ и Бахрейн [4].

Франчайзинговая деятельность компании «Милавица» с каждым годом развивается все более успешно. Первая франшиза была продана в Россию в 2006 году. На территории России франчайзинговая сеть включает 368 магазинов в 132 городах [5], их наибольшее количество – в Москве. В Украине действует 80 магазинов, в Европейском Союзе – 120 [1].

Сравнение главных конкурентов СП ЗАО «Милавица» в странах СНГ и Европы (компаний нижнего белья Intimissimi, Incanto, Etam, Calzedonia, Atlantic) приведено в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика франшиз компаний-конкурентов

Показатели	MILAVITSA	Intimissimi	Incanto	Etam	Calzedonia	Atlantic
Количество франчайзинговых объектов	600	950	101	70	1200	170
Начальный капитал, тыс. €	от 20	от 140 до 200	60	150	от 100 до 200	–
Паушальный взнос, тыс. €	–	5	–	5	5	–
Роялти	–	–	–	2–7 %	1 тыс. €	–
Стоимость торгового оборудования, тыс. €	Предоставляются скидки	40	Не указана	30	30	Не указана
Средний срок возврата инвестиций, лет	2	1,5–2	2	2	1,5–2	2–3

По данным таблицы видно, что компания «Милавица» предлагает самую низкую цену за покупку своей франшизы. В то же время, в отличие от большинства ее конкурентов, она не требует первоначального взноса и роялти и предоставляет финансовую поддержку при закупке торгового оборудования. Сравнив показатели срока окупаемости франшиз представленных компаний, которые находятся в диапазоне 1,5–3 лет, можно сделать вывод о целесообразности покупки франшизы компании «Милавица» и наличии у нее ряда преимуществ.

В 2015 году компания «Милавица» заняла четвертую строчку в «Рейтинге ТОП-100 франшиз» на российском рынке, который составил специализированный портал БиБосс.ру. Некоммерческий проект «Рейтинг ТОП-100 франшиз» БиБосс.ру – это первый в Рунете независимый и самый полный рейтинг франчайзинговых предложений, основанный на объективных данных, полученных от франчайзеров и из независимых источников. Попадание компании в рейтинг, независимо от места, является показателем высокого качества и крепкой позиции предлагаемого бренда на рынке. Франшизы Рейтинга ТОП-100 имеют стабильный положительный темп открытий, низкое количество закрытых предприятий и хорошие показатели окупаемости [5].

Среди остальных производителей женского белья, которые развивают продажи своей продукции по франшизе, это самая высокая позиция. Кроме компании «Милавица», в рейтинге франшиз есть и другие бренды женского белья: Dimanche Lingerie (80 позиция в рейтинге), Incanto (82 позиция), «Парижанка» (85 позиция) [5].

В связи с кризисными явлениями в экономике произошло падение объемов продаж предприятия, оценка которых представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Объемы продаж СП ЗАО «Милавица» за 2014–2015 гг.

Рынки	Объемы продаж по годам, тыс. €		Процент роста (снижение) объемов продаж	Процент от оборота по годам	
	2014	2015		2014	2015
Россия	55 266	34 507	- 37,6	54,8	52,9
Беларусь	29 982	20 896	-30,3	29,7	32
Казахстан	3 777	2 940	-22,2	3,7	4,5
Украина	4 352	1 976	-54,6	4,3	3
Страны Балтии	3 146	1 832	-41,8	3,1	2,8
Другие рынки	4 354	3 109	-28,4	4,3	4,8
Итого	100 868	65 260	-35,4	100	100

В 2015 году произошло снижение продаж на всех рынках. Основные причины падения продаж, которые называются в финансовой отчетности предприятия – общие для всего сегмента производителей одежды и белья в Беларуси, России, Казахстане и Украине:

- девальвация национальных валют, высокие темпы инфляции, растущая безработица (в том числе и скрытая). Все это повлекло снижение спроса;
- будущие ожидания потребителей – отрицательные. По данным Белстата, в 2015 г. в текстильной и швейной промышленности производство упало на 14,1 % (по сравнению с 2014 г.). Выпуск корсетных изделий уменьшился на 37,4 %. По прогнозу падение продаж в сегменте, в котором работает компания, продолжится и в 2016 г.

Для сохранения и развития франчайзинговой сети предприятия предложены следующие мероприятия:

1 Оптимизация объемов продаж путем увеличения числа коллекций, включая такой сегмент, как изделия больших размеров.

2 Корректировка ценовой политики предприятия. На падение спроса на текстильную продукцию белорусских производителей влияет и ценовая конкуренция товаров из соседних стран. По оценкам экспертов, размер заработной платы в текстильной

и швейной промышленности в нашей стране выше, чем у производителей из России и стран Юго-Восточной Азии, что сказывается на конечной стоимости изделий.

3 Увеличение продаж в России, так как больше половины продукции экспортируется в Российскую Федерацию, в том числе для этого в октябре 2015 был открыт склад Cash&Carry. Это позволит поддерживать необходимый ассортимент и качество товарных запасов, что будет удобно в т.ч. оптовым партнерам.

Цены на аренду недвижимости в Москве дошли до разумного уровня. Это позволяет торговым объектам работать рентабельно, а также открывать новые магазины. В IV квартале прошлого года в России были открыты 5 собственных магазинов. В январе 2016 г. еще один магазин появился в Московской области.

4 В 2016 году компания планирует развивать розничную сеть в нашей стране. Сейчас в Республике Беларусь работает 51 собственных магазинов компании и 6 по франшизе.

В конце 2015 г. арендодатели (особенно в Минске) отказывались признать, что в белорусской экономике произошли негативные изменения. Они неохотно шли на переговоры по более благоприятным условиям аренды. Однако в 2016 г., арендодатели поменяли свое отношение. На примере минского ТЦ «Столица» можно увидеть изменение условий аренды помещений:

– компания рассматривает предложения по бесплатной сдаче в аренду помещений в первые три месяца (оплата только коммунальных платежей). В следующие 3 месяца условия аренды – лояльные;

– площадки для магазинов белорусских производителей предоставляются без аукциона.

Изменение условий аренды помещений позволило в начале февраля в минском ТЦ «Столица» открыть новый магазин «Милавица».

Всего за 2016 год планируется открыть 15 магазинов. Около половины из них будут работать в Минске, остальные – в регионах (Пинск, Барановичи, Мозырь, Бобруйск). Расширение будет происходить как за счет собственной сети, так и через продажу франшизы.

Проанализировав франчайзинговую деятельность компании «Милавица», можно констатировать ее успех не только на национальном рынке, но и за рубежом. Сегодня, когда компания имеет многолетний опыт работы в сфере легкой промышленности, ее производство отлажено, и качество продукции не подвергается сомнениям, компании «Милавица» стоит направить все усилия на освоение и утверждение своих позиций на Европейском рынке. Компании стоит разработать цельную концепцию продвижения бренда «MILAVITSA» на западный рынок и применить ее в ближайшем будущем, т. к. компания имеет все шансы на успех. Одним из возможных вариантов осуществления этой идеи является продажа франшиз европейским инвесторам.

## Литература

1 Электронная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа: 16.04.2016.

2 Андрощук, Г. Франчайзинг: особенности, типовые структуры, задачи развития / Г. Андрощук, В. Денисюк // Предпринимательство, хозяйство и право. – 2006. – № 11. – С. 27–33.

3 Белорусская ассоциация франчайзеров и франчайзи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belfranchaising.by>. – Дата доступа: 18.04.2016.

4 Официальный сайт компании «MILAVITSA» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://milavitsa.by>. – Дата доступа: 18.04.2016.

5 Рейтинг ТОП-100 франшиз. Портал БиБосс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beboss.ru/rating/2015>. – Дата доступа: 18.04.2016.

*С. В. Афанасенко*

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

*В статье приведены основные понятия, элементы, задачи мерчандайзинга. На примере магазина «Евроопт», расположенного по адресу г. Гомель, ул. Владимирова, 16, рассмотрены инструменты и методы мерчандайзинга. Проанализировано использование в магазине POS-материалов, способствующих продвижению бренда или товара в местах продаж.*

**Мерчандайзинг** (от англ. *merchandising*) – часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара в магазине [1].

Мерчандайзинг призван определять набор продаваемых в розничном магазине товаров, способы выкладки товаров, снабжение их рекламными материалами, цены.

Выкладка товаров является одним из основных элементов системы мерчандайзинга.

Можно выделить пять основных инструментов мерчандайзинга:

- место размещения и площадь выкладки товаров в рамках продуктовой линейки;
- планировка торгового зала;
- спецвыкладки;
- использование рекламных материалов;
- место размещения и площадь выкладки продуктовой линейки [2].

**Задачи мерчандайзинга:**

- информирование покупателя о месте нахождения выкладки товара;
- предоставление максимально полной информации о сути товара и цене;
- привлечение максимального внимания к конкретному месту выкладки товара;
- воздействие на покупателя с целью убеждения его сделать покупку немедленно, «Здесь и сейчас!»;
- предотвращение наступления товара-конкурента методами повсеместного брендинга – POS материалы, фирменное торговое оборудование, промоутеры;
- инструмент предоставления послепродажного сервиса и поддержки;
- поддержка самого магазина, стремление повысить его доход при продаже товара, а, следовательно – увеличение объемов закупок.

**Рассмотрим инструменты и методы мерчандайзинга, используемые в магазине «Евроопт», расположенного по адресу г. Гомель, ул. Владимирова, 16.**

Грамотно разместив в магазине товарные категории и учитывая поведение покупателей, можно увеличить в целом продажи магазина.

В магазине «Евроопт» выкладкой товара занимаются продавцы, закрепленные за своим отделом (бакалея, кондитерские изделия). Однако есть и проходящий мерчандайзер, который занимается расположением конкретной товарной группой в торговом зале (соки, детское питание, табачные изделия). Чаще всего это происходит при поступлении продукции изготовителя в магазин. Смешанная выкладка: по молочной продукции и предкассовой зоне. Непосредственно планограмма выкладки товара разрабатывается в Минске. На мой взгляд, этот метод довольно-таки удобный, так как не требует больших затрат на содержание мерчандайзера в структуре магазина.

Проанализируем используемые методы мерчандайзинга в магазине «Евроопт»:

- «Движение глаз». Движение глаз покупателя по полке напоминает чтение страницы с эпиграфом. Первый взгляд в правый верхний угол, далее волнообразное перемещение слева направо и сверху вниз. Это хорошо просматривается в отделе бакалейных товаров: изменение слева направо от наибольшей к наименьшей цене.

– «Принцип совместимости». Одна из наиболее опасных ошибок при выкладке – расположить в непосредственной близости товары, не совместимые по имиджу и по треблению. В данном магазине этого легко избежать, так как продовольственные и непродовольственные товары расположены на разных этажах.

– Цветокоррекция – с использованием приема «цветовой акцент», рост продаж можно довести до 90 %. К примеру, с помощью цветового акцентирования.

Цветовая гамма магазина подобрана с учетом психологии человека, с его реакцией на цвета. Стены в торговом зале покрашены только в теплые тона (желтоватый, бежевый), что располагает покупателей проводить в магазине больше времени. Также в зале присутствует красный цвет. Его можно увидеть на ценниках со скидкой, вывесках «красная цена», вставках на стенах в мясном отделе.

– «Золотой треугольник». Почти 90 % покупателей проходят одну треть помещения магазина и собираются выйти. Поэтому нужно главные товары размещать в зоне видимости от входа, обеспечить им хорошее представление и свободный подход. В магазине «Евроопте» вход, отдел хлебобулочных изделий или молочной продукции и касса образуют «золотой треугольник» (рисунок 1), на площади которого можно выложить товар, необходимый для быстрой продажи (дорогой, скоропортящийся, новый, сопутствующий).

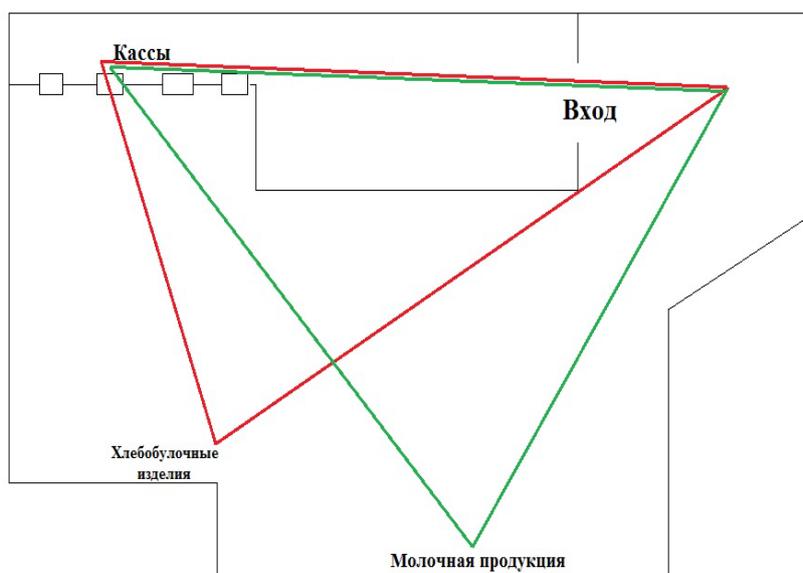


Рисунок 1 – «Золотой треугольник»

- Звуковое сопровождение. В магазине «Евроопт» не используется.
- Рациональная подача товара. В магазине основное освещение сделано таким образом, что ни один из отделов, проходов, прилавков не остается не освещенным.
- В «Евроопте» используется как горизонтальная, так и вертикальная выкладка. Но все-таки предпочтение отдается горизонтальной выкладке. Товары, выставленные в холодильниках, выложены вертикально. А товары, выставленные на стеллажах, – горизонтально.

Горизонтальная выкладка в «Евроопте» предполагает, что аналогичные товары различных марок занимают несколько полок. На полках представлены товары как известных, так и мало известных марок.

– Цветокоррекция – с использованием приема «цветовой акцент», рост продаж можно довести до 90 %. К примеру, с помощью цветового акцентирования.

Цветовая гамма магазина подобрана с учетом психологии человека, с его реакцией на цвета. Стены в торговом зале покрашены только в теплые тона (желтоватый, бежевый),

что располагает покупателей проводить в магазине больше времени. Также в зале присутствует красный цвет. Его можно увидеть на ценниках со скидкой, вывесках «красная цена» (рисунок 2), вставках на стенах [3].



Рисунок 2 – Метод цветокоррекции. «Красная цена»

Также хотелось поговорить о **POS-материалах**. **POS-материалы** – это материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж. Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции:

- дисплеи и мониторы хорошо стимулируют импульсные продажи;
- шелфтокеры в мерчандайзинге (рисунок 3) – реклама на полочном пространстве, представляет собой рекламное изображение на картонной, тканевой или пластмассовой основе, с помощью такой рекламы выгодно подчеркнуть местонахождение товара и товарный блок;



Рисунок 3 – Шелфтокеры

- стоп-шелфы также являются видом полочной рекламы, но уже на основе подвесных рекламных материалов;
- плакаты, настенные постеры, могут указывать на место расположения товара, акции или просто создать рекламу новинке и донести информацию о ее существовании посетителям. В магазине «Евроопт» активно используются плакаты и настенные постеры, размещенные на боковых стенках стеллажей и стенах;

- ценники. «Евроопт» использует ценники желтого цвета, а ценники красного цвета для товаров со скидкой или участвующих в акциях и специальных предложениях;
- флаеры, листовки, буклеты. В предкассовой зоне на стеллажах выложены листовки и буклеты, информирующие о действующих скидках на товары;
- джумби – это имитация продукта в достаточно увеличенном масштабе, выполненная из картона, пластика или мягкая, надувная. Во время проведения рекламных акций по активизации продаж новых товаров используются джумби, расположенные возле продаваемой продукции.

В качестве POS-материалов в мерчандайзинге выступает и оборудование для продажи: этажерки и горки, тумбы или специальные стойки для выставок (рисунок 4), презентаций и дегустаций; выставочные стенды, оформленные в цвета компании с нанесением товарных знаков и логотипов, продукция которых продается на данном оборудовании.



Рисунок 4 – Стойка

В качестве вывода необходимо отметить, что принципы и методы мерчандайзинга, используемые в сети магазинов «Евроопт», представлены в полном объеме. Расширенная информация о товарах в условиях значительного ассортимента реализуемой продукции позволяет улучшить качество обслуживания и повысить реализацию товаров. Единственное, что можно привести, это звуковое сопровождение. С помощью изменения ритма фоновой музыки, можно влиять на подсознание посетителей. К примеру, медленные, лирические мелодии влияют на сознание человека как расслабляющий фактор, тихая, спокойная музыка как бы призывает покупателей не спешить, подольше побродить по магазину, а это способствует увеличению количества незапланированных покупок. Такую музыку лучше всего ставить в утренние и дневные часы. Ритмичная музыка влияет на человека более бодряще, она помогает пробиться в обеденный час-пик и не дает уснуть в вечернее время, когда покупатель, уставший после рабочего дня, заходит в магазин, где звучит ритмичная музыка, он волей-неволей оживает. А в ночное время суток, ритмичная музыка действует бодряще на персонал, вынужденный работать всю ночь.

### Литература

- 1 Лопатин, В. В. Русский орфографический словарь / О. Е. Иванова, И. В. Нечаева, Л. К. Чельцова. – 2-е издание, испр. и доп. – М., 2004. – 960 с.
- 2 Нордфальт, Й. Ритейл-маркетинг: Практики и исследования / Й. Нордфальт. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 59 с.

УДК 333.22(476)

**О. А. Балацун**

## **НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

*В статье рассматриваются состояние и проблемы налоговой системы Республики Беларусь. Обобщены результаты реформирования системы налогообложения в стране. Проанализирована динамика налоговой нагрузки на экономику, структура налоговых доходов государства, позиция Беларуси в рейтинге «Ведение бизнеса» по показателю «Налогообложение». Сформулированы недостатки и определены направления повышения эффективности налогообложения в стране.*

Неотъемлемыми элементами экономической системы любой страны является институциональная структура и среда. Налоги и система налогообложения – одни из важнейших элементов финансовой инфраструктуры государства. От их эффективности зависят формирование конкурентоспособной экономики, создание предпосылок социального развития общества, повышение благосостояния населения.

Налоги – это обязательные платежи с юридических и физических лиц, взимаемые государством на основе государственного законодательства. Они выражают обязанность юридических и физических лиц участвовать в формировании финансовых ресурсов государства. Совокупность налогов, методы и принципы их построения образуют налоговую систему. Налоговая система в Республике Беларусь, как и многих государств, образовавшихся на постсоветском пространстве, находятся на стадии формирования.

Основные этапы реформирования к настоящему моменту пройдены. Начиная с 2006 г., применяемые налоги и сборы, приведены к стандартному перечню. В частности, отменены так называемые «оборотные налоги» с выручки, ухудшающие конкурентоспособность экономики, налог с продаж и иные местные сборы, снижено давление на фонд оплаты труда за счёт отмены отчислений в государственный фонд содействия занятости, сокращены сроки возврата из бюджета НДС экспортерам.

Помимо этого, обеспечено снижение ставок основных налогов, упрощён порядок их взимания, введены общепринятые стимулирующие механизмы, реализован комплекс мер по упрощению налогового администрирования (включая сокращение периодичности уплаты налогов и внедрение электронного декларирования), законодательство систематизировано в едином документе – Налоговом кодексе.

Одним из основных показателей изменения в системе налогообложения является уровень налоговой нагрузки на экономику, который рассчитывается как отношение налоговых доходов консолидированного бюджета к ВВП (таблица 1).

Таблица 1 – Уровень налоговой нагрузки на экономику Республики Беларусь, %

2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
27,3	24,7	26,0	25,4	24,3	26,1

В 2015 г. удельный вес налоговых доходов в доходах консолидированного бюджета составил 83,6 % и по сравнению с 2014 г. сократился на 2,6 процентного пункта (рисунок 1).

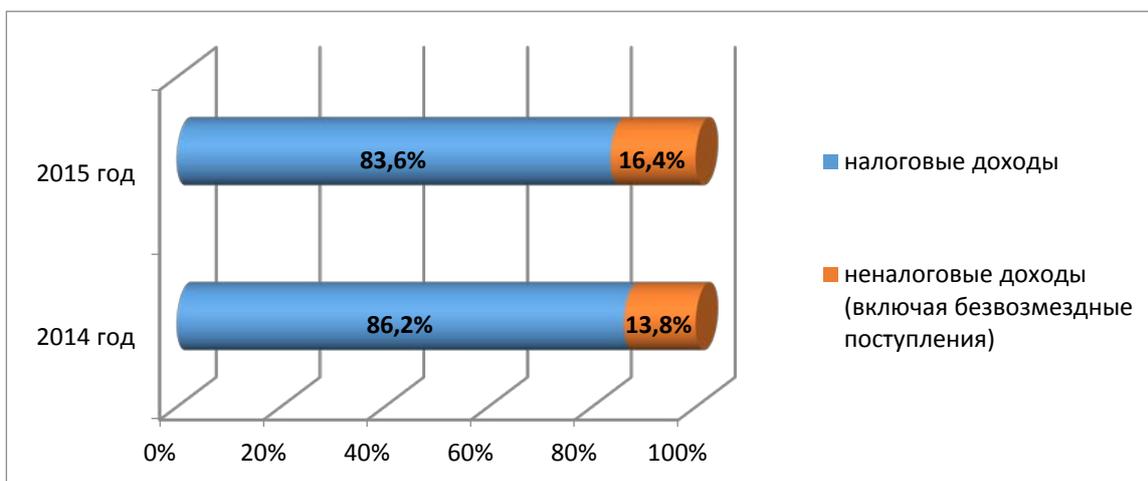


Рисунок 1 – Удельный вес налоговых доходов в доходах консолидированного бюджета за 2014–2015 гг.

Налоговая нагрузка на экономику Республики Беларусь на протяжении анализируемого периода не имела однозначной тенденции. В 2015 г. она находилась в пределах 26,1 % к ВВП и по сравнению с 2010 г. уменьшилась на 1,3 процентного пункта. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что вследствие упрощения системы налогообложения, снижения процентной ставки по некоторым видам налогов и отмены некоторых налоговых платежей уровень налоговой нагрузки на экономику снижается, а это в свою очередь способствует улучшению налогового климата на территории Беларуси.

Как по налоговой нагрузке, так и по ставкам основных налогов Беларусь соответствует уровню Европейского союза и стран ЕврАзЭС. В отдельных случаях (по налогу на прибыль, который составляет 18 %) мы выглядим даже более привлекательно, чем большинство государств. Однако основная ставка НДС составляет 20 %, которая выше аналогичных ставок этого налога у партнёров ЕврАзЭС. Так, ставка налога на добавленную стоимость в России и Казахстане составляет соответственно 18 % и 12 %.

Для Беларуси НДС является основным источником пополнения казны, на долю которого приходится более 32 % налоговых доходов бюджета. В структуре налоговых доходов бюджета за 2015 г. значительную долю составляют налоги от внешнеэкономической деятельности (17,6 %): подоходный налог (16,6 %), налог на прибыль (9,8 %), акцизы (8,7 %), налоги на собственность (5,5 %) (рисунок 2) [1].

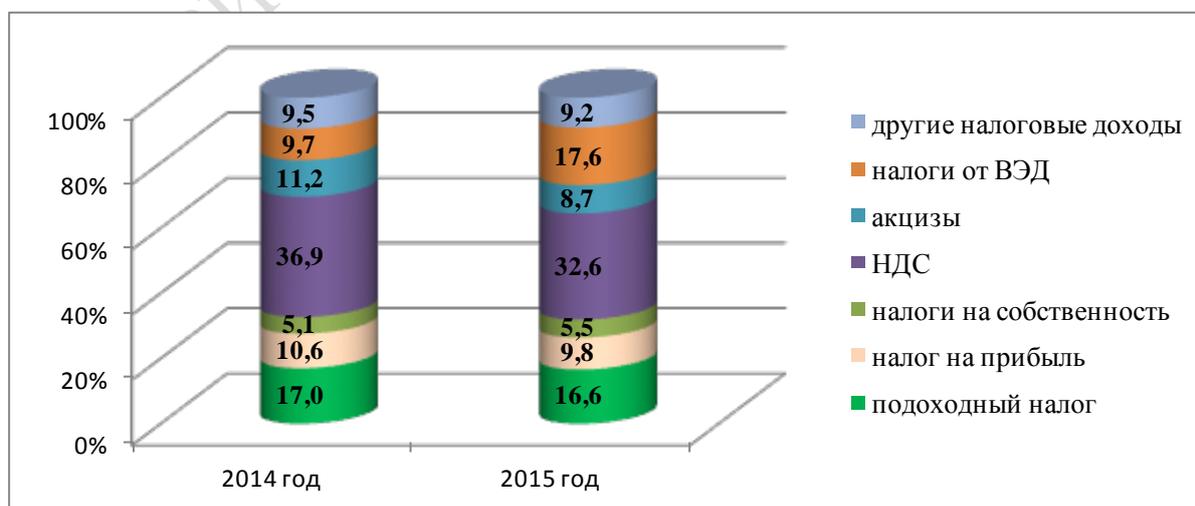


Рисунок 2 – Структура налоговых доходов бюджета за 2015 г. по основным источникам

Следует отметить значительное изменение структуры налоговых доходов за 2015 г. по сравнению с 2014 г. Обусловлено это, главным образом, увеличением поступлений доходов от внешнеэкономической деятельности (на 7,9 процентного пункта) за счет зачисления в 2015 г. в бюджет Республики Беларусь вывозных таможенных пошлин от экспорта нефтепродуктов и возобновления взимания вывозной таможенной пошлины на калийные удобрения.

В структуре консолидированного бюджета 59,9 % составляют доходы республиканского бюджета и 40,1 % – доходы местных бюджетов (без учета безвозмездных поступлений) (рисунок 3).

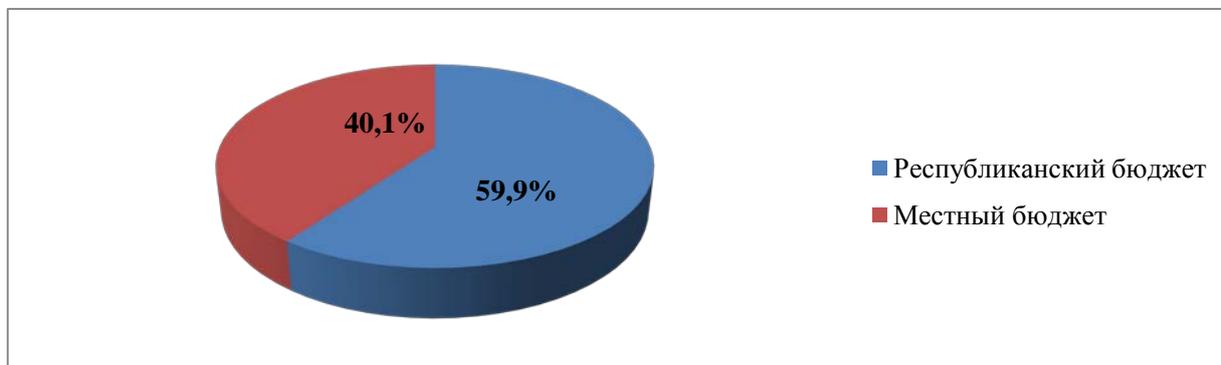


Рисунок 3 – Структура консолидированного бюджета за 2015 г.

Одним из наиболее известных рейтингов, отражающих привлекательность системы налогообложения, является ежегодный доклад Всемирного банка «Ведение бизнеса». Согласно докладу «Ведение бизнеса-2016», Беларусь занимает 63 место по показателю «Налогообложение» (рисунок 4). В период с 2011 г. по 2015 г. наблюдается значительный рост позиций Беларуси в рейтинге, однако в 2016 г. Беларусь расположилась несколько ниже [1].



Рисунок 4 – Позиция Беларуси в рейтинге «Ведение бизнеса» по показателю «Налогообложение»

В современной системе налогообложения в Республике Беларусь преобладают косвенные формы обложения, налоговая нагрузка неравномерно распределена между субъектами хозяйствования, а также система налогообложения характеризуется фискальной направленностью.

В целом же налоговая система Республики Беларусь имеет ряд недостатков:

– практикуется многократное обложение разными налогами одной и той же базы;

- несовершенство внутренней структуры налогообложения, что выражается в доминировании косвенных налогов по сравнению с прямыми;
- регулирование налогов осуществляется с помощью многочисленных нормативных актов, инструктивных и методических материалов, принимаемых органами исполнительной власти;
- роль налоговой инспекции сужена до наложения штрафных санкций вместо активной профилактики налоговых нарушений;
- сложность и нестабильность налогового законодательства.

Для повышения эффективности налоговой системы большую значимость на современном этапе начинают приобретать не изменение ставок основных налогов, а вопросы улучшения их качественных характеристик, включая налоговое администрирование и систему взаимоотношений с плательщиками, обеспечение стабильности и предсказуемости налогового законодательства.

Таким образом, для совершенствования налоговой системы необходимо:

- продолжить работу по оптимизации состава налоговых преференций;
- повысить роль имущественных налогов;
- обеспечить дальнейшее совершенствование особых режимов налогообложения;
- улучшить качественные характеристики основных налогов, обеспечить стабильность и предсказуемость налогового законодательства;
- обеспечить переход на электронное «бесконтактное» обслуживание плательщиков при осуществлении налогового администрирования.

### Литература

1 Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2016. – URL: <http://www.minfin.gov.by> (дата обращения: 15.04.2016).

УДК 339.721:336.71 (476)

*А. С. Богомолова*

### ЛИКВИДНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

*В статье рассмотрены проблемы ликвидности белорусских банков. Акцентируется внимание на динамике ликвидности и состоянии экономики страны, оказывающей ключевое влияние на банковскую ликвидность. Предложены пути улучшения состояния ликвидности банка.*

Ликвидность и платежеспособность – основополагающие составляющие эффективной деятельности коммерческого банка. Поэтому возникающие проблемы ликвидности и платежеспособности в первую очередь влияют на деятельность банка, а, следовательно, связаны с неэффективным управлением ликвидностью. Под ликвидностью банка понимается способность выполнить в срок свои обязательства. Управление ликвидностью в коммерческом банке – сложный многофакторный процесс деятельности банка, требующий взвешенности и обоснованности применяемых управленческих решений, проведения всестороннего анализа и прогнозирования тенденций развития, оценки рисков [1, с. 131–134.]. В банковской системе Республики Беларусь а последнее время сложилась непростая ситуация с ликвидностью. Огромное влияние на ликвидность белорусской банковской системы оказывает ситуация в экономической сфере.

По итогам 2015 г. белорусская экономика упала на 3,9 % по сравнению с 2014 г. В денежном выражении валовой внутренний продукт (ВВП) Беларуси составил 869,7 трлн. руб. Во многом это было вызвано ухудшением финансового состояния белорусских предприятий – увеличением числа убыточных предприятий, сокращением выпуска промышленной продукции и ростом складских запасов. Данное состояние экономики отрицательно сказалось на банковской системе страны – наблюдался рост проблемных активов, т. к. предприятия являются главными заёмщиками коммерческих банков. За 2015 г. проблемные активы белорусских банков удвоились и составляли на начало 2016 г. 27,7 трлн. руб. При этом доля проблемных активов в совокупных банковских активах выросла за 2015 г. с 4,4 до 6,8% [2, с. 8].

Представим динамику роста доли проблемных активов в активах, подверженных кредитному риску за 2012–2015 гг. (рисунок 1). Данные Национального банка Республики Беларусь показывают, что качество кредитных портфелей банков ухудшалось в основном из-за компаний трех секторов: сельского хозяйства, промышленности и строительства. В частности, на сельхозпредприятия и предприятия обрабатывающей промышленности приходилось более 50 % всех проблемных долгов. Также высокими темпами наращивали «плохие» долги предприятия строительной отрасли [3]. Еще одной причиной роста проблемных активов явилось то обстоятельство, что кредиты, выданные ранее заёмщикам, были номинированы в иностранной валюте (в последние годы ставки по рублевым кредитам были достаточно высокими). В августе регулятор принял Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 24 августа 2015 г. № 508 «О внесении изменений в Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 27 октября 2011 г. № 473», в соответствии с которым с 1 сентября для банков был увеличен норматив обязательных резервов с 7 % до 8 %. Рост норматива обязательных резервов и изменение порядка формирования специальных резервов на покрытие возможных убытков были направлены на снижение давления, оказываемого банковской системой на курс белорусского рубля. Увеличением размера отчислений в фонд обязательных резервов (ФОР) Национальный банк рассчитывал усилить давление на рублевую ликвидность в расчете на то, что банки для восстановления уровня ликвидности начнут активнее продавать валюту, тем самым влияя на курс рубля [4].

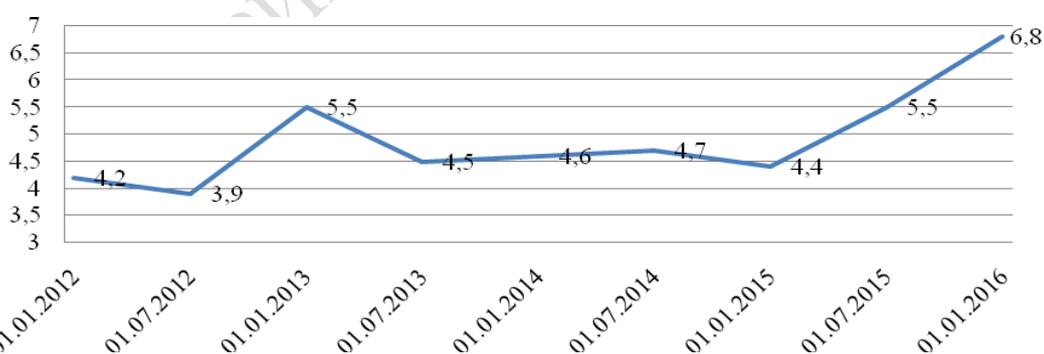


Рисунок 1 – Доля проблемных активов в динамике за 2012–2015 гг., %

На рисунке 2 представлена динамика официального курса белорусского рубля по отношению к иностранной валюте и корзине иностранных валют в период с 01.01.2015 по 01.01.2016 гг. По данным рисунка 2 видно, что в августе 2015 г. произошло резкое ослабление курса белорусского рубля ко всем основным валютам, что отразилось на деятельности банков. К доллару курс рубля снизился на 15,2 %, к евро – на 18,5 %, к российскому рублю – на 1,8 %. Резкая девальвация белорусского рубля вызвала

повышенный спрос на валюту на внутреннем рынке в августе 2015 г. Как следствие резко вырос отток рублевых депозитов из банковской системы, что отразилось на уровне ликвидности в банках.

За указанный период банки зафиксировали снижение объема срочных депозитов физических лиц в размере почти 4,0 трлн. бел. руб., что стало рекордом в 2015 г. Давление вкладчиков на рублевую ликвидность продолжилось в сентябре. Дополнительным фактором давления стало падение реальных доходов.

Объем срочных депозитов населения по итогам сентября сократился еще на 1,0 трлн. руб. Суммарно за III квартал коммерческие банки потеряли 5,2 трлн. руб. срочных рублевых депозитов физических лиц (без учета процентов). Данные факторы негативно сказались на уровне рублевой ликвидности в системе. Из состояния избытка ликвидности банковская система в августе 2015 г. перешла к ее дефициту. В результате во второй половине августа Национальный банк возобновил операции по поддержанию текущей ликвидности, как на двусторонней, так и на аукционной основе. В течение двух месяцев состоялись 5 ломбардных кредитных аукционов и 5 аукционов своп, совокупные обороты по которым составили 6270,2 млрд. руб. и 2436,6 млрд. руб. соответственно. Средневзвешенная ставка по ломбардным кредитным аукционам колебалась в пределах 28,4–30,0 % годовых, по аукционам своп – в пределах 29,6–30,6 % годовых. К концу сентября 2015 г. ситуация с ликвидностью в системе заметно улучшилась. Одновременно в III квартале 2015 г. (в июле–августе) Национальный банк проводил операции по изъятию ликвидности. Оборот по продаже облигаций составил 37384,6 млрд. руб.[4].

Для стабилизации ситуации в банковской системе в ноябре 2015 г. были приняты меры структурного характера, а именно – Декрет № 7 и сопутствующие ему рекомендации Национального банка. Нормы данного декрета позволяют банкам снизить ставки по кредитам, потому что они могут четко понимать, какой объем ликвидности на возвратной основе они должны держать, а какой – на отзывной. Как следствие, к концу 2015 г. средняя процентная ставка по вновь привлекаемым срочным рублевым вкладам населения снизилась до 24,6 % годовых, по вновь выдаваемым кредитам юридических лиц – до 34,3 % годовых [2]. Однако плавное снижение депозитов населения в банковской системе продолжается до сих пор. За январь – февраль 2016 года срочные рублевые вклады населения сократились на 1,86 трлн. руб., или на 7,1 %, в том числе за февраль – на 368,9 млрд. руб., или на 1,5 %. Срочные валютные депозиты населения за аналогичный период сократились на 1,9 %, или на 142,4 млн. долл. США, в том числе за февраль – на 1,5 %, или на 116,6 млн. долл. США [5].

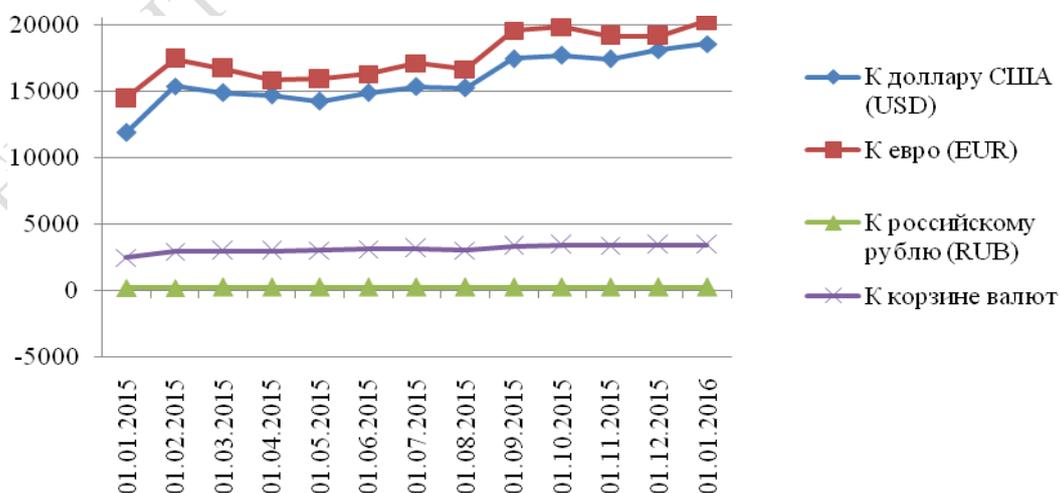


Рисунок 2 – Официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранной валюте и корзине иностранных валют с 01.01.2015 по 01.01.2016 гг.

Представим динамику прироста (оттока) срочных рублевых и валютных депозитов населения в период с января 2015 г. по февраль 2016 г. на рисунках 3 и 4.

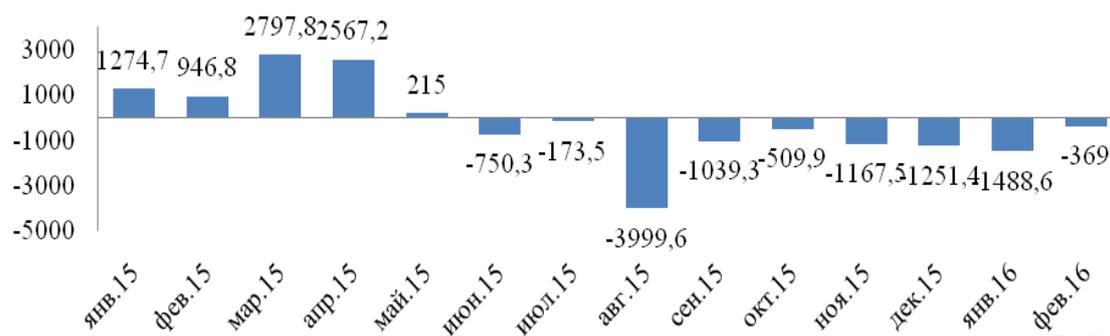


Рисунок 3 – Динамика прироста (оттока) срочных рублевых депозитов физических лиц в 2015 г. и январе–феврале 2016 г., в млрд. руб.

В отличие от физических лиц срочные валютные вклады юридических лиц продолжают расти. За февраль размер вкладов увеличился на 15,8 млн. долл. США, суммарно за два месяца – на 84,6 млн. долл. США. На 1 марта объем срочных валютных вкладов субъектов хозяйствования составил 2264,9 млн. долл. США. В то же время срочные рублевые вклады компаний продолжают сокращаться. За февраль объем вкладов уменьшился еще на 0,6 трлн. руб. после снижения в январе на 2,4 трлн. руб. В этот период также замедлился темп снижения срочных рублевых вкладов субъектов хозяйствования. Всего на 1 марта 2016 г. объем срочных рублевых вкладов юридических лиц составил 17,2 трлн. руб. Переводные рублевые депозиты юридических лиц за февраль 2016 г. наоборот увеличились на 2,7 трлн. бел. руб. после роста в январе 2016 г. на 3,4 трлн. руб.

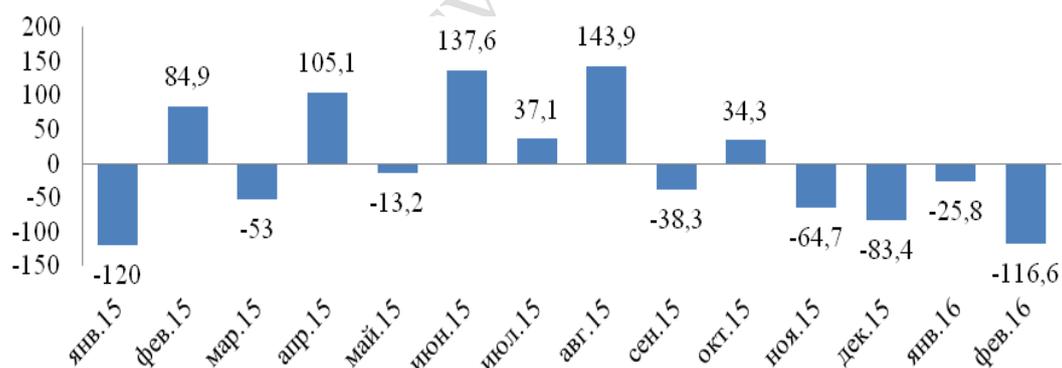


Рисунок 4 – Динамика прироста (оттока) срочных валютных депозитов физических лиц в 2015 г. и январе–феврале 2016 г., в млн. долл. США

На 1 марта 2016 г. на переводных счетах компаний находилось 13,7 трлн. руб. депозитов. Переводные валютные депозиты юридических лиц в феврале 2016 г. уменьшились на 61,2 млн. долл. США до 1382,9 млн. долл. США. Ситуация на депозитном рынке незначительно повлияла на структуру рублевых и валютных депозитов в системе. Если на 1 февраля 2016 года доля переводных и срочных рублевых депозитов физических лиц и юридических лиц в общем объеме вкладов составляла 21,0 %, то на начало марта текущего года доля выросла до 21,3 %.

В то же время доля срочных и переводных валютных вкладов населения и субъектов хозяйствования снизилась за месяц с 79,0 % до 78,7 %. Население за февраль 2016 г.

уменьшило долю срочных валютных депозитов в банках с 51,4 % до 51,2 % и одновременно уменьшило долю срочных рублевых вкладов с 7,8 % до 7,7 % [6]. На рисунке 5 представим структуру депозитов юридических и физических лиц с 01.01.2016 по 01.03.2016 гг.



Рисунок 5 – Структура депозитов физических и юридических лиц, в %

Таким образом, ухудшение состояния экономики, резкий отток депозитов и увеличение резервных требований сказываются на уровне рублевой ликвидности в банковской системе. Для повышения ликвидности банковское внимание следует уделить финансовому рынку, т. к. от его развития во многом зависит уровень ликвидности. В общем же стабильность банковской системы определяется, в первую очередь, эффективной работой реального сектора экономики. Укрепление белорусского рубля, высокая стабильность, как следствие, дадут толчок притоку «длинных» денег в экономику и стабилизируют ситуацию с банковской ликвидностью.

### Литература

- 1 Гатаулина, А. А. Проблемы ликвидности и платежеспособности коммерческого банка на современном этапе/ А. А. Гатаулина // Молодой ученый. – 2012. – № 6. – С. 131–134.
- 2 Доклад члена Правления, заместителя Председателя Правления Национального банка Республики Беларусь С. В. Калечица на расширенном заседании Правления // Банковский вестник. – 2016. – № 2/631. – С. 8.
- 3 Государственные и частные компании увеличивают проблемные долги по банковским кредитам [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://doingbusiness.by> (дата обращения: 03.04.2016).
- 4 Рейтинг эффективности белорусских банков за 9 месяцев 2015 г.: ужесточение резервных требований и девальвация рубля [Электронный ресурс] – 2015. – URL: <http://doingbusiness.by> (дата обращения: 03.04.2016).
- 5 День смеха белорусские вкладчики ждут с грустью [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://naviny.by> (дата обращения: 14.03.2016).
- 6 В банках замедлился отток рублевых и усилился отток валютных вкладов физлиц [Электронный ресурс] – 2016. – URL: <http://doingbusiness.by> (дата обращения: 04.04.2016).

*Е. И. Бородина*

## **КРЕДИТНЫЕ ДЕРИВАТИВЫ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ РИСКА В КРЕДИТНОМ ПОРТФЕЛЕ БАНКА**

*Кредитный портфель банков подвержен в достаточно большой степени кредитному риску, поэтому в банковском риск-менеджменте разрабатывается комплекс мер по диверсификации рисков с целью их минимизации. В статье рассмотрено использование кредитных деривативов как возможного инструмента снижения кредитного риска в банке на примере ОАО «Белагропромбанк» – Гомельское областное управление.*

Одним из способов снижения концентрации риска в кредитном портфеле банка может быть использование кредитных деривативов в операциях хеджирования. Кредитные деривативы – это производные инструменты, предназначенные для управления кредитными рисками. Они отличаются от обычных производных инструментов тем, что имеют дело с собственно кредитным риском, в то время как традиционные производные инструменты сфокусированы на рыночных факторах риска, таких как курсы валют, цены, индексы или процентные ставки [1, 2, 3].

Сущность кредитного дериватива заключается в его способности передать часть или весь объем кредитного риска определенных финансовых активов третьему лицу за вознаграждение, при этом «ценой исполнения» подобного дериватива будет являться заранее оговоренное кредитное событие (например, дефолт контрагента, понижение кредитных рейтингов и т. п.). Рассмотрим возможность использования белорусскими банками таких кредитных деривативов, как кредитный дефолтный своп (CDS), корзинный дефолтный своп и кредитная нота:

– *Кредитный дефолтный своп* – это внебиржевой контракт, обязывающий покупателя кредитной защиты регулярно уплачивать премию (спрэд) продавцу кредитной защиты, а продавца кредитной защиты – компенсационный платеж в случае наступления кредитного события, например, дефолта, по базовому обязательству определенного эмитента. В случае отсутствия кредитного события выплаты будут происходить только в виде обязательной премии, которая была оговорена сторонами заранее. Сама премия будет рассчитываться так, чтобы справедливая стоимость по контракту была равна нулю, и ожидаемые дисконтированные потоки для обеих сторон были эквивалентны.

Кредитное событие по CDS признается, если эмитент, несущий обязательства перед стороной – покупателем, признан банкротом; в отношении эмитента объявлен дефолт; объявлена реструктуризация в отношении обязательств эмитента; эмитент не произвел обязательных выплат в срок; в отношении эмитента со стороны регулирующих органов власти объявлены санкции или признано этими органами власти наличие проблем платежеспособности. Понижение кредитного рейтинга рейтинговыми агентствами при этом не признается кредитным событием.

Рассмотрим пример использования хеджирования кредита с использованием CDS. Предположим, что филиал ОАО «Белагропромбанк» – Гомельское областное управление выдал кредит субъекту агроэкотуризма сроком на 5 лет в размере 100 млн. руб. Выплаты по кредиту производятся ежемесячно. Прошло два года. Конъюнктура для субъектов, осуществляющих данную деятельность, ухудшилась. Банк полагает, что риск неплатежей субъекта агроэкотуризма по своим обязательствам увеличится, поэтому он заключает с продавцом кредитной защиты А CDS-контракт. Номинал свопа равен 100 млн. руб., базовый актив – кредит, выданный субъекту агроэкотуризма, срок действия свопа – пять лет. В качестве кредитного события рассматривается любая невыплата

по кредиту. В случае наступления кредитного события продавец кредитной защиты обязуется погасить их по номиналу (оговоренной номинальной сумме свопа), т. е. выплатить банку 100 млн. руб. По кредитному дефолтному свопу банк обязуется уплачивать продавцу защиты ежеквартально премию в размере 1,6 % от номинала свопа в расчете на год по правилу:

$$\text{Квартальный платеж} = \text{Номинал свопа} \times \text{Ставка премии} \times \frac{\text{фактическое количество дней в квартале}}{360}.$$

Премия должна уплачиваться регулярно до наступления кредитного события. Если кредитное событие не наступает, банк выплачивает продавцу защиты премию в размере 0,02 % годовых. Допустим, через два года кредитор-получатель банка не смог осуществить очередную выплату по кредиту. Тогда банк уплачивает продавцу кредитной защиты последнюю премию за истекший период, а продавец кредитной защиты выплачивает банку платеж в размере оговоренного номинала. Таким образом, с помощью CDS филиал ОАО «Белагропромбанк» ГОУ застраховался от потери суммы выданного кредита субъекту агроэкотуризма на 100 млн. руб. (таблица 1).

Таблица 1 – Денежные потоки сторон, заключивших CDS при двух сценариях

Период	Платежи банка, если кредитное событие не наступило	Платежи продавца защиты, если кредитное событие не наступило	Платежи банка, если кредитное событие наступило	Платежи продавца защиты, если кредитное событие наступило через 2 года
1	1 000 000	0	1 000 000	0
2	1 000 000	0	1 000 000	0
3	1 000 000	0	1 000 000	0
4	1 000 000	0	1 000 000	100 000 000
5	1 000 000	0		
6	1 000 000	0		
7	1 000 000	0		
8	1 000 000	0		
9	1 000 000	0		
10	1 000 000	0		
Финансовый результат	-10 000 000	+10 000 000	+96 000 000	-96 000 000

– *Корзинный дефолтный своп* бывает двух видов: свопы по *n*-му дефолту и субординированные дефолтные свопы. Такие сделки можно заключить относительно портфеля корпоративных облигаций. В свопах по *n*-му дефолту продавец защиты уплачивает компенсацию покупателю защиты только при наступлении кредитного события по *n*-му дефолту. При наступлении кредитного события действие свопа прекращается. При субординированных корзинных свопах оговаривается максимальная сумма платежа по всему свопу, а также максимальный платеж по каждому эмитенту, в отношении обязательств которого заключен своп. При наступлении кредитных событий по нескольким из корзины базовым активам выплачиваются компенсации, но своп не прекращает свое действие до тех пор, пока общая сумма компенсации не достигнет максимального установленного в соглашении уровня или не истечет срок его существования.

Рассмотрим пример использования корзинного дефолтного свопа: банк заключил пятилетний субординированный своп CDS с продавцом защиты. Своп включает кредиты, выданные трём корпоративным клиентам. Максимальный платеж по каждой организации ограничен 50 млн. руб., общий минимальный платеж по свопу 100 млн. руб. Допустим, через год наступило кредитное событие по первому кредитор-получателю.

Компенсация была определена в размере 30 млн. руб. Продавец защиты выплатил данную сумму банку, еще через год произошел дефолт второго кредитополучателя банка. Сумма ущерба была определена в размере 60 млн. руб. Однако по условиям свопа максимальный платеж ограничен 50 млн. руб. Поэтому продавец защиты выплатил банку только 50 млн. руб. Еще через полгода произошел дефолт третьего кредитополучателя. Сумма ущерба была определена в размере 40 млн. руб., однако по условиям свопа общий платеж ограничен 100 млн. руб. По двум предыдущим дефолтам продавец защиты уже выплатил 80 млн. руб. Поэтому он выплачивает банку только оставшуюся сумму в размере 20 млн. руб. На этом действие свопа прекращается.

– *Кредитная нота* – это синтетический финансовый инструмент, структурируемый с помощью кредитного дериватива, полученного в результате продажи нот обеспечения. Основная функция CLN – хеджирование кредитного риска, поэтому CLN выпускают компании или банки, которые страхуют кредитные риски по приобретенным ими активам или выданным кредитам. Продавец CLN выступает в качестве покупателя защиты. Покупателями CLN, т. е. продавцами защиты, обычно выступают инвесторы, которые рассматривают данные бумаги в качестве инструмента получения дохода. Выплаты в этом инструменте такие же, как и в CDS, и зависят от наступления кредитного события. Если в течение действия CLN кредитное событие не наступает, то продавец CLN, т. е. покупатель защиты, уплачивает за этот период покупателю CLN оговоренные купоны и сумму, предусмотренную при погашении. Если кредитное событие наступает, то продавец CLN уплачивает покупателю меньшую сумму или предоставляет справочный актив в зависимости от условий соглашения. Купон в CLN обычно намного выше по сравнению с обычной облигацией эмитента, поскольку складывается из процентной ставки за финансирование и премии за кредитный риск, что, как правило, и привлекает инвесторов. CLN выпускаются через специальное юридическое лицо. Выручка, полученная от эмиссии нот, направляется SPV на приобретение высоконадежных бумаг, используемых в качестве обеспечения по сделке. Одновременно с этим, SPV продает кредитную защиту по дефолтному свопу контрагенту в обмен на регулярную премию.

Рассмотрим пример использования банком корзинного дефолтного свопа: банк выдал несколько трехлетних кредитов разным корпоративным заемщикам. В целях страхования от неплатежей и (или) непогашения кредитов, он выпускает CLN, привязанную к данным кредитам. По CLN банк обязуется выплачивать ежегодный купон в размере 10 %. Если по кредиту не возникает неплатежей, то CLN будет погашена покупателю по номиналу. Если возникнут неплатежи процентов по кредитам, то банк уменьшит сумму погашения CLN. Например, в условиях CLN сказано, что при возникновении неплатежей по более чем 20 % выданных кредитов покупатель CLN получит сумму только в 70 % от номинала.

Рассмотрим положительные и отрицательные эффекты от использования кредитных деривативов банком.

Положительные факторы воздействия кредитных деривативов на эффективность управления кредитным портфелем банка:

– *диверсификация портфеля и риск-менеджмент*: кредитные деривативы несут в себе значительный потенциал в управлении портфелем банка, особенно в долгосрочном периоде. С появлением кредитных деривативов управляющие банковским портфелем получили новые способы формирования портфеля и изменения его структуры. Например, кредитные деривативы можно использовать с целью уменьшения подверженности портфеля рискам определенных заемщиков (покупка кредитных деривативов либо продажа кредитного риска), диверсификации портфеля путем принятия рисков, связанных с другими отраслями экономики либо другими географическими регионами, в недостаточной степени представленными в портфеле (продажа кредитных деривативов

либо покупка кредитного риска). Диверсификация банковского портфеля с помощью кредитных деривативов позволяет избежать негативных эффектов, связанных с традиционными способами диверсификации (рост издержек банка по выдаче и мониторингу кредитов, снижение стимулов к мониторингу банком кредитов и рост дефолтов по кредитам в портфеле);

– *отношения с клиентами*: являются одной из важнейших составляющих успеха в любой сервисной отрасли. Даже сталкиваясь с высоким кредитным риском, филиал ОАО «Белагропромбанк»- Гомельское областное управление вынужден держать в портфеле крупные кредиты, выданные своим важнейшим заемщикам с целью реализации государственных программ, а также поддержания сложившихся деловых отношений с клиентом. Одно из преимуществ кредитных деривативов состоит в том, что они предоставляют возможность не информировать заемщика о транзакции с деривативами, базирующимися на выданном ему кредите и не получать его одобрения на осуществление транзакции;

– *асимметричность информации*: проблема асимметричной информации возникает в ситуации, когда покупатель кредитного дериватива обладает большей по сравнению с продавцом кредитной защитой информацией относительно финансового состояния своих заемщиков. Продавцы кредитных деривативов оценивают вероятность дефолта и стоимость кредитного дериватива исходя из общедоступной информации и характеристик заемщика. В этой ситуации покупатели кредитных деривативов, которые обладают более детальной информацией относительно своих заемщиков, знают, является ли кредитный дериватив на их актив недооцененным или переоцененным. Таким образом, покупатели будут приобретать по большей части недооцененные кредитные деривативы, следовательно, в среднем продавцы кредитной защиты будут терять деньги. Однако для банка-покупателя кредитной защиты, это является положительным моментом, так как вероятность выплаты по недооцененным кредитам возрастает.

Негативным фактором воздействия кредитных деривативов на эффективность управления банковским портфелем является моральный риск. К примеру, при передаче риска дефолта от банков к продавцам кредитных деривативов у банков остается меньше стимулов для мониторинга своих заемщиков по сравнению с ситуацией, когда кредитные деривативы отсутствуют. Таким образом, после передачи риска дефолта другому контрагенту растут вероятность дефолтов и убытки от дефолтов. В этом случае продавцы кредитных деривативов будут нести убытки несмотря на то, что они верно оценили вероятность дефолта в момент заключения деривативного контракта. Для того чтобы защитить себя от потенциальных убытков, связанных с проблемой морального риска, продавцы кредитных деривативов будут требовать уплаты дополнительной премии, что увеличит издержки использования кредитных деривативов в качестве кредитной защиты. С целью снижения морального риска решение о хеджировании риска должен принимать Центральный аппарат ОАО «Белагропромбанк».

В итоге, процесс принятия решения о хеджировании кредитного риска с помощью кредитных деривативов в филиале ОАО «Белагропромбанк» – Гомельское областное управление должен проходить следующие этапы:

- кредитный мониторинг корпоративных клиентов и выявление «проблемных» клиентов;
- прогнозирование эффективности от сделок с кредитными деривативами;
- сравнение прогнозируемой эффективности от хеджирования деривативами с затратами, полученными в случае применения дополнительных мер взыскания задолженности собственными силами банка и составление отчета;
- передача отчёта в Центральный аппарат ОАО «Белагропромбанк» для рассмотрения и принятия решения;
- в случае принятия решения о применении кредитных деривативов – реализация данного решения в филиале ОАО «Белагропромбанк» – Гомельское областное управление;

- приобретение кредитной защиты, выплата премий и учёт данных операций.
- отчёт в Центральный аппарат ОАО «Белагропромбанк».

В результате использования кредитных деривативов ОАО «Белагропромбанк» может достичь диверсификации рисков по различным рынкам, отраслям, географическим регионам. Результатом подобного подхода будет являться низкий уровень концентрации займов и подверженности кредитному риску однородных контрагентов. Преимуществом кредитных деривативов является их способность передавать кредитный риск определенного актива без передачи прав собственности на этот самый актив. Кредитные деривативы являются относительно инновационным и в достаточной мере эффективным инструментом для управления кредитным риском в банковском деле. Однако необходимо учитывать и другие виды риска, которым может быть подвержен банк. Тем не менее, кредитные деривативы являются довольно эффективным средством для управления кредитными рисками посредством их продажи третьему лицу. Использование в практике риск-менеджмента ОАО «Белагропромбанк» кредитных деривативов позволит достичь более высокого уровня общей системы управления рисками наряду с другими методами и средствами.

### Литература

- 1 Волков, А. А. Управление рисками в коммерческом банке : практическое руководство / А. А. Волков. – М.: Омега-Л, 2013. – 156 с.
- 2 Ковалёв, П. П. Банковский риск-менеджмент / П. П. Ковалёв. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
- 3 Леонович, Т. И. Управление рисками в банковской деятельности : учеб. комплекс / Т. И. Леонович. – Минск: Дикта, Мисанта, 2012. – 136 с.

УДК 336.774

*А. В. Володько*

### СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ КРЕДИТНОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*В статье рассмотрены особенности организации кредитного рынка Республики Беларусь, проанализировано состояние его развития, на основании которого выделены основные проблемы, препятствующие его развитию.*

Кредитный рынок Республики Беларусь представляет собой основанный на конкурентном обмене механизм взаимодействий независимых хозяйствующих субъектов (кредиторов и заемщиков), посредством, которого достигается установление взаимоприемлемых условий кредитных сделок, их заключение и свободное обращение кредитных инструментов. Кредитный рынок является важной частью финансового рынка.

Развитие кредитного рынка в Республике Беларусь – сложный и противоречивый процесс, испытывающий на себе влияние совокупности различных факторов, в числе которых есть фундаментальные, вытекающие из общего характера экономической модели в стране, а также те, в основе которых находятся внешние или имеющие временный характер обстоятельства. В свою очередь, масштабы и степень развития кредитного рынка во многом определяют эффективность функционирования экономики в целом, наличие его основных элементов влияет на экономический рост, позволяет обеспечивать решение ряда важнейших экономических и социальных задач.

За время существования отечественной экономики кредитный рынок Беларуси претерпел существенные изменения: прежде всего, значительно вырос и укрепился. Однако, несмотря на все положительные тенденции своего становления, кредитный рынок республики все еще отстает по своему развитию от аналогичных институтов западных стран и России, хотя он активно перенимает прогрессивные тенденции, которые можно применять при сложившихся в нашей стране экономических особенностях.

Во все времена кредитование в Беларуси сталкивалось с различными проблемами. Так, например, в 2008 году мировой финансовый кризис повлек за собой изменение, как объемов, так и структуры кредитной задолженности. Особенно острый характер этот вопрос приобрел в 2011 году, что, прежде всего, было связано с девальвацией белорусского рубля и значительным ростом ставки рефинансирования и иных процентных ставок на кредитном рынке страны.

Если посмотреть на итоги деятельности белорусских банков в 2015 году, то на первый взгляд может показаться, что дела шли успешно для кризисного времени.

Активы банков в белорусских рублях увеличились на 10 трлн. руб. и достигли 238,7 трлн. руб., а активы в валюте сократились, но ненамного: на 242,9 млн. долл. США – до 21,1 млрд. долл. США [1].

Однако это только на первый взгляд. Если внимательно проанализировать состояние кредитного рынка, то можно обнаружить, что он находится в состоянии глубокой рецессии, а в некоторых сферах можно говорить о значительном спаде.

В 2015 году задолженность по кредитам, выданным коммерческими банками (без учета Банка развития) физическим лицам на потребительские нужды, снизилась на 0,5 трлн. руб. и составила 16,6 трлн. руб. Правда, минимального значения данный параметр достиг в середине прошлого года (15,4 трлн. руб. на 1 июня), после чего начал медленно расти. Падение объемов задолженности в первой половине прошлого года было связано, по-видимому, с прекращением деятельности крупнейшего специализированного розничного банка Беларуси – Дельта Банка.

Сегодня ситуация на рынке потребительского кредитования медленно улучшается, поэтому с некоторой осторожностью можно даже сказать, что он выбирается из рецессии, но выберется ли, неизвестно. Во-первых, подъем довольно неустойчив. Во-вторых, снижение доходов населения и рост неуверенности в будущем могут привести к тому, что люди будут брать меньше кредитов. Казалось бы, должно быть наоборот: нет денег – значит надо активнее покупать товары в кредит. Но очень велики проценты, на выплату которых тоже надо еще заработать.

Для жителей Беларуси данный аспект очень важен, так как они весьма ответственно подходят к заимствованиям. Поэтому проблемная задолженность физических лиц по потребительским кредитам в Беларуси довольно невелика. На 1 января 2016 года она составила 327 млрд. руб. и за год увеличилась всего на 16,6 млрд. руб. Это очень хороший результат в текущих условиях. Правда, некоторые заемщики для расчетов по старым долгам берут новые кредиты, то есть говорить о полном благополучии нельзя.

В отличие от потребительского кредитования, в сфере кредитования недвижимости спада объемов не произошло. Задолженность по кредитам белорусских коммерческих банков, выданных на строительство, реконструкцию или приобретение жилья населению Беларуси, выросла в 2015 году на 6,1 трлн. руб. и составила 51,2 трлн. руб. [1].

Однако львиную долю этих кредитов выдал Беларусбанк в рамках программы льготного государственного кредитования физических лиц, нуждающихся в жилье. Из-за высоких ставок по рублевым не льготным кредитам подобные заимствования

практически не осуществляются. Поэтому говорить об устойчивом состоянии рынка кредитования недвижимости на основе приведенных данных нельзя.

Проблемная задолженность по кредитам на недвижимость 2015 году также выросла, но незначительно – до 172,3 млрд. руб. Причем этот рост полностью объяснялся увеличением рублевого эквивалента кредитов в иностранной валюте, которые в долларовом выражении снижаются. На конец 2015 года они сократились с 8,2 млн. до 7,4 млн. долл. США. Данный параметр не растет, так как в настоящее время валютные кредиты белорусские банки населению не предоставляют.

Проблемная задолженность по кредитам на недвижимость в белорусских рублях 2015 году также сократилась: с 40,7 млрд. до 35,6 млрд. руб. [1].

Кроме кредитов населению белорусские банки выдают кредиты на строительство жилья и юридическим лицам. Тут льготных кредитов нет, и результат налицо: задолженность юридических лиц по таким кредитам снизилась за 2015 год на 125,1 млрд. руб. и составила на 1 января 2016 года 6,7 трлн. руб. Большая часть – это задолженность в белорусских рублях (6,6 трлн. руб.).

Проблемная задолженность по таким кредитам в белорусских рублях также невелика, однако в 2015 году она не сократилась, как у физических лиц, а значительно возросла: до 41,5 млрд. руб. с 1,4 млрд. руб. на начало 2015 года.

Экономическая система Республики Беларусь имеет специфические фундаментальные черты, которые в значительной степени определяют и сам характер проблем, связанных с кредитованием, и регулярность возникновения этих проблем.

Наиболее значимыми фундаментальными факторами, определяющими особенности развития кредитного рынка нашей страны, являются, на наш взгляд, следующие:

- отраслевая структура экономики, сложившаяся еще при СССР и в незначительной степени изменившаяся и сегодня. Наша страна традиционно считалась «сборочным цехом» СССР. У нас высока доля крупной промышленности и относительно незначительна роль добывающих и сырьевых отраслей. Это диктует высокие требования к конкурентоспособности отечественного производства. В случае отставания в конкурентоспособности от стран, производящих аналогичные товары и услуги, Беларусь получает проблему внешней несбалансированности, т. е. неравновесие платежного баланса;

- социальная направленность, объявленная основным приоритетом белорусской экономической модели;

- переходный характер отечественной экономики; незавершенность многих необходимых реформ, что, в свою очередь, служит причиной сохранения глубоких внутренних дисбалансов в экономике, не устраняя которые, действуя, например, только методами денежно-кредитной политики, мы добиваемся лишь кратковременных непрочных результатов;

- высокая доля государственной собственности и вообще государственного участия в экономике, значительная роль различных перераспределительных механизмов, что отчасти является следствием вышеназванных причин. Это проявляется, например, в очень широком применении механизма финансирования государственных программ через банковскую систему.

Структура финансового рынка Беларуси по сравнению с финансовыми рынками других стран искажена. Так, около 70 % активов банков занимают в настоящее время кредиты, в то время как в других странах в структуре активов гораздо больше представлены ценные бумаги. К примеру, долгосрочные финансовые вложения в структуре активов агрегированного баланса белорусских банков составляют всего 0,43 %.

Это является следствием слабого развития рынка ценных бумаг в стране и особенно – рынка корпоративных ценных бумаг. Так, капитализация рынка акций к ВВП составляет всего 5,5 %, тогда как в странах с рыночной экономикой этот показатель составляет

обычно более 100 % к ВВП. С корпоративными облигациями у нас ситуация несколько лучше. Однако следует признать все еще слабую мотивацию отечественных предприятий в привлечении инвестиций с помощью инструментов рынка ценных бумаг [2, с. 19].

Формирование полноценного, ликвидного и эффективного фондового рынка неоднократно провозглашалось важнейшей задачей в ряде программных документов, содержащих основные направления реформирования экономики в Республике Беларусь. Однако, несмотря на проведение ряда мероприятий и наличие некоторых позитивных изменений, этот рынок все еще не выполняет своей основной функции – перераспределение денежных ресурсов в реальный сектор экономики, обеспечение потребностей в инвестициях. Сформирован очень незначительный рынок ценных бумаг, практически не оказывающий влияния на развитие отечественной экономики. В значительной мере такое положение дел обусловлено высокой степенью государственного участия в экономике, определенной ее закрытостью в финансовой сфере, структурой собственности, с явным преобладанием ее государственной формы, т. е. фундаментальными факторами, обозначенными выше.

Кредитный рынок в нашей стране в основном – это сфера банковского кредитования. В то же время отсутствуют или недостаточно развиты иные небанковские кредитно-финансовые организации. Именно эти организации берут на себя часть функций по кредитованию предприятий и населения. Слабо развиты либо не представлены совсем такие важнейшие рыночные институты, как инвестиционные и пенсионные фонды, финансовые компании, венчурные фонды. Сегодня в странах с развитой рыночной экономикой инвестиционные фонды являются главным инструментом, с помощью которого розничные инвесторы получают доступ к фондовому рынку. Активно функционируют накопительные пенсионные системы и пенсионные фонды. В Республике Беларусь принятие закона «Об инвестиционных фондах» планировалось еще в 2008 году. Тем не менее, окончательный проект закона до сих пор не подготовлен.

По разным общеэкономическим причинам (традиционно высокая инфляция, процентные ставки и др.) слабо представлен целый ряд сегментов кредитования, таких, например, как ипотечное кредитование. Незначительно развито также, в сравнении с другими странами, потребительское кредитование.

Структура самой банковской системы страны также достаточно специфична. В первую очередь, для нее характерна высокая доля государства в активах и капитале банков и высокая доля концентрации на рынке. Незначительное количество крупных государственных банков на рынке, что не может не повлиять на характер его функционирования (процентные ставки, направления кредитования и др.). Так, на 1 января 2015 года доля государственных банков составляла 64,96 % в активах и 62,87 % в капитале банковского сектора страны. Индекс Херфиндаля – Хиршмана составил 0,219 и 0,93 соответственно. (Индекс Херфиндаля – Хиршмана принимает значения от 0 до 1. Значение менее 0,10 соответствует низкому уровню концентрации, от 0,10 до 0,18 – среднему, свыше 0,18 – высокому уровню концентрации.) Удельный вес банков с преобладающей долей иностранного капитала составляет чуть меньше 34 % [2, с. 19].

Беларусь является страной с высоким уровнем инфляции, что в значительной степени определяет характер и способы функционирования кредитного рынка. Так, например, относительно низкая инфляция имела место у нас только в 2005 году, когда был зафиксирован уровень ниже 10 %, и, несмотря на предпринимаемые меры в последующие годы (докризисные), для Беларуси практически всегда был характерен более высокий уровень инфляции, чем в соседних странах. Инфляция на 2016 год запланирована в пределах 12 %. Таким же прогноз был и на 2015 год, и велика вероятность того, что он будет выполнен. При сохранении жесткой денежно-кредитной политики и отсутствии мер по стимулированию внутреннего спроса прогноз по инфляции на 2016 год выглядит реалистичным [3].

Высокие процентные ставки также негативно влияют на состояние кредитного рынка, прежде всего за счет того, что увеличивают кредитные риски. Исключительно негативное воздействие имеют высокие процентные ставки по кредитам на развитие реального сектора экономики. Основными факторами, определяющими динамику процентных ставок в Республике Беларусь, являются уровень инфляции, состояние платежного баланса, величина рисков, рентабельность субъектов хозяйствования, особенности существующих механизмов рефинансирования банков под государственные программы. При разработке процентной политики в нашей стране центральному банку приходится ориентироваться на необходимость решения следующих стратегических задач: создание условий для сохранения рублевых сбережений, ограничение спроса на иностранную валюту, а также обеспечение доступности кредитов для субъектов экономики. Очевидно, что достижение всех этих целей одновременно носит противоречивый характер. Однако эта противоречивость, тем не менее, объективно отражает сложность происходящих в экономике Беларуси процессов и имеющиеся здесь дисбалансы.

Высокие кредитные риски являются для белорусского кредитного рынка серьезной проблемой. Они связаны, как уже было сказано, прежде всего, со значительным уровнем инфляции. При принятии решений относительно ставки рефинансирования центральный банк ориентируется, в первую очередь, на оценки ожидаемой траектории инфляции. Рост кредитных рисков определяется также низкой отдачей от использования кредитных ресурсов, что, в свою очередь, является результатом низкой эффективности многих белорусских предприятий. В последнее время наблюдается осложнение ситуации в этой области. Ухудшается качество кредитов, возрастает проблемная задолженность. Доля проблемных активов банковского сектора в I квартале 2015 года составляла более 5 %. Продолжалась тенденция к списанию за баланс безнадежной задолженности и пролонгации потенциально проблемных долгов.

Не развиты механизмы секьюритизации. Секьюритизация представляет собой процесс перевода активов в более ликвидную форму. В узком аспекте она может быть определена как финансовая операция по переводу активов в ценные бумаги, в результате чего происходит перераспределение риска. Эти механизмы широко применяются в зарубежных странах и в значительной степени способствуют развитию финансового рынка.

Таким образом, рынок ссудного капитала оформился за последнее десятилетие как важнейший институт финансирования отечественной экономики. Однако в условиях кризиса кредитный рынок оказался подверженным негативным явлениям, связанным с уменьшением ресурсной базы банков и ухудшением платежеспособности заемщиков, и уже не может с прежней степенью эффективности выполнять свою основную функцию. В связи с этим необходимо наряду с внедрением новых прогрессивных инструментов кредитования последовательное развитие альтернативных кредитованию источников финансирования, таких, например, как привлечение прямых иностранных инвестиций, оживление работы фондового рынка.

## Литература

1 Тарасов, В. Рынок кредитования Беларуси в состоянии глубокого спада [Электронный ресурс] / В. Тарасов // Белорусский партизан. – URL: <http://www.belarus-partisan.org> (дата обращения: 20.04.2016).

2 Галова, А. Кредитный рынок в Республике Беларусь: проблемы и факторы развития / А. Галова, Д. Сайковская // Банковский вестник. – 2015. – № 8. – С. 19.

3 Пурыгин, А. Прогноз социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 год: приоритеты меняются / А. Пурыгин // Планово-экономический отдел 2016. – № 2 (152). – С. 18.

**П. П. Глушакова**

**УПРОЩЁННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ  
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ  
И ОСОБЕННОСТИ ЕЁ ПРИМЕНЕНИЯ В 2016 ГОДУ**

*В статье рассматривается один из распространённых особых видов налогообложения малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь – упрощённая система налогообложения. Перечислены особые виды налогообложения и условия, при соблюдении которых может применяться упрощенная система налогообложения. Отражены основные изменения, вступившие в силу в 2016 году.*

Все субъекты хозяйствования Республики Беларусь, в том числе и Гомельской области, в соответствии с Налоговым Кодексом Республики Беларусь (НК РБ) могут уплачивать налоги в общеустановленном порядке или применять особые виды налогообложения. К особым видам налогообложения относятся:

- единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц;
- единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции – налог на игорный бизнес;
- налог на доходы от осуществления лотерейной деятельности;
- налог на доходы от проведения электронных интерактивных игр;
- сбор за осуществление ремесленной деятельности;
- сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агро-экотуризма;
- единый налог на вмененный доход;
- упрощенная система налогообложения (УСН) [1].

Применять упрощенную систему налогообложения вправе при одновременном соблюдении критериев средней численности работников и валовой выручки в течение первых девяти месяцев года, предшествующего году, с которого претендуют на ее применение, организации с численностью работников в среднем за указанный период не более 100 человек, индивидуальные предприниматели, если размер их валовой выручки нарастающим итогом за девять месяцев составляет не более 1,5 млрд. рублей. С учетом текущего курса размер ежемесячной выручки не должен превышать \$65000.

Не вправе применять упрощенную систему организации и индивидуальные предприниматели:

- производящие подакцизные товары;
  - реализующие ювелирные изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней;
  - реализующие имущественные права на средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг (фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, географические указания и др.);
- осуществляющие:
- лотерейную деятельность;
  - профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг;
  - деятельность в рамках простого товарищества и (или) хозяйственной группы, холдинга;
  - деятельность в качестве резидентов свободных экономических зон, специального туристско-рекреационного парка «Августовский канал», Парка высоких технологий, Китайско-Белорусского индустриального парка;
  - деятельность по организации и проведению электронных интерактивных игр;

- риэлтерскую деятельность;
- страховую деятельность (страховые организации, в том числе общества взаимного страхования, объединения страховщиков);
- банковскую деятельность (банки);
- деятельность в сфере игорного бизнеса;
- посредническую деятельность по страхованию.

С 1 января 2016 года не вправе применять УСН организации и индивидуальные предприниматели:

1) оказывающие (предоставляющие) субъектам торговли посредством информационного ресурса в глобальной компьютерной сети Интернет услуги (права), связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей доменное имя сайта интернет-магазина, зарегистрированного субъектом торговли в Торговом реестре Республики Беларусь, и (или) адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре Республики Беларусь интернет – магазин.

Исходя из вышеизложенного, применять УСН в 2016 году не вправе организации и индивидуальные предприниматели, оказывающие (предоставляющие) субъектам торговли посредством информационного ресурса в глобальной компьютерной сети Интернет услуги (права):

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей доменное имя сайта интернет-магазина;

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей доменное имя сайта интернет-магазина и адресации (гиперссылки) на зарегистрированный интернет-магазин;

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей адресации (гиперссылки) на зарегистрированный интернет-магазин.

2) осуществляющие розничную торговлю через интернет-магазин.

Отметим, что если дата окончания оказания интернет-площадками указанных выше услуг приходится на период до 1 января 2016 года, сведения об интернет-магазине субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю через интернет-магазин, исключены из Торгового реестра до 1 января 2016 года, то право на применение УСН в 2016 году сохраняется.

С 1 июля 2016 года не вправе применять УСН также:

3) унитарные предприятия (за исключением унитарных предприятий республиканских государственно-общественных объединений), собственником имущества которых является Республика Беларусь либо ее административно-территориальная единица, а также коммерческие организации, более 25 процентов акций (долей в уставном фонде) которых принадлежат (в том числе в совокупности) Республике Беларусь и (или) ее административно-территориальной единице (административно-территориальным единицам).

Организации и индивидуальные предприниматели имеют право на применение упрощенной системы с начала календарного года при соблюдении вышеуказанных условий или со дня их государственной регистрации.

В 2016 году с учетом единого лимита по валовой выручке для индивидуальных предпринимателей уплата НДС – право предпринимателей. Это означает, что ИП вправе сами решить, какую систему налогообложения выбрать: 3 % + НДС либо 5 % без НДС. Отметим, что при работе на иностранных заказчиков по ряду видов услуг выгоднее

является применение ставки 3 % + НДС, т. к. местом реализации в таком случае Республика Беларусь признаваться не будет и, соответственно, объект налогообложения НДС не возникнет. К таким услугам, в частности, относятся консультационные, рекламные, маркетинговые услуги, услуги по разработке программ для электронно-вычислительных машин и баз данных, по сопровождению таких программ, услуги по проектированию, разработке, оформлению и модификации веб-страниц, созданию баз данных и другие услуги.

Объектом налогообложения налога при упрощенной системе признается валовая выручка. Ставки налога при упрощенной системе устанавливаются в следующих размерах:

5 % – для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;

3 % – для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость.

Налоговым периодом налога при упрощенной системе признается календарный год.

Отчетным периодом по налогу при упрощенной системе признается:

– календарный месяц – для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему с уплатой налога на добавленную стоимость ежемесячно;

– календарный квартал – для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему без уплаты налога

– на добавленную стоимость либо с уплатой налога на добавленную стоимость ежеквартально.

Сумма налога при упрощенной системе исчисляется нарастающим итогом с начала налогового периода как произведение налоговой базы и ставки налога.

Закон расширяет перечень объектов, не включаемых в валовую выручку при УСН:

– суммы возмещаемых ссудодателю при передаче имущества в безвозмездное пользование расходов, связанных с имуществом, переданным в такое пользование, возникающих в связи с приобретением коммунальных услуг и других услуг по содержанию и эксплуатации этого имущества, а также расходов, обязанность возмещения ссудодателю которых предусмотрена Президентом Республики Беларусь (за исключением сумм расходов, которые относятся к работам (услугам), выполненным (оказанным) ссудодателем);

– доходы, получаемые индивидуальными предпринимателями от коммерческих организаций (за исключением акционерных обществ), участниками, собственниками имущества которых являются эти индивидуальные предприниматели, их супруги, родители (усыновители), дети (в том числе усыновленные, удочеренные).

Расширение перечня объектов, не включаемых в валовую выручку при УСН, за счет доходов, получаемых индивидуальными предпринимателями от указанных выше коммерческих организаций, не является снижением налогового бремени, т. к. такие доходы уже с 1 января 2015 года подлежали обложению подоходным налогом с физических лиц по ставке 16 % независимо от применяемой индивидуальными предпринимателями системы налогообложения.

Одновременное применение УСН и уплата налогов в общеустановленном порядке не допустимы.

С 1 января 2015 года право на применение УСН утратили микрофинансовые организации, а с 1 апреля текущего года – организации и индивидуальные предприниматели, предоставляющие в аренду (лизинг) капитальные строения (здания, сооружения), их части, машино-места, не находящееся у них на праве собственности, хозяйственного

ведения, оперативного управления. Кроме того, с 1 июля 2015 года такой налоговый режим уже не могли применять унитарные предприятия (за исключением унитарных предприятий ДОСААФ), собственником имущества которых является юридическое лицо, а также коммерческие организации, доля участия других юридических лиц в которых составляет более 25 %.

С 1 января 2016 года была упразднена ставка налога при УСН в размере 3 % без уплаты НДС, применяемая в отношении выручки от реализации в розничной торговле приобретенных товаров.

С 2016 года плательщики налога при УСН вправе не уплачивать налог на недвижимость, если общая площадь находящихся у них в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении капитальных строений (зданий, сооружений), их частей, машино-мест не превышает 1 000 кв. м. В 2015 году допускалось не уплачивать налог при площади объекта до 1 500 кв. м.

Также в 2016 году Законом увеличена ставка налога при УСН до 16 % в отношении безвозмездно получаемых товаров (работ, услуг), имущественных прав, денежных средств. При чем, новая ставка должна применяться как к индивидуальным предпринимателям, так и к организациям.

На 1 апреля 2016 года 19 467 субъектов хозяйствования Гомельской области применяют упрощенное налогообложение – это более 40 % от всех плательщиков области, состоящих на учете, в их числе 6 749 организаций и 12 718 индивидуальных предпринимателей.

За счет поступлений плательщиков, применяющих упрощенное налогообложение, сформировано около 6 процентов бюджета области, поступило в январе–марте 2016 года 221,4 млрд. рублей, в том числе налога при упрощенной системе налогообложения – 104,9 млрд. рублей. В расчете на одного плательщика УСН поступления составили 11,4 млн. рублей.

В формировании бюджета Гомельской области в январе–марте 2016 года участвовало более 465 тысяч плательщиков, в том числе более 19 тысяч организаций, 27 тысяч индивидуальных предпринимателей и около 419 тысяч физических лиц, уплачивающих имущественные платежи.

В бюджет области в первом квартале 2016 года поступило 3,9 трлн. руб., в том числе в республиканский бюджет – 0,7 трлн. рублей, в местные бюджеты – 3,2 трлн. руб.

План доходов отчетного периода консолидированного бюджета исполнен на 102 %, республиканского – на 103,1 %, местных – на 101,8 %.

Сверх плана поступило в доход бюджетов всех уровней 75,7 млрд. руб.

Более половины доходов консолидированного бюджета области в истекшем периоде сформировано за счет поступлений трех налогов: 27 % – за счет подоходного налога, 17,1 % – за счет акцизов, 10 % – налога на недвижимость [2].

Следует отметить, что государство планомерно совершенствует упрощенную систему налогообложения, с тем, чтобы сохранить благоприятную среду для развития малого бизнеса и в то же время дисциплинировать налогоплательщиков и стимулировать их к ведению прозрачного бизнеса.

## Литература

1 Налоговый кодекс Республики Беларусь / принят Палатой представителей 15 нояб. 2002 г.: одобр. Советом Респ. 2 дек. 2002 г. – Мн.: Информпресс, 2004. – 83 с.

2 Гомельский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс] / Официальный портал Гомельского облисполкома. – Гомель, 2016. – URL: <http://www.gomel-region.by> (дата обращения: 29.04.2016).

*К. И. Голубева*

## МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ РЕШЕНИЕ

*В статье рассмотрен вопрос роли рекламы в формировании общественного сознания, механизмов воздействия рекламы на общество. Выявлены основные приёмы рекламных манипуляций, на которые идут рекламодатели с целью привлечения покупателей. Отмечены результаты исследования, связанного с определением влияния рекламы на население Республики Беларусь.*

Реклама – это неотъемлемая часть культуры общества потребления. Мы встречаемся с рекламой везде. Придя за покупками, люди купят именно тот товар, рекламу которого многократно видели по телевизору или слышали по радио. Это происходит потому, что реклама внедряется в сознание потребителей и может оказать существенное влияние на выбор товара помимо их воли. Именно поэтому вопрос формирования общественного сознания с помощью рекламы представляется актуальным, особенно у новых поколений, воспитанных на «гипнотическом» воздействии рекламы.

Разные категории людей относятся к рекламе по-разному. Реклама отражает менталитет нации. В рекламе США, как правило, содержит большое количество рациональных, обращённых к разуму, а не к чувствам и эмоциям, аргументов, призывающих к совершению покупки. Французская реклама, как и испанская и латиноамериканская, находится на противоположном конце континуума «рациональность – эмоциональность» [1].

Белорусская реклама, по мнению большинства исследователей, с одной стороны, во многом копирует западные образцы, с другой, часто обвиняется в грубости, безнравственности, навязывании чуждых норм, ценности и идеалов.

Реклама отличается способностью манипулирования. Все производители нацелены исключительно на получение собственной выгоды. Она завуалирована под возможность получения положительного эффекта потребителем в результате приобретения и использования его товара или услуги.

Рассмотрим основные приёмы рекламных манипуляций, оказывающих воздействие на потребителей [2]:

### **1 Речевые манипуляции.**

а) *использование эвфемизмов.* Эвфемизация – это замена слова с негативной семантикой позитивными или нейтральными по смыслу. Как правило, такие слова как «бедность», «нищета», «трущёбы» и т. д. стереотипно вызывают крайне негативную реакцию, вызванную общественным порицанием данных социальных явлений и их проявлений в физическом пространстве. В связи с этим использование эвфемизмов таких как, например, «люди с низким доходом», особенно в социальной рекламе, позволяют придать как этим словам, так и всему рекламному обращению, более нейтральную окраску.

Приёмом использования эвфемизмов в коммерческой рекламе может служить следующий: «Да, у меня маленькая машина, зато в моём большом банке у меня больше гарантий. С большим банком у вас большие преимущества! ВТБ банк», или: «Вы ещё успеете надолго надеть строгий костюм... А пока одевайтесь с комфортом! Джинсы фирмы LEE»;

б) *подмена понятий.* Использование данного приёма предполагает, что известное потребителю понятие, имеющее вполне конкретное и признанное в данном обществе значение, ставится в один ряд с негативными/позитивными понятиями, вследствие чего оно приобретает соответствующий негативный/позитивный смысл. Например,

реклама майонеза Calve: «Calve. У женщин свои секреты». Майонез становится женским секретом;

в) *сравнение в пользу манипулятора*. Данный приём часто используется в сравнительной рекламе. Так как законодательство не допускает использование прямой рекламы с указанием торговой марки конкурента, то рекламодатели часто прибегают к использованию данного приёма. Реклама стирального порошка: «Зачем платить дважды?» Реклама средства для мытья посуды: «Одной капли Fairy хватит, чтобы отмыть всю посуду, и прослужит в 3 раза дольше других средств»;

г) *вживлённая оценка*. В данном случае признак объекта рекламирования ставится рядом с его названием (фирменным наименованием, логотипом), становясь, таким образом, неразрывно присущим ему свойством. На уровне психологического воздействия это приводит к тому, что у потребителя не возникает сомнения в обратном. Однако, вживлённая оценка действительно будет манипулировать приёмом, имеющим положительный эффект для рекламодателя, только в том случае, если «вживляемый» признак действительно является свойством объекта рекламы. Например «Maggi. Наваристый бульон с овощами, зеленью и макаронами»;

д) *употребление цитаций и аллюзий*. Различие между цитацией и аллюзией чисто условное: популярная строчка из песни, кинофильма или литературного произведения считается «цитацией», а общеизвестное выражение из экономики, истории и т. д. есть «аллюзия». Существует очень большое количество рекламных обращений, созданных подобным методом: «Просим к столу», «Как прекрасен этот мир, посмотри!»;

е) *использование метафор*. Это весьма распространённый приём, позволяющий создать лаконичное рекламное обращение с элементами незавершённости. Недосказанность, по мнению специалистов, интригует, привлекает внимание. Например: «Fanta. Апельсиновый заряд внутри», «Skittles. Радуга фруктовых ароматов»;

ж) *повтор*. Различают несколько видов фигур повторов:

– хиазм («Ваши деньги – это бумага. Наши бумаги – это деньги»);

– стык («Показывают движение времени, но время не властно над ними» – часы «Ситизен»);

– эпифора («Не чисто – безупречно чисто!» – стиральный порошок «Ариэль»);

и) *«попытка афоризма»*. Данный приём при достаточном навыке позволяет поместить в крохотной фразе содержимое длинной речи президента фирмы-производителя. Однако любой афоризм предполагает стилистическую отточенность фразы. «Только Oreo»;

к) *использование «ошибок» в тексте*. Эффективное рекламное обращение не обязательно должно быть правильным с точки зрения языка. Неправильность помогает привлечь внимание, может сделать рекламное обращение более информативным. Например, слоган «Кто не знает, тот отдыхает!» – не соответствует нормам языка, однако придётся «по душе» подросткам.

## **2 Изменение акцентов.**

При использовании данного манипулятивного приёма рекламодатель акцентирует внимание объекта манипуляции на второстепенных, постоянных фактах, которые должны сыграть роль в формировании нужного восприятия. При этом внимание адресата рекламного воздействия незаметно фокусируется на той информации, которая служит достижению скрытой цели рекламодателя. Эти второстепенные факты отвлекают потребителя от целостного восприятия рекламного обращения и скрытого в нём манипулирования. Кроме того, такие рекламные обращения строятся на иллюзии «безобидности», что позволяет рекламодателю ослабить бдительность потребителя и незаметно скорректировать его восприятие и мировоззрение в свою пользу. Например: «Нам нравится, когда друзья рядом, а весь мир у нас под рукой» (Телефон Nokia Lumia 625).

### **3 Подмена целей.**

В рекламном обращении акцент переносится на выгоду, которую может получить потребитель в результате приобретения и использования товара. Как правило, подмена целей проявляется в акцентировании внимания в рекламном обращении на товаре и использовании рекламной стратегии позиционирования «товар как герой». Особенно часто использование такого приёма сопровождается обещанием снизить цену для покупателя, созданием иллюзии, что уровень цены зависит исключительно от воли потребителя. Например, «Если в другом магазине вам предложили цену ниже нашей, скажите, мы сделаем наш товар ещё дешевле».

### **4 Использование масок.**

Наиболее часто используемые рекламодателями «маски» следующие: позиция информатора, позиция комментатора, позиция собеседника, позиция советчика, позиция эмоционального лидера.

Используя маски в рекламной коммуникации, рекламодатель всегда находится в позиции над потребителем:

- всегда знает о рекомендованном товаре больше (т. е. владеет полным объёмом знаний о нём);
- выбирает, как его преподнести, акцентировав внимание исключительно на его положительных сторонах;
- переводит рекламную ситуацию (купля-продажа) в другую плоскость (дружеское общение);
- делает всё для того, чтобы потребителю было лучше (играет роль помощника).

### **5 Игра мотивов.**

Рекламодатель ненавязчиво даёт потребителю ложное ощущение неудовлетворённости той или иной потребностью, чтобы побудить его действовать: физиологические потребности (голод, жажда), потребность в самосохранении (безопасность как физическая, так и экономическая, здоровье), потребность в любви (привязанность, духовная близость, отождествление себя с другими), потребность в уважении (чувство собственного достоинства, престиж, одобрение со стороны общества), потребность в самоутверждении.

Сексуальный инстинкт – один из самых сильных биологических стимулов. Рекламодатели прибегают к данному манипулятивному приёму достаточно часто, так как, связывая этот инстинкт с нейтральным предметом, как правило, достигается хороший результат.

Рекламодатели также манипулируют сознанием потребителей путём совмещения в рекламном обращении визуальных рядов, содержащих юмор, интригу. В результате рекламное обращение стимулирует умственную активность потребителя, заставляет его задуматься, сделать самостоятельные выводы.

Таким образом, существует огромное многообразие приёмов манипулирования сознанием потребителей с помощью рекламы. Реклама как зеркало массовой культуры и инструмент влияния на общественное сознание не должна использоваться рекламодателями как инструмент манипулирования, который носит скрытый и односторонний характер. Психологическое воздействие на потребителя должно также использоваться для формирования позитивных ментальных ценностей нации, например, через социальную рекламу.

Научно-исследовательской лабораторией практической психологии в Европе гуманитарного университета было проведено исследование психологических механизмов воздействия рекламы на население Беларуси. Результаты показали, что примерно пятая часть жителей Республики Беларусь специально смотрит по телевидению, слушает по радио, читает в печатных изданиях рекламные сообщения. Заказы на рекламную продукцию возрастают. В то же время... Когда реклама идёт на всю аудиторию, а не адресована определённой группе, как это бывает в специализированных изданиях, теле- и радио

передачах, более чем у половины реципиентов она вызывает раздражение, а 30 % могут переживать агрессию.

Аудитория средств массовой информации неоднородна. Ответить на вопрос, как реклама воспринимается различными группами населения, каков её суммарный эффект позволили проведённые исследования. Специально отобранные испытуемые наблюдали за своими эмоциями, переживаниями, мыслями и отношениями в той или иной ситуации появления рекламы и фиксировали результаты своих наблюдений в специальных бланках.

Из числа испытуемых населения Беларуси 97,6 % является потребителем рекламы, из общего числа испытуемых 18,3 % смотрят (слушают, читают) рекламу специально. Каждый пятый житель Беларуси смотрит рекламу специально. Привлекает их в рекламных сообщениях: высокий художественный уровень исполнения, утверждение, что реклама создаёт ощущение причастности к деловой жизни, стремление позаимствовать что-нибудь для себя из стиля поведения или одежды, мотив, близкий к оценке художественного уровня рекламы; просто расслабиться, отвлечься, желание получить информацию о новых товарах. Даже активные потребители рекламы невысоко ценят её информативность.

Если взять возрастные категории населения, то молодёжь является наиболее активным потребителем рекламных сообщений, по социальной стратификации – интеллигенция, безработные (в том числе скрытые) и люди, имеющие отношение к бизнесу (в порядке убывания удельного веса). Следует отметить, что самой массовой аудиторией рекламы, являются дети [3].

По мнению вынужденных потребителей рекламы, т. е. тех, кто специально рекламу не смотрит, реклама мешает смотреть теле- и слушать радиопередачи (64,4 %), вызывает раздражение (59,1 %), вызывает агрессию, желание что-нибудь предпринять, чтобы это прекратить (32,0 %).

Наименее интенсивно выраженное неприязненное отношение сводится к высказыванию: «Реклама нагло и бесцеремонно вторгается в досуг». К этому конечно надо привыкнуть. Реклама вездесуща. Она сознательно сужает личное пространство человека, и не все к этому готовы. Впрочем, эта проблема решаема и реклама может из «агрессора» превратиться в «доброе друга», если заговорит с нашим человеком понятным для него языком.

Наибольшее раздражение в рекламе вызывает (расположено в порядке убывания значимости): повторение несколько раз подряд одного и того же рекламного ролика, прерывание кинофильмов и других передач в самом интересном месте, повторение изо дня в день одних и тех же рекламных роликов, дети в рекламе.

Чуть больше половины её вынужденных потребителей считают, что чаще всего рекламируются те товары и услуги, которые обладают низким качеством, хорошие товары и услуги в рекламе не нуждаются.

Чтобы лучше разобраться, как воздействует реклама на потребителей, было проведено исследование путем сбора маркетинговой информации опросом. Вид опроса – анкетирование. Опросу подверглось 100 человек (50 % опрошенных составляли мужчины, 50 % – женщины), из которых:

- 50 человек в возрастном диапазоне от 18 до 25 лет;
- 20 человек в возрасте от 26 до 40 лет;
- 15 человек в возрасте от 41 до 50 лет;
- 15 человек в возрасте от 51 года и старше.

Каждому респонденту предлагалось ответить на вопросы, предложенные в анкете «Воздействие телерекламы на поведение покупателей». Анкетирование проводилось анонимно.

По результатам опроса выяснилось, что чем выше возрастная категория потребителей, тем хуже их отношение к промоции. Так, 70 % респондентов относятся к телерекламе положительно и лишь 30 % – отрицательно. Телепромоция оказывает существенное

влияние преимущественно на людей в возрастной категории от 18 до 25 лет, т. к. они пытаются подражать тому поведению, которому приучает их многократно увиденная реклама. 60% опрошенных подтвердили, что реклама продукта побуждает их к его приобретению, что говорит о скрытой зависимости потребителей от нее.

Один из вопросов анкеты – «Оцените по пятибалльной шкале, как сильно вас раздражает реклама». Результаты ответов представлены на рисунке 1.

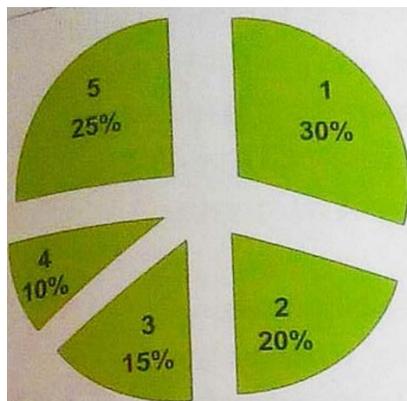


Рисунок 1 – Негативная оценка рекламы потребителями

Таким образом, следует отметить, что убедительная, часто повторяющаяся, запоминающаяся, эмоциональная реклама оказывает на потребителей эффект внушения, подражания и заражения. Используя подобный подход, предприятия могут значительно увеличить объемы реализации своей продукции.

### Литература

1 Никонова, Е. А. Влияние телепромоции на поведение потребителей: от побуждения до раздражения / Е. А. Никонова // Маркетинг: идеи и технологии. – М., 2013. – № 7. – С. 58–59.

2 Ковалёв, А. И. Роль рекламы в формировании общественного сознания / А. И. Ковалёв // Личность. Культура. Общество. – Москва, 2008. – № 3–4. – С. 375–382.

3 Поликарпов, В. А. Психологические механизмы воздействия рекламы. Воздействие рекламы на разные группы населения / В. А. Поликарпов // Социология. – Москва, 2002. – № 3. – С. 62–64.

УДК 336.717.131

*А. А. Горбачев*

### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО КАРТОЧНОГО РЫНКА

*В статье рассматриваются особенности расчетов банковскими платежными карточками в Республике Беларусь, обозначены основные проблемы, с которыми сталкиваются банки при организации расчетов карточками. Определены направления развития белорусского карточного рынка.*

В настоящее время рост безналичных платежей в рознице определяется развитием секторов банковских платежных карточек, электронных денег и систем дистанционного

банковского обслуживания. Банковская платежная карточка по-прежнему является основным платежным инструментом у населения для проведения безналичных платежей.

На 1 января 2016 г. 23 банка эмитируют банковские платежные карточки, крупнейшие из них ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «БПС-Сбербанк» и ОАО «Белагропромбанк».

Эмиссия карточек на 01.01.2016 г. составляет 12 345 тыс. единиц:

- 5 330 тыс. ед. – карточки внутренней платежной системы БЕЛКАРТ;
- 5 200 тыс. ед. – карточки международной платежной системы VISA;
- 1 815 тыс. ед. – карточки международной платежной системы MasterCard.

На рисунке 1 представлена структура эмиссии карточек на 01.01.2016 г. в разрезе платёжных систем.

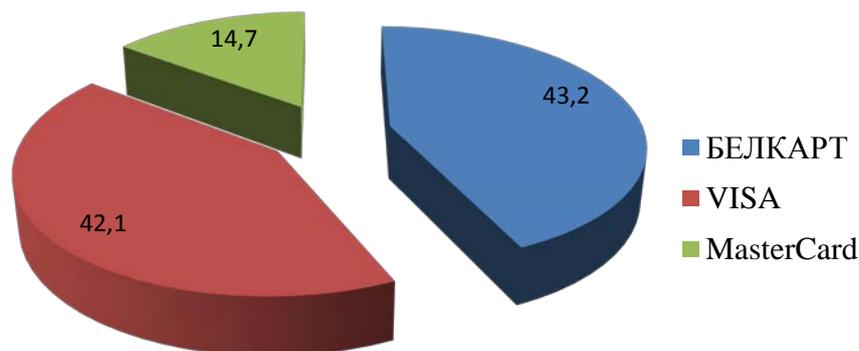


Рисунок 1 – Структура эмиссии банковских платёжных карточек в Республике Беларусь на 01.01.2016 г. в разрезе платёжных систем [1]

Доля безналичных расчетов в операциях с использованием данного платежного инструмента существенно увеличилась за последние пять лет:

- по количеству операций – до 76,4 % за 2015 г. (по сравнению с 49,7 % за 2010 г.);
- по сумме операций – до 31,7 % за 2015 г. (по сравнению с 13,1 % за 2010 г.) [1].

Эквайринг по операциям в организациях торговли и сервиса осуществляют 8 банков. Процессинг банковских платежных карточек на территории Республики Беларусь осуществляют: ОАО «Банковский процессинговый центр», «Приорбанк» ОАО, ОАО «Банк БелВЭБ», ОАО «Белинвестбанк» и ЗАО «МТБанк» (по своим карточкам).

Важным направлением расширения рынка банковских платежных карточек является активное развитие банками систем дистанционного обслуживания, которые отличает самостоятельность, мобильность, безопасность. На 1 января 2016 г. услуги систем дистанционного банковского обслуживания предоставляет 21 банк Республики Беларусь, в том числе:

- интернет-банкинг – 19 банков;
- мобильный банкинг – 12 банков;
- СМС-банкинг – 7 банков;
- ТВ-банкинг – 4 банка [1].

В целях исключения одномоментного повышенного спроса на платежные терминалы предусмотрено поэтапное оснащение организаций торговли и сервиса ими в течение 2015–2017 гг. Таким образом, за три года банкам и объектам торговли и сервиса необходимо будет установить более 150–170 тыс. терминалов. При этом терминалы с июля 2015 г. в обязательном порядке должны принимать карточки с чипом, а также предусмотрена возможность использования бесконтактных технологий.

Особого внимания заслуживают сроки установки платежных терминалов в организациях торговли и сервиса. Для исключения случаев длительной процедуры установки терминального оборудования Национальным банком банкам рекомендовано соблюдать следующие сроки:

- оснащение терминалами – в срок не более 1 месяца;
- ремонт платежных терминалов – в срок не более 14 календарных дней;
- замена терминала – в 3 дневный срок (во время ремонта) [2].

Для реализации установленных сроков банками разработаны Регламенты удовлетворения заявок на оснащение платежными терминалами, предусматривающие этапность выполнения работ.

В рамках реализации мер по повышению безопасности операций с использованием карточек Правлением Национального банка принято постановление «О вопросах безопасного обращения банковских платежных карточек и функционирования программно-технической инфраструктуры» об обязательном выпуске банками в обращение карточек с микропроцессором стандарта EMV. Постановлением предусматривается поэтапный переход на эмиссию карточек с микропроцессором в рамках международных платежных систем и национальной платежной системы [3].

Основные вопросы регулирования рынка платежных карт в Республике Беларусь включают следующее:

1 *чипизация отрасли*. С 01.07.2015 эмиссия только чипованных карт МПС + все новые POS-терминалы и АТМ должны принимать чип, с 01.01.2017 – эмиссия только чипованных карт БЕЛКАРТ + вся сеть POS-терминалов и АТМ должна работать с чипом, с 01.01.2022 в обращении только чипованные карты;

2 *нулевая ответственность*. С 05.08.2015 эмитент возмещает списанные денежные средства в срок до 45 календарных дней со дня получения заявления клиента по операциям в Беларуси, до 90 календарных дней – за ее пределами. Обязанность банка предоставить клиенту возможность получения информации о каждой операции;

3 *ограничение платежей наличными*. Предельный размер платежа наличными денежными средствами при проведении расчетов между физлицами и юридическими лицами – 1000 базовых величин (около 12 000 USD);

4 *обязательная установка POS-терминалов*. Юридические лица и ИП, согласно утвержденному перечню, обязаны обеспечить наличие POS-терминалов в торговых объектах с 01.07.2015 г. – в городах областного подчинения и Минске, с 01.01.2016 г. – в городах районного подчинения; с 01.07.2017 г. – на всей территории Республики Беларусь.

Существенной проблемой развития рынка банковских платежных карточек является недостаточно рациональное распределение инфраструктуры по территориальному принципу, обусловленное неравномерностью распределения плотности населения и экономической активности между территориями. В частности, далеко не во всех сельских населенных пунктах и поселках городского типа (в которых проживает 32,9 % населения республики) есть филиалы и отделения банков; наряду с этим там пока не созданы условия для внедрения современных каналов предоставления услуг вследствие отсутствия соответствующего технического обеспечения (персональных компьютеров, банкоматов и т. п.), а также из-за низкого уровня технической грамотности населения. Все это обуславливает неравные условия доступа к получению услуг в зависимости от места жительства и социального статуса.

Неразвитость институциональной структуры и инфраструктуры рынка банковских платежных карточек сдерживает развитие конкуренции, негативно влияет на увеличение объемов и расширение спектра розничных банковских услуг, улучшение качества обслуживания населения. Более того, высокие издержки на создание и поддержание инфраструктуры зачастую не покрываются полученными от этого доходами даже в крупных банках [4, с. 21–22].

Развитию операций с использованием банковских платежных карточек и выработке мер, направленных на увеличение доли безналичных расчетов при оплате населением товаров (услуг) уделяется большое внимание со стороны Национального банка Республики Беларусь. Особенно тщательно рассматриваются вопросы регулирования тарифов

на расчетное обслуживание банками организаций торговли (сервиса) по операциям с использованием банковских платежных карточек (эквайринг) и инкассацию банками наличных денежных средств.

Тарифная политика банков по эквайрингу и инкассации сегодня основана на договорных отношениях. При установлении указанных тарифов банками применяются комплексные подходы к обслуживанию клиентов, учитывающие объем торгового оборота, полученный организацией торговли (сервиса) за счет приема оплаты в безналичном порядке с использованием банковских пластиковых карточек, опыт сотрудничества банка с клиентом, спектр предоставляемых банком услуг данному клиенту. Принимаются во внимание и социальные аспекты работы торговли, в частности, на селе и в малых городах.

В связи с этим необходима активизация работы по расширению использования банковских платежных карточек, электронных денег и других платежных инструментов для безналичных расчетов, в том числе в расчетах, осуществляемых в сфере бытовых услуг, транспорта, на рынках. Для этого банкам предложено усилить взаимодействие с местными органами исполнительной власти. Необходимо проводить активную работу по популяризации безналичных расчетов среди населения, по повышению финансовой грамотности держателей карточек.

Совершенствуя политику по развитию в Республике Беларусь системы безналичных расчетов по розничным платежам с использованием банковских платежных карточек, А. А. Гучко рекомендует банкам:

- устанавливать тарифы на эквайринг с учетом комплексного обслуживания организаций торговли (сервиса);
- соблюдать сроки установки платежных терминалов в соответствии с заявками, поступающими от организаций торговли (сервиса);
- своевременно обслуживать платежные терминалы и обучать персонал организаций торговли (сервиса) работе с данным оборудованием;
- равномерно размещать объекты программно-технической инфраструктуры по территории Республики Беларусь с учетом объемов эмиссии банковских платежных карточек в отдельных регионах, городах районного подчинения, сельской местности;
- исключить формальный подход к рассмотрению претензий клиентов по фактам неполучения денежных средств с использованием банковских платежных карточек, списания денежных средств со счетов, к которым выданы банковские платежные карточки, обеспечивать возврат денежных средств добросовестным держателям карточек в возможно короткий срок [5, с. 14].

Исходя из преимуществ и недостатков внедрения платежных карточек, В. В. Гусаров вносит ряд предложений:

1) разработать систему льгот для предприятий, выплачивающих зарплату путем перечисления на карт-счета. Такая же система должна быть создана и для магазинов и прочих ПТС, обслуживающих клиентов платежных карт;

2) создать совместную систему платежных карточек: совмещающую логотип «MasterCard», «Maestro», «Visa». В России «STVCard» и «UnionCard» – мультивалютные карточки, и по ним российские рубли могут конвертироваться в доллары США. Банк России выпустил карточки с логотипом «Visa», «UnionCard», «Electron». Ведь чем больше логотипов платежных систем по платежным карточкам, тем шире возможности пользователя платежной карточки;

3) для пользователей платежных карточек создать систему льгот в виде скидок при безналичной оплате, повышения процентной ставки по карт-счету, по сравнению с вкладом до востребования, уменьшения процентной ставки за пользование овердрафтом [6, с. 12].

Ещё одним важным составляющим успешного осуществления операций с использованием банковских платежных карточек является внедрение вычислительной техники

и современных программных средств, которое осуществляется с целью повышения конкурентоспособности банка по сравнению с другими банками, с целью повышения уровня качества обслуживания клиента с помощью компьютерных и программных продуктов.

Сегодня, чтобы завоевать клиента, необходимо предлагать не просто продукт, а целый комплекс услуг. Если эта банковская карта – то в дополнение к ней желательны кредитование, дисконтные и бонусные программы, начисление процентов на счет, оплата различных услуг.

Во многих странах государственные и частные организации внедряют чиповые карты с различным набором приложений: удостоверение личности гражданина (паспорт), проездной билет на общественном транспорте, бонусные программы и другие.

Хорошим способом привлечь клиентов стали совместные программы банков с торговыми сетями или же коммерческими сервисными компаниями, получившие название кобрендинга. Выгоду от подобных программ получают все: покупателям предоставляется скидка, у них появляются дополнительные возможности и услуги, возникает возможность участвовать в бонусных программах; магазин увеличивает оборот; у банка есть доступ к клиентской базе.

Также для расширения клиентской базы банкам следует выпускать платежные карты уникальных дизайнов для тех потребителей, которые имеют по несколько карточек сразу, и платежной карты для них из сугубо платежного инструмента переходят в категорию LifeStyle. Такие клиенты часто отдают предпочтение тем картам, над которыми работали дизайнеры, и, как правило, совершают по картам транзакции крупного номинала, что дает возможность банкам реально увеличить свои доходы [7, с. 23].

Решение проблемы увеличения доли безналичных расчетов в розничном товарообороте лежит в двух плоскостях:

- создание технической инфраструктуры применения банковских платежных карточек и доведение ее до нормативного уровня;
- рациональное и эффективное использование уже созданной сети платежных терминалов.

Следовательно, для увеличения безналичных расчетов с использования платежных карточек, а также для популяризации карточек необходимо увеличение обслуживающего оборудования. Для увеличения доли безналичных расчетов одной только установки в организациях торговли и сервиса терминального оборудования недостаточно. Необходимо особое внимание уделить эффективному использованию терминалов. Со стороны торговли и банков должны быть обеспечены мониторинг их использования, анализ количества и суммы операций на один терминал в динамике и приниматься меры по повышению эффективности использования, прежде всего, за счет разработки и реализации системы поощрительных мер.

Также в целях увеличения спроса на платежные карточки, на их использование в качестве средств расчетов, необходимо стимулирование держателей платежных карт, которое может осуществляться с помощью различного рода поощрения. В настоящее время программы поощрения потребителей – практически единственный маркетинговый инструмент, создающий ситуацию, когда каждая из сторон оказывается в выигрыше. С одной стороны, банк увеличивает количество клиентов, а с другой – количество транзакций по своим карточкам, в то время как потребитель получает подарки за приверженность банку.

Программы поощрения клиентов способствуют более частому использованию карточки банка для оплаты товаров и услуг, помогают установить обратную связь с клиентом, своевременно информировать о новых услугах и проектах.

## Литература

1 Развитие в Республике Беларусь рынка банковских платежных карточек [Электронный ресурс] / Сайт Национального банка Республики Беларусь. – Минск, 2016. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 15.04.2016).

2 Об утверждении отчета Национального банка за 2014 год: Указ Президента Республики Беларусь от 11 мая 2015 г. № 206 [Электронный ресурс] / Сайт Национального банка Республики Беларусь. – Минск, 2016. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 16.04.2016).

3 О вопросах безопасного обращения банковских платежных карточек и функционирования программно-технической инфраструктуры: постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 мая 2014 г. № 343 [Электронный ресурс] / Сайт Национального банка Республики Беларусь. – Минск, 2016. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 16.04.2016).

4 Криворучко, С. И. Процесс наблюдения за платежной системой / С. И. Криворучко // Финансы и кредит. – 2015. – № 5. – С. 18–24.

5 Гучко, А. А. Расчеты банковскими пластиковыми карточками / А. А. Гучко // Банковский вестник. – 2016. – № 2. – С. 12–15.

6 Гусаров, В. В. Стратегические направления развития рынка пластиковых карточек / В. В. Гусаров // Банковский Вестник. – 2015. – № 4. – С. 9–13.

7 Гусаров, В. В. Конкуренция на белорусском рынке банковских карточек / В. В. Гусаров // Банковский Вестник. – 2015. – № 7. – С. 17–22.

**УДК 330.354(476) «2016-2020»**

***И. А. Дробышевская***

#### **ДЕВЯТЬ ИСТОЧНИКОВ РОСТА ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ В 2016–2020 ГОДАХ**

*В статье оценивается состояние экономического развития Республики Беларусь за предыдущие пять лет, рассматривается сектор, преобладающий в экономике страны и предприятия, которые являются неотъемлемой частью данного сектора, а также делаются акценты на сильные и слабые стороны экономического развития республики, и предлагаются девять источников роста экономики Беларуси на ближайшую перспективу, так же рассмотрены приоритетные виды производства.*

Особенность белорусской экономики заключается в попытке соединить элементы плановой системы с рыночным механизмом, попытка сохранить индустриальную базу на базе государственной собственности при подавлении частной инициативы и вмешательстве государства в экономическую деятельность. Как следствие – низкая эффективность. Белорусская экономика опирается на переработку и реэкспорт российского сырья, а легитимность режима обеспечивается моделью социального государства.

В структуре экономики Беларуси долгое время преобладает промышленный сектор, на который государство сделало ставку для достижения установленных темпов экономического роста. Это привело к низкой доле частных предприятий в формировании ВВП – около 30 % против 60–80 % в соседних странах.

В 2011 году в страну начали поступать деньги по трёхмиллиардному кредиту, условием которого стало проведение приватизации на сумму 7,5 млрд. долларов за три года. Было заявлено о выставлении на продажу акций ряда предприятий. В их числе – Белтрансгаз, СООО МТС, Гродно Азот, Мозырский нефтеперерабатывающий завод, Новополоцкий нефтеперерабатывающий завод, Минский автомобильный завод, «Интеграл», БелАЗ, Беларуськалий, «Бархим», Барановичский комбинат железобетонных конструкций, Брестский электромеханический завод, Белсантехмонтаж-2, Стройтрест № 8, ОАО Автомагистраль, ОАО Белгазстрой, ОАО Медпласт, ОАО Конфа.

В 2016 году рецессия белорусской экономики продолжится. Такой вывод следует из макроэкономического прогноза Исследовательского центра ИПМ и Немецкой экономической группы на 2016 год.

С одной стороны, реальный сектор ожидает достаточно низкую отдачу на инвестиции, принимая во внимание слабый потенциал роста, неопределенность, а также в ряде случаев избыток накопленного капитала в предыдущие периоды. С другой стороны, фактические реальные ставки денежного рынка остаются на чрезвычайно высоком уровне за счет высоких инфляционных ожиданий, отражающих низкое доверие к проводимой экономической политике, пишут эксперты. Продолжительная рецессия неизбежно будет приводить к снижению занятости и росту безработицы.

Несмотря на относительно низкую инфляцию, в 2016 году сохраняются угрозы финансовой стабильности, обусловленные снижением качества банковских активов, полагают аналитики. Эксперты отмечают, что бюджет сектора государственного управления будет выполнен с профицитом 1,7 от ВВП в 2016 году. Профицит, обеспеченный поступлением доходов от экспортных пошлин на нефтепродукты, будет направлен на обслуживание внешнего долга. В частности, прогнозируется небольшое увеличение расходов бюджета на текущие трансферты, связанное с поддержкой социально уязвимых групп населения. Аналитики также предсказывают существенный рост внешнего долга по отношению к ВВП вследствие сокращения белорусской экономики в долларовом выражении. Следует отметить, что данный прогноз сделан из допущений, что мировая цена на нефть в среднем за 2016 год составит 47 долларов за баррель, Беларусь импортирует из России 23 млн. тонн нефти.

В связи со сложившейся ситуацией в Республике Беларусь необходимо принимать какие-либо меры для роста национальной экономики, так как бездействие может привести к её краху.

Можно назвать девять источников роста экономики Беларуси, предусмотренных проектом программы социально-экономического развития Беларуси в 2016–2020 годах, на заседании межведомственной рабочей группы по разработке проекта документа.

В проекте программы определены такие приоритеты, как занятость, экспорт и инвестиции. Планируется оперативная реализация системных мер, направленных на активизацию новых факторов экономического роста, способных обеспечить его в принципиально изменившихся внешнеэкономических условиях.

Основными источниками экономического роста являются:

- обеспечение прибыльной работы крупнейших государственных предприятий при изменении качества управления их активами и снижении себестоимости продукции;
- повышение платежной дисциплины во взаиморасчетах за поставленные товары, работы, услуги;
- развитие добросовестной конкуренции и пакета антимонопольных мер;
- развитие и диверсификация экспорта;
- рациональное импортозамещение через отраслевые и региональные программы в рамках трех групп импортных товаров и усиление механизмов защиты внутреннего рынка, в том числе с учетом участия Беларуси в интеграционных образованиях (ЕАЭС и потенциально ВТО);
- ускоренное развитие малого и среднего бизнеса, его вовлечение в программы импортозамещения, особенно региональные;
- привлечение иностранного капитала в создание производств, освоение кредитных линий КНР;
- снижение ставок по банковским кредитам;
- обеспечение повсеместной экономии и эффективного использования всех видов ресурсов.

Вступление страны в ВТО улучшит имидж Республики Беларусь, позволит привлечь инвесторов в страну. Другое дело, что для этого необходимо взять на себя огромное количество обязательств. В частности, страна должна открыть доступ на внутренний рынок товаров и услуг, а также проводить экономические реформы. В случае с Беларусью, речь идет об отказе от госрегулирования цен, экспортных субсидий, а также

о переводе госпредприятий на коммерческие принципы работы. Данный аспект может негативно сказаться на экономике Беларуси.

Прогноз ВВП и развитие отраслей экономики на 2016–2020 годы рассчитан на основе пофакторного анализа производства по крупнейшим товарным группам и видам экономической деятельности. Исходные данные обоснованы и согласованы персонально руководителями всех отраслевых ведомств и регионов. По каждому району председателями райисполкомов проведена защита на площадке Министерства экономики, исходя из производственных возможностей, емкости внутреннего рынка, а также с учетом прогнозной динамики и конъюнктуры спроса на внешних рынках. Акцент сделан на высокотехнологичных производствах: фармацевтика, микроэлектроника, оптоэлектронная техника, лазерные системы, новые материалы. Сконцентрированы усилия на развитии производств, к примеру, по выпуску НРК удобрений и дизельных двигателей, отвечающих экологическому уровню Евро-5 и Евро-6, завершении строительства комбината по переработке хлорсодержащего сырья.

При этом приоритетными остаются производства, основанные на местных сырьевых ресурсах. Прежде всего это производство пищевых продуктов, деревообработка, строительные материалы, переработка льна, завершение комплексной модернизации нефтепереработки.

Диверсификация топливно-энергетического баланса будет осуществляться в направлении снижения импортируемого природного газа посредством развития атомной энергетики и возобновляемых источников энергии. Ввод в эксплуатацию АЭС позволит заместить более 5 млрд. м<sup>3</sup> природного газа, снизить себестоимость производимой энергии, создать предпосылки для ее экспорта.

Экономика сохранит свою социальную ориентацию. Рост реальных располагаемых доходов населения будет предопределяться динамикой ВВП, производительностью труда и составит не менее 110 % за пятилетие. Доступность услуг здравоохранения, образования, науки обеспечит возможности для всестороннего развития человека.

Привлекательность жизни населения в любом уголке страны повысится за счет выравнивания жилищных условий, качества и скорости транспортных путей и сообщения, обеспеченности услуг современной связи.

Представленный в проекте программы сценарий развития в среднесрочной перспективе достижим при условии реализации предложенных подходов по совершенствованию управления экономикой. Это позволит вывести ее на качественно новый уровень развития, преемственно сохраняя все лучшее и формируя новые факторы долгосрочного экономического роста. Обновление экономики создаст прочный фундамент устойчивого роста уровня и качества жизни, конкурентоспособности как человека, так и государственных институтов. Разработка проекта программы велась с учетом программы деятельности правительства, рассмотрение которой состоялось 5 апреля в Палате представителей Национального собрания, обновленной редакции Директивы № 3 «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства», 20 государственных программ, которые разработаны в рамках внедрения нового подхода бюджетирования, ориентированного на результат.

Впервые все документы разрабатывались комплексно, основываясь на целостности и единстве подходов. Последовательная реализация разработанных мер экономической политики в среднесрочной перспективе приведет к ускорению годовых темпов прироста ВВП к концу пятилетки до 3,5 %.

## Литература

1 Пустовалов, В. К. Механизмы активизации регионального развития малого инновационного предпринимательства в Беларуси / В. К. Пустовалов. – Минск: ГУ «БелИСА», 2006. – 156 с.

2 Мясникович, М. В. Инициатива, динамизм, инновационность [Электронный ресурс] / М. В. Мясникович // Белорусская экономика. – URL: <http://belarus-economy.by/econom.nsf> (дата обращения: 30.11.2015).

3 Пашкевич, И. Стимулирование экспортной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства / И. Пашкевич // Банкаўскі веснік. – 2014. – № 9. – С. 23–29.

УДК 005.932:657.6

*Е. С. Дятловская*

## **ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

*В статье рассмотрены основные методы эффективного управления материальными ресурсами на промышленном предприятии, которые способствуют оптимизации уровня их запасов и в конечном итоге повышению эффективности производства в целом. Раскрыта сущность и изложен механизм применения классического ABC-анализа, а также направления совершенствования использования данного метода в современных рыночных условиях.*

В современных условиях развития экономики Республики Беларусь большинство организаций рано или поздно сталкиваются с проблемой нерационального использования материальных ресурсов и неизбежно возникающими трудностями эффективного управления процессом производства. В связи с этим возникает необходимость в сокращении различных видов затрат с помощью достижения оптимального баланса между необходимым объемом запаса материальных ресурсов и финансовыми затратами организации [1].

Применение методов экономического анализа способствует оптимизации уровня запасов материальных ресурсов организации и в конечном итоге повышает эффективность производства в целом. Оптимизировать уровень запасов в организации возможно, во-первых, при создании системы четкого отбора и обоснованной классификации ресурсов на основе ABC-метода и, во-вторых, внедрении надлежащей системы заказа материальных ресурсов.

Основным инструментом эффективного управления материальными ресурсами является ABC-метод (метод (закон) Парето или закон 80:20), который может применяться практически в любых областях деятельности и в отношении любого перечня, поддающегося ранжированию (товаров, услуг, клиентов, материальных и интеллектуальных ресурсов и т.д.) Наиболее популярно его использование при управлении материальными ресурсами [2, с.50].

ABC-анализ – метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их важности. Проведение ABC-классификации включает 3 этапа.

(1) Первый этап – *выбор критерия классификации* – единственный неформализованный шаг классификации. Выбор критерия классификации зависит, прежде всего, от стратегии организации на данном этапе развития. Она может быть связана с реализацией специфического направления работы. В качестве критериев могут выступать цена закупки, прибыль от продаж, рентабельность продаж, средний уровень запаса различных единиц, доля в созданных запасах, период оборота запаса и т.п.

(2) Второй этап включает проведение *расчета нарастающего итога значения критерия классификации* по номенклатурным позициям. Удельный вес значения критерия классификации рассчитывается как отношения значения критерия каждой из позиции

к итоговой сумме значения критерия классификации второго столбца. Удельный вес нарастающим итогом рассчитывается следующим образом: значения удельного веса для первой позиции номенклатуры переписывается в столбец удельного веса нарастающим итогом. Для последующих номенклатурных позиций производится суммирование значения нарастающего итога предыдущей позиции со значением удельного веса текущей позиции.

(3) Третий этап – *выделение классификационных групп* – в классическом ABC-методе проводится на основе закона Парето, утверждающего, что 80 % значений качественного критерия определяется 20 % количества выбранной совокупности объектов.

Рассмотрим классический порядок проведения ABC-классификации, который представлен в таблице 1, на примере номенклатуры закупаемых материальных ресурсов ОАО «Термопласт».

Таблица 1 – Классическая ABC-классификация материальных ресурсов на примере ОАО «Термопласт»

Наименование	Закупочная цена, тыс.	Удельный вес, %	Удельный вес нарастающим итогом, %	Группа
Полиэтилен	12050	18,92	18,92	А
Полимеры	10213	16,04	34,96	А
Втулка	8130	12,77	47,73	А
Спецодежда	6618	10,39	58,12	А
Кабель	5980	9,39	67,51	А
Зап. арматура	3940	6,19	73,70	А
Масла дизельные	3805	5,98	79,67	А
Краска	2635	4,14	83,81	В
Плавиновая кислота	2461	3,86	87,67	В
Арматура наги АНК65х210	2354	3,70	91,37	С
С-22 фирмы «Клиф-Морс»	2030	3,19	94,56	С
Смазка кисл. ВНИИП-282	1556	2,44	97,00	С
Доулекс ПЦТ ДО 100	950	1,49	98,49	С
Хомут Д 214,3 ИСМТ	925	1,45	99,95	С
Проволока УДС Д = 1,8 мм	21	0,03	99,98	С
Клей КМЦ	13	0,02	100,00	С
Итого	63681	100,00	–	–

В рассматриваемом примере позиции, имеющие до 80 % нарастающего итога критерия классификации отнесены к группе А. В группу В включены позиции, имеющие от 80 % до 90 % нарастающего итога. Оставшиеся номенклатурные позиции включены в группу С.

Однако метод ABC-классификации в последние десятилетия претерпел значительные изменения в связи с развитием бизнеса и экономико-математических исследований. Эти изменения коснулись всех этапов реализации метода ABC, что требует совершенствования подходов к его применению в организациях.

Особенностью ABC-классификации на первом этапе является то, что современная экономическая ситуация не может быть описана единственным критерием. Чтобы провести ABC-классификацию в случае использования нескольких критериев, можно воспользоваться подходом, который заключается в формировании синтетического критерия классификации. Для каждого критерия классификации определяется удельный вес, соответствующий значимости критерия в реализации стратегии предприятия. Например, пусть выбраны три критерия классификации и определены следующие весовые коэффициенты: закупочная цена (Ц) – 0,3; рентабельность продаж (Р) – 0,5; период

оборота данной номенклатуры (О) – 0,2. Затем для каждой позиции номенклатуры проводится расчет синтетического критерия классификации (таблица 2). [3, с. 80]

Таблица 2 – Расчет синтетического критерия классификации для отдельных номенклатурных позиций

№	Наименование позиции	Значение критерия			Весовой коэффициент			Значение синтетического критерия
		Ц, руб./ед.	Р, % /ед.	О, дни	Ц	Р	О	
A	1	2	3	4	5	6	7	$[2]*[5]+[3]*[6]+[4]*[7]$
1	xxxxxx1	30	10	30	0,3	0,5	0,2	20
2	xxxxxx2	45	9	24	0,3	0,5	0,2	22,8
3	xxxxxx3	18	18	45	0,3	0,5	0,2	23,4
...	...	...	...	...	...	...	...	...

Суммирование получившихся значений при определении значения синтетического критерия не имеет экономического смысла, но дает возможность одним числом охарактеризовать каждую позицию, включенную в классификацию, и провести ABC-классификацию по классической схеме с использованием одного критерия.

Второй этап ABC-классификации четко формализован. В связи с множественностью используемых критериев классификации, иногда встает задача сортировки таблицы ABC. Таблица 1, иллюстрирующая классический алгоритм, отсортирована по значению критерия классификации (столбец 2). Выбор направления классификации (по возрастанию или по убыванию) определяется экономическим содержанием критерия. В примере таблицы 1 сортировка позиций номенклатуры запаса проведена по убыванию, так как экономия на закупке требует наибольшего внимания к позициям с высокой закупочной ценой (группа А). Критерий скорости или периода оборота запаса может требовать сортировки по возрастанию значений, так как в группу А включаются позиции, имеющие максимальную частоту заявок на обслуживание потребителей [3, с. 81].

На третьем этапе под сомнение попадает утверждение, что ABC-классификация должна включать только 3 группы, а популярное соотношение 80:20 не может использоваться автоматически при проведении ABC-классификации. Пример таблицы 1 показывает, что группа С должна быть подвергнута дальнейшему делению, т. к. часть группы от позиции «Проволока» и до конца накапливает уже сотые доли процентов нарастающего итога. Минимальный контроль и внимание со стороны менеджеров в действительности должны уделяться группе D, включающей позиции «Проволока» и ниже.

Для разделения ресурсов на группы можно применять метод построения кумулятивной кривой. Он заключается в построении на базе таблицы ABC-классификации графика кривой взаимосвязи качественных и количественных значений. Такая кривая, соответствующая примеру таблицы 1, приведена на рисунке 1.

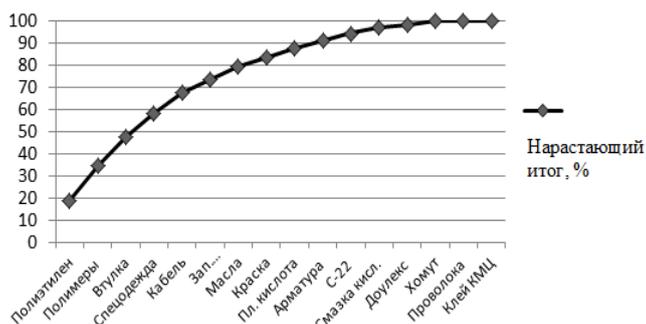


Рисунок 1 – Иллюстрация ABC-классификации по таблице 1

Далее необходимо соединить прямой крайние точки кривой и найти точку касания параллельной полученной прямой линии. Эта точка определит границы группы А (рисунок 2). Затем требуется повторить процедуру, соединив прямой начальную и конечную точки оставшейся части кривой, и зафиксировав границы следующей группы. Предлагаемый алгоритм позволяет автоматически определить границы и количество групп, но не исключает анализа полученной классификации руководителем или специалистом в целях внесения необходимых корректив.

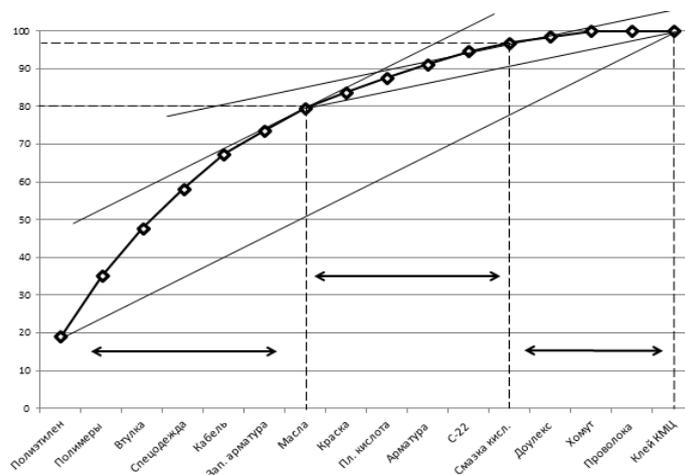


Рисунок 2 – Иллюстрация определения количества и границ групп ABC-классификации

Применив метод построения кумулятивной кривой для примера 1, видим, что в данном случае, элементы, попавшие в группу А, совпадают с предыдущим результатом, однако в группу В вошли элементы, отнесенные ранее к группе С (арматура, С-22 фирмы «Клиф-Морс» и смазка ВНИИНП-282).

В зависимости от того, к какой группе будет отнесен тот или иной вид материала, рекомендации будут иметь различный характер.

Группа А – это дорогостоящие материалы, которым должно быть уделено наибольшее внимание. Для этой группы требуется: более точный анализ цен закупок; рассмотрение нескольких альтернативных предложений от поставщиков; постоянный 100%-ный контроль запасов и поддержание их на низком уровне; более точное определение страховых запасов; предпочтительнее мелкие партии заказа; системы управления запасами: с фиксированным количеством заказа;

Группа В характеризуется средними стоимостными величинами. В зависимости от их значения с ними поступают, как с материалами группы А и группы В;

Группа С – малоценные материалы (большое количество, низкая стоимость). Цель управления ресурсами этой группы – снижение затрат на оформлении и складирование. При этом требуются: упрощение оформления заказов, упрощенный учет и контроль запасов; выборочный контроль запасов; установление более высокого уровня страховых запасов; системы управления запасами: с фиксированным временем заказа.

В дальнейшем при помощи использования систем управления запасами организация будет грамотно осуществлять выбор поставщика, оперативно оформлять заказы на восполнение запасов, осуществлять постоянный контроль за их уровнем.

Таким образом, при помощи применения ABC-анализа организация будет приоритетное внимание уделять элементам более значимой по классификации группы, выражающееся в повышении уровня состояния запасов, что позволит более оперативно и точно оформлять заказы, а также минимизировать затраты, связанные со снабжением и хранением.

## Литература

- 1 Акулич, В. В. Экономический анализ материальных затрат / В. В. Акулич // Плавно-экономический отдел. – 2008. – № 8 (62). – С. 14–19.
- 2 Стерлигова, А. Н. Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? / А. Н. Стерлигова // Логинфо. – 2003. – № 12. – С. 50–55.
- 3 Левкин, Г. Г. Контроллинг и управление логистическими рисками : учеб. пособие / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. – М.–Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 142 с.

УДК 332.14:336.144.382

*И. Б. Железнякова*

### СНИЖЕНИЕ ЗАВИСИМОСТИ РЕГИОНА ОТ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ

*Рассмотрены проблемы межбюджетных трансфертов и их роль в формировании бюджетов. Предложены пути снижения их доли в доходах региональных бюджетов. Сделан вывод о том, что необходимо пересмотреть подход к планированию межбюджетных трансфертов, что позволит увеличить самостоятельность местных органов власти и повысит их заинтересованность в наиболее полной мобилизации денежных средств в бюджет.*

В современном мире увеличение расходных функций региональных бюджетов, которое не сопровождается укреплением их собственной доходной базы, обуславливает существенную роль механизмов межрегионального выравнивания. Поэтому влияние межбюджетных отношений на исполнение доходов и расходов местного бюджета достаточно велико.

Данной проблемой в наше время занимаются такие известные экономисты как: Т. В. Сорокина, М. В. Ромаш, Л. М. Тетерина и др.

Суть проблемы межбюджетных отношений заключается в том, что собственных доходов местного бюджета не достаточно для того, чтобы покрыть закрепленные за ними расходы. Действующий механизм распределения доли расходов и доходов между бюджетами разных уровней таков, что закрепленные расходы бюджетов местного уровня значительно превышают собственные доходы, а это требует бюджетного регулирования. Оно осуществляется с помощью межбюджетных отношений.

Межбюджетными отношениями бюджета г. Гомеля являются отношения между вышестоящими бюджетами республиканским бюджетом, бюджетом Гомельской области и нижестоящим бюджетом Костюковского поселкового Совета.

Передача доходов и расходов этих бюджетов осуществляется из:

- республиканского бюджета на основании законодательных актов;
- областных бюджетов на основании решения областного Совета депутатов или решения областного исполнительного комитета в пределах прав, предоставленных ему областным Советом депутатов;
- бюджетов базового уровня на основании решения районного, городского (города областного подчинения) Совета депутатов или решения районного, городского (города областного подчинения) исполнительного комитета в пределах прав, предоставленных ему районным, городским (города областного подчинения) Советом депутатов;
- бюджетов первичного уровня на основании решения сельского, поселкового, городского (города районного подчинения) Совета депутатов или решения сельского,

поселкового, городского (города районного подчинения) исполнительного комитета в пределах прав, предоставленных ему сельским, поселковым, городским (города районного подчинения) Советом депутатов.

С целью формирования сбалансированных региональных бюджетов следует в первую очередь проанализировать состав и структуру их доходов и расходов.

Доходы бюджета г. Гомеля включают собственные, регулирующие доходы и безвозмездные поступления, что и представлено в таблице 1.

Из данных таблицы 1 видно, что по отчислениям от регулирующих доходов сложилась ситуация по уменьшению их доли в доходах бюджета города в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 3,4 п.п. Это связано с тем, что уровень доходов возрос на 448 672,2 млн. руб., за счет роста закреплённых доходов и налогов и в 2014 году составил 3 184 916,6 млн. руб. Не смотря на положительную динамику удельного веса закреплённых налогов и доходов (в 2014 году 64,5 % от всех доходов, что больше на 7,1 п.п. чем в 2013 году) сумма безвозмездных поступлений с каждым годом не становится меньше. Это говорит о зависимости бюджета г. Гомеля от дополнительного финансирования.

Таблица 1 – Структура доходов бюджета г. Гомеля в 2012–2014 гг.

В миллионах рублей

Доходы	2012 год	Уд. вес в % в общей сумме доходов	2013 год	Уд. вес в % в общей сумме доходов	2014 год	Уд. вес в % в общей сумме доходов
Отчисления от общереспубликанских налогов и доходов	375 573,9	17,4	397 615,1	14,5	353 598,6	11,1
Закрепленные налоги и доходы	1 008 791,4	46,8	1 567 556,9	57,4	2 054 952,7	64,5
Безвозмездные поступления из вышестоящих бюджетов	771 830,1	35,8	771 072,7	28,1	776 365,6	24,4
Всего:	2 156 195,5	100,0	2 736 244,7	100,0	3 184 916,9	100,0

В связи с недостаточностью собственных и регулирующих доходов используют межбюджетные трансферты. Это один из инструментов, который позволяет сформировать сбалансированные местные бюджеты.

В литературе однозначного понятия «межбюджетных трансфертов» определения их сущности и роли нет.

В Бюджетном Кодексе Российской Федерации сказано, что межбюджетные трансферты представляют собой «средства, предоставляемые одним бюджетом бюджетной системы Российской Федерации другому бюджету бюджетной системы Российской Федерации» [1, Ст. 3823].

Наиболее точное определение бюджета, на наш взгляд, приведено в одной из работ такого экономиста, как М. В Ромаш. По его мнению, межбюджетными трансфертами являются бюджетные средства, передаваемые из одного бюджета в другой бюджет на безвозвратной и безвозмездной основе [2, с. 34].

Межбюджетные трансферты предоставляются в формах дотаций, субвенций и иных межбюджетных трансфертов.

Дотация из вышестоящего бюджета в нижестоящий бюджет предоставляется в случае превышения прогнозного объема расходов местного бюджета над прогнозируемым объемом его доходов.

Она может быть предоставлена только после учета в полном объеме собственных доходов бюджета и регулирующих доходов по необходимым для сбалансированности бюджета нормативам отчислений от доходов.

Межбюджетный трансферт из нижестоящего бюджета в вышестоящий бюджет передается в случае превышения прогнозного объема доходов местного бюджета над прогнозным объемом его расходов.

Объем межбюджетных трансфертов в форме дотаций на планируемый период определяется на основе разницы между прогнозным объемом доходов и прогнозным объемом расходов соответствующего местного бюджета.

Прогнозный объем доходов местного бюджета рассчитывается с учетом налогового потенциала административно-территориальной единицы, а расходов с учетом нормативов бюджетной обеспеченности и корректирующих коэффициентов.

Дотация, субвенция или иной межбюджетный трансферт могут также предоставляться в текущем финансовом году в случае принятия акта законодательства, вызывающего уменьшение доходов или увеличение расходов бюджета.

Безвозмездные поступления в бюджет Гомеля из вышестоящих бюджетов на 2014 году представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Республики Беларусь, поступившие в бюджет г. Гомеля в 2014 году

В миллионах рублей

Наименование	Уточненный план	Исполнено	% исполнения
1 Текущие безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Республики Беларусь	714 054,8	713 805,6	99,97
В том числе:			
1.1 Дотации	515 237,7	515 237,7	100,00
1.2 Субвенции	140 479,8	140 479,8	100,00
– на финансирование расходов по преодолению последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС	128 417,9	128 417,9	100,00
– на финансирование расходов по индексированным жилищным квотам	12 062,0	12 062,0	100,00
1.3 Иные межбюджетные трансферты	58 337,3	58 088,1	99,57
2 Капитальные безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Республики Беларусь	63 444,3	62 559,9	98,60
Безвозмездные поступления, всего	777 499,1	776 365,6	99,85

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в 2014 году в бюджет г. Гомеля от вышестоящих бюджетов поступило безвозмездных поступлений в сумме 776365,6 млн. руб., что на 0,15 % (100–99,85) ниже запланированного. Недовыполнение плана по безвозмездным поступлениям произошло в результате невыполнения плана по капитальным безвозмездным поступлениям от других бюджетов бюджетной системы Республики Беларусь на 1,4 % (100–98,60) и иным межбюджетным трансфертам на 0,43 %.

Динамика предоставления межбюджетных трансфертов в бюджет г. Гомеля за 2013–2015 гг. на финансирование целевых расходов представлена в таблице 3.

Из данных таблицы 3 видно, что увеличение объема предоставления дотаций в суммовом выражении за период с 2013 года по 2015 год, сократило и их долю в общем объеме доходов. Так, в 2013 г. удельный вес дотаций составлял 25,7%, а к 2015 году сократился на 12,4 п.п. и составил 13,3 %. Доля же субвенций в общем объеме доходов незначительна, но увеличивается и в 2015 году составила 5,0 %, т. е. увеличилась на 1,0 п.п. по сравнению с 2013 годом.

Таблица 3 – Состав, структура и динамика межбюджетных трансфертов, предоставленных бюджету г. Гомеля за период 2013–2015 гг.

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год
Субвенции, тыс. рублей	104 376 515	140 479 849,1	172 606 766,4
Дотации, тыс. рублей	674 121 946,6	515 237 687,9	455 423 045,9
Доходы (всего), тыс. рублей	2 623 192 572	3 184 916 932	3 435 341 815
Доля субвенций в общем объеме доходов, %	4,0	4,4	5,0
Доля дотаций в общем объеме доходов, %	25,7	16,2	13,3

Анализ динамики объемов межбюджетных трансфертов в 2013–2015 гг. показывает, что при сложившейся системе межбюджетных отношений, размеры межбюджетных трансфертов имеют тенденцию к незначительному уменьшению. Уменьшение их объемов показывает присутствие стимулирующих факторов к росту самостоятельности местных властей при формировании доходов местных бюджетов. Но их недостаточно.

Еще наблюдаются нарушения в несоблюдении местными исполнительными и распорядительными органами установленного законодательством порядка зачисления налогов, сборов (пошлин) и других доходов в вышестоящий бюджет, а также нецелевое использование средств, выделенных из вышестоящего бюджета, либо имеющейся задолженности по платежам в вышестоящий бюджет. В связи с этим приостанавливается или уменьшается на эти суммы объем межбюджетных трансфертов, передаваемых из вышестоящего бюджета нижестоящие бюджеты. На наш взгляд необходимо продолжить снижать объем дотаций и увеличивать объем субвенций, так как они имеют целевую направленность.

Кроме того в нынешних условиях бюджетное регулирование посредством отчислений от регулирующих доходов имеет серьезные недостатки и первую очередь это некачественное манипулирование величинами нормативов отчислений, которое приводит к резким изменениям в соотношении закрепленных и регулирующих доходов.

Организация бюджетных отношений должна быть сориентирована на сбалансированность доходов и расходов, как условие стабильности бюджетной системы местного уровня управления. Для укрепления доходной базы местных бюджетов целесообразно расширить перечень собственных и закрепленных доходов, передать в разряд закрепленных наиболее значимые и существенные доходы, что позволит увеличить долю доходов, зачисляемых в эти бюджеты.

Необходимо обеспечить достижения соответствия между доходами и расходами государственного и местных бюджетов, и сделать это через упорядочение межбюджетных отношений и дальнейшего снижения межбюджетных трансфертов.

Одним из направлений сокращения межбюджетных трансфертов, на наш взгляд, является расчет бюджетного потенциала региона

Бюджетный потенциал региона – это объем собираемых на его территории средств в виде налоговых и неналоговых доходов, в том числе предоставляемых из бюджетов вышестоящих уровней.

В таблице 4 показан расчет бюджетного потенциала по областям Республики Беларусь и г. Минску за 2013–2014 гг.

Из данных таблицы 4 видно, что наибольший бюджетный потенциал в Республике Беларусь имеют г. Минск, Гомельская и Минская области. Так соотношение объема финансовой помощи из государственного бюджета и собственных доходов в г. Минске – 1,3 %, Гомельской области – 168,3 %, Минской области – 121,5 %.

Расчет бюджетного потенциала в свою очередь позволит наиболее полно оценивать финансовые возможности регионов Республики Беларусь и проводить взвешенную бюджетную политику в среднесрочной перспективе и формировать трехлетние местные бюджеты. Что и сократит величину межбюджетных трансфертов. А поэтому

региональным властям необходимо проработать пути повышения наполняемости бюджетов регионов собственными источниками. Например, за счет инвестиционно-инновационной деятельности региона, увеличение рабочих мест, что увеличит количество налоговых поступлений в бюджет.

Таблица 4 – Бюджетный потенциал областей Республики Беларусь и г. Минска за 2013 –2014 гг.

Области и г. Минск	Уровень бюджетной автономии, %	Соотношение объёма финансовой помощи из государственного бюджета и собственных доходов, %	Бюджетная результативность, млн. руб.	Бюджетная обеспеченность, млн. руб.	Величина удельных налоговых поступлений, млн. руб.
г. Минск	88,7	1,3	16 616,3	16 071,4	14 740,5
Минская область	43,5	121,5	7 162,6	6 813,0	3 112,9
Гомельская область	36,4	168,3	9 406,3	9 228,4	3 420,6
Брестская область	33,4	191,9	7 422,5	7 286,0	2 482,6
Витебская область	36,1	171,6	8 092,9	7 921,3	2 918,5
Гродненская область	27,9	247,4	7 256,3	7 085,4	2 023,9
Могилевская область	33,3	194,5	9 046,6	8 849,5	3 013,9

Таким образом, в настоящее время необходимо пересмотреть подход к планированию межбюджетных трансфертов. Это позволит увеличить самостоятельность местных органов власти и повысит их заинтересованность в наиболее полной мобилизации денежных средств в бюджет и положительно повлияет на уровень развития города. Вне зависимости от видов межбюджетных трансфертов их предоставление следует осуществлять с учетом возможного ответного реагирования нижестоящего уровня бюджетной системы, что поможет избежать проблем в формировании межбюджетных отношений в Республике Беларусь, которые существуют в настоящее время.

### Литература

- 1 Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 №145-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: <http://ivo.garant.ru> (дата обращения: 15.04.2016).
- 2 Ромаш, М. В. Государственный бюджет : учеб.-метод. пособие / М. В. Ромаш. – Минск: МИТСО, 2008. – 96 с.

УДК 657

*Т. О. Задорожнюк*

### ОЦЕНКА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЁ ОТРАЖЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ

*В статье рассмотрено понятие деловой репутации организации, её составляющие, в частности такой её компонент, как гудвилл. Внесены предложения о включении*

его в состав нематериальных активов, предложена методика его учёта. Также были рассмотрены и проанализированы различные подходы и методики оценки гудвилла.

В настоящее время в Республике Беларусь идёт активный процесс сближения национальной системы учёта и отчётности с МСФО, поэтому особо важным является рассмотрение методик отражения и учёта объектов, которые не соответствуют данным стандартам с целью их совершенствования.

Важной составляющей имиджа организации является её деловая репутация:



Рисунок 1 – Виды деловой репутации организации [1]

Деловая репутация организации как объект бухгалтерского учета может возникнуть только в результате покупки-продажи предприятия как имущественного комплекса. Как показано на рисунке 1, деловая репутация организации может быть как положительной, так и отрицательной. Положительная – это надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущего дохода, которую также называют гудвиллом. Отрицательная репутация, или же бэдвилл, рассматривается в данном случае как скидка с цены, предоставленная покупателю.

В Республике Беларусь на данный момент в нормативных документах определение понятия «деловая репутация» отсутствует. Вместе с тем, в международном стандарте финансовой отчётности IAS-22 «Объединение компаний» гудвилл определён как разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов.

Однако наиболее полным представляется следующее определение: деловая репутация (гудвилл) – это нематериальный актив компании, который складывается из различных составляющих, таких как наличие клиентуры, местоположение, номенклатура продукции, лояльность потребителей, доверие, которые не могут быть отдельно выделены или оценены, но создают дополнительную прибыль. В общем виде, это все то, помогает компании получать прибыли больше на единицу активов, чем у средней аналогичной компании [2].

Стоит отметить, что деловая репутация является одним из основных активов компании. Поэтому нами предлагается включить гудвилл в состав нематериальных активов в учёте Республики Беларусь в целях его сближения с МСФО.

Отражение деловой репутации в бухгалтерском учёте предлагается проводить записью 04 «Нематериальные активы» по дебету в корреспонденции со счетами учёта расчётов по кредиту. Превышение цены покупки над рыночной стоимостью в данном случае показывается в балансе как актив, подвергаемый обесценению (амортизации) в течение срока полезной службы, определяемого руководством компании.

В случае же отрицательной деловой репутации, разницу между рыночной и покупной стоимостью можно рассматривать как доходы будущих периодов.

Помимо порядка бухгалтерского учёта, важной является и проблема оценки гудвилла. Здесь выделяют два подхода – количественный и качественный. Внутри них существует множество способов оценки деловой репутации, и это всего лишь отражает существующее разнообразие в определении этого понятия. К качественному подходу относятся метод социологических опросов и рейтинговый метод, последователи которых придерживаются мнения о том, что подсчитать точную стоимость гудвилла нельзя, а можно только зафиксировать ее изменение – в худшую или лучшую сторону.

Группу доходных (количественных) методов составляют следующие:

1. *Остаточный метод*, согласно которому гудвилл определяется для постановки на баланс предприятия в виде разницы между стоимостью приобретения предприятия и стоимостью его активов.

Данный подход не определяет гудвилл в качестве актива, приносящего доход, и не предусматривает возможности использования результатов оценки в управлении. Это обстоятельство создает ряд ситуаций, которые ставят под сомнение состоятельность подобной точки зрения.

2. *Метод дисконтирования* денежных потоков характеризуется необходимостью наличия информации для определения размера ставки дисконтирования.

Данная проблема может быть решена с помощью публичной обновляемой базы данных компании Interbrand, предлагающей статистическую информацию для расчета величины ставки дисконтирования (формула (1)):

$$R = R_f + \text{brendbeta} \times (R_m - R_f), \quad (1)$$

где  $R_f$  – безрисковая ставка;

$R_m$  – среднерыночная ставка доходности;

$\text{Brendbeta}$  – коэффициент, который определяется с помощью графика, характеризующего силу гудвилла.

При расчете  $\text{brendbeta}$  сначала определяет рейтинг гудвилла по специальной таблице экспертным путем (в баллах): каждая компания получает рейтинг в интервале от 0 до 100 баллов. Соответственно, средний гудвилл, то есть получивший рейтинг в 50 баллов, получит и среднюю составную ставку дисконта для данного сектора рынка на данном национальном рынке, тогда как деловая репутация, получившая 100 баллов, теоретически является безрисковой и должна дисконтироваться по безрисковой ставке.

3. *Казначейский метод* практически повторяет метод дисконтирования денежных доходов. Основным отличием является альтернативное решение вопроса определения размера ставки дисконтирования – она устанавливается директивно Налоговой службой США. Следствием такого подхода является несоответствие ставки изменениям рыночной конъюнктуры.

Так, в США для предприятий с низким уровнем риска рекомендуется принимать коэффициент капитализации для материальных активов в размере 8 %, для нематериальных – 15 %. Для предприятий с относительно высоким риском соответственно 10 и 20 %.

4. *Статистический метод* проявляет прямую зависимость от качества и размеров выборки базы данных, что в значительной степени повышает субъективность оценки. Для повышения качества оценки стоимости деловой репутации организации данным

методом предлагается использовать данные бухгалтерских балансов за три последних года работы предприятия, т. к. это повышает объективность оценки.

5. *Квалиметрический метод* заключается в проведении аналогии между полезностью деятельности предприятия и величиной созданного гудвилла. Гудвилл компании в данном случае рассчитывается по формуле (2):

$$GW = \frac{(NOI - Q_f \times R_q)}{R_g}, \quad (2)$$

где  $GW$  – гудвилл;

$NOI$  – чистый операционный доход от деятельности компании;

$R_q$  – среднеотраслевой коэффициент рентабельности реализации;

$R_g$  – коэффициент капитализации нематериальных активов;

$Q_f$  – стоимость реализованной продукции.

Однако, данный метод характеризуется недостаточной методической проработанностью.

6. *Метод практиков*. Стоимость предприятия в данном случае определяется как среднее значение величины дохода и чистых скорректированных активов. Считается, что при использовании данного метода гудвилл равен половине разности между величиной дохода и чистых скорректированных активов. Чистые скорректированные активы рассчитываются как сумма (разность) бухгалтерских активов и результатов переоценки, что в свою очередь равно разнице между скорректированными активами и скорректированной кредиторской задолженностью.

Недостатком метода является негибкость его подхода к оценке, что в значительной степени снижает точность полученного результата. [3, с. 56–58]

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что необходимо признание существования деловой репутации как самостоятельного актива (совокупности неосязаемых неидентифицируемых активов) или как фактора обуславливающего получение дополнительного дохода. Это позволит дополнить финансовую отчётность информацией о составляющих интеллектуального капитала и позволит внешним пользователям получать более объективную информацию о состоянии активов предприятия.

Применение доходного подхода к определению стоимости деловой репутации позволяет руководствоваться полученной величиной в принятии управленческих решений в процессе работы предприятия. Таким образом, с точки зрения потребностей менеджмента приоритетными является развитие учёта деловой репутации и доходных методов расчета расчёта её величины.

Также представляется целесообразным внесение в нормативно-правовые документы Республики Беларусь определения понятия «деловая репутация», а также разработка порядка отражения её в бухгалтерском учёте.

Оценка гудвилла может использоваться в качестве самостоятельного инструмента, позволяющего принять различные управленческие решения. Однако количество подобных ситуаций относительно невелико и использование оценки обусловлено единственной и конечной целью установления стоимости, что не раскрывает всего потенциала применения ее результатов.

Всё это позволит не только ещё больше приблизить отечественный учёт к международной практике, но и повысит полноту оценки и отражения в учёте элементов интеллектуального капитала.

## Литература

1 Сигидов, Ю. Деловая репутация (гудвилл) коммерческих банков: сущность, классификация и методы оценки / Ю. Сигидов. – КубГАУ. – 2012. – № 82. – С. 59–80.

2 Щербакова, О. Гудвилл: важнейшая составляющая нематериальных активов в учёте коммерческих предприятий / О. Щербакова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 5. – С. 34–40.

3 Ершова, Е. А. Гудвилл бизнеса / Е. А. Ершова. – М.: Статут, 2013. – 224 с.

УДК 336.665

*Е. А. Ивандикова*

## ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*В статье рассмотрены основные проблемы, препятствующие развитию страхового рынка Республики Беларусь, а также основные процессы, происходящие в настоящее время на наиболее развитых рынках страховых услуг на примере рынка Великобритании. Сопоставление белорусского и британского страховых рынков позволяет определить перспективы развития отечественного страхового рынка, а также учесть будущие риски, связанные с этим развитием.*

Несмотря на то, что рынок страхования в Республике Беларусь активно развивается, существует ряд проблем, препятствующий полноценному его развитию. К ним относятся:

– *высокая стоимость страховых услуг.* В Республике Беларусь достаточно невысокий уровень доходов населения. Минимальный размер заработной платы на первое полугодие 2015 года составляет 144,8 долл. США [1]. На этом фоне размер страховых взносов на одного страхователя в сумме 45-55 долл. США для многих является чрезмерной величиной и заставляет отказываться от услуг по страхованию. К тому же, к 2015 году планируется увеличить размер страхового взноса на одного страхователя в 3,5 раза, что составит 135–165 долл. США. Для того чтобы стимулировать в данной ситуации спрос на страховые услуги среди населения, уровень доходов должен увеличиться настолько, чтобы данная сумма взносов не являлось высокой по отношению к ним;

– *высокая степень участия государства в страховом рынке.* Многие страховые организации в Республике Беларусь частично находятся в государственной собственности, что притормаживает развитие страхования в стране. Частным страховым организациям запрещено проводить обязательное страхование, допускаются к данному виду деятельности лишь те организации, доля которых на 50 % принадлежит государству. Это значительно снижает темпы развития национальных частных страховых организаций. Кроме того, в последние годы имеет место усиленное государственное регулирование страховой деятельности, которое также отрицательно сказывается на развитии страхового рынка. Государственное регулирование обязано быть как на страховом, так и на любом другом рынке, но достаточно умеренным, чтобы способствовать его успешному развитию;

– *особенности налогообложения страхователей.* В соответствии с налоговым кодексом Республики Беларусь, страховые взносы по добровольным видам страхования на предприятии не относятся на его затраты, и выплачиваются из прибыли предприятия, что снижает эффективность его деятельности. Немаловажным является и постоянное повышение выплат страховым посредникам. Все это является причиной того, что многие субъекты хозяйствования отказываются от добровольных видов страхования ввиду того, что многие из этих видов не входят в затраты предприятия, а также потому что добровольное страхование заключается через страховых посредников, а на данный момент размер страховых выплат страховому посреднику составляет 20 % от суммы взноса по добровольному страхованию, что весьма существенно;

– *высокий уровень инфляции.* Из-за нестабильности белорусского рубля на протяжении уже нескольких лет возникают некоторые проблемы в сфере страхования. Дело в том, что население и многие субъекты хозяйствования предпочитают в данной ситуации воспользоваться услугами зарубежных страховых организаций, так как считают это наиболее безопасным для своих денежных средств. Ввиду того, что основной спрос идет на зарубежные страховые организации, возможности по развитию национальных страховых организаций ограничивается. И, соответственно, ограничивается и развитие в целом отечественного страхового рынка;

– *неустойчивое государственное регулирование страхового рынка.* Частичный или полный пересмотр функционирования и деятельности страхового рынка приводит к тому, что страховщики не успевают изменить принципы своей деятельности либо внести какие-то поправки в процесс страхования внутри организации. Это значительно снижает темпы работы страховых организаций, что может привести к появлению некоторых убытков, а также более медленному развитию деятельности страховщиков. Также, частые изменения в законодательстве могут и негативно отразиться на спросе в сфере страхования, так как возможные изменения в последствии будут не удовлетворять самих страхователей по причине их невыгодности, неудобства и др.;

– *низкий спрос на страховые услуги среди населения.* Данная проблема возникает прежде всего из-за того, что население еще недостаточно адаптировалось к появлению страхового рынка в Республике Беларусь. Ввиду этого существует нежелание пользоваться страховыми услугами, так как до появления и развития страхового рынка обходились и без них. Низкий спрос также обусловлен и недоверием со стороны населения к деятельности страховых организаций. Это связано с тем, что из-за неграмотности в сфере страхования, есть предположения, что страховые организации превышают свои полномочия и пользуются неграмотностью граждан ради своей выгоды. Существует также проблема узкого ассортимента страховых продуктов. Именно данные аспекты не позволяют развиваться рынку страхования среди населения.

Чтобы понять перспективы белорусского рынка страховых услуг, рассмотрим один из самых развитых мировых страховых рынков – рынок страхования Великобритании. Основные изменения касаются двух аспектов страхового рынка.

### **1 Сфера розничного страхования.**

Спрос на страхование достиг беспрецедентного значения в наше время, причём более состоятельные потребители производят больше видов деятельности, которые должны быть застрахованы. Ведущее место в сфере генерации спроса занимают три аспекта повседневной жизни: перемещения, домовладения и поездки за границу. На дорогах, в настоящее время чуть больше, чем один автомобиль в среднем для каждого домашнего хозяйства в Великобритании, по сравнению с менее чем половиной в 1971 г. [2], поэтому обязательное страхование автотранспортных средств в настоящее время является крупнейшей категорией на розничном рынке и составляет около 37 % всех частных полисов. Страхование домашнего имущества имеет вторую по величине долю в 29 % всех частных полисов. Хотя количество собственников недвижимости в Великобритании несколько снизилось в последние годы после ипотечного кризиса, они по-прежнему составляют около двух третей всех домохозяйств, по сравнению с лишь третью в 1959 г. [2]. Наконец зарубежные поездки жителей Великобритании составляют примерно одну поездку на одного жителя в год, тогда как в 1990 г. этот показатель составлял чуть менее 50 %.

Помимо этих трех наиболее страхуемых видов деятельности, люди приобретают больше и других полисов. Объём страхового рынка растёт на 2–3 % ежегодно. Появление массового рынка страхования привело к фундаментальным изменениям в дизайне и распределении продукции. Продукты стали биржевым товаром, со стандартными условиями и сложными рисковыми методиками ценообразования.

## **2 Сфера страховых рисков.**

Страховые организации в настоящее время испытывают взрывной рост претензий, связанных с экстремальными погодными условиями, киберпреступностью и демографией. В вопросе изменения климата и наводнений, существует необходимость кардинального изменения оценки рисков, чтобы сохранить доступность страховых продуктов и избежать при этом быстрого роста издержек. Необходима также новая экспертиза рисков, связанных с киберпреступностью, причём оценка данных рисков должна пересматриваться с достаточно высокой частотой, так как новые виды таких рисков появляются постоянно.

Таким образом, сравнивая основные проблемы двух рынков можно отметить, что проблемы страхового рынка Республики Беларусь отражают еще стадию формирования рынка, отражая низкую степень развития, по сравнению с развитым страховым рынком. Проблемы стоимости взноса, государственного регулирования и некорректного страхового законодательства отражают то, что страховой рынок Республики Беларусь находится еще на стадии формирования и только-только начинает развиваться, в то время как проблемы, возникшие на страховом рынке Великобритании имеют более узкую направленность и отражают глобальные экономические, социальные и природные процессы. Вместе с тем при развитии отечественного страхового рынка желательно уже сейчас учитывать передовой мировой опыт, что позволит избежать в будущем болезненных реструктуризаций.

### **Литература**

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 10.04.2016).

2 Research by Ernst & Young for the CII, May 2014.

**УДК 364-786-056.24(492)**

***Ю. А. Иванькова***

### **СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ИНВАЛИДОВ: ОПЫТ ГОЛЛАНДИИ**

*В статье рассматриваются современные аспекты обеспечения жизнедеятельности умственно отсталых людей в Королевстве Нидерланды. Выделены основные направления работы в центре Люнет, а также проводимые мероприятия и развлекательные программы. Проанализирован механизм предоставления специального образования в Королевстве Нидерланды.*

В сентябре 2011 г. независимыми социологами был проведен опрос общественного мнения (методом face-to-face interview опрошено 1 503 респондента в возрасте 18 лет и старше, ошибка репрезентативности не превышает 0,03), посвященный важнейшим проблемам жизни белорусов [1]. Одним из вопросов был следующий (таблица 1).

Как видно, по результатам опроса более двух третей опрошенных (68,5 %) понимают, что общество должно целенаправленно создавать специальные условия, позволяющие инвалидам нормально жить, работать, общаться, получать образование, создавать семью и т. п. (таблица 1). Однако почти каждый четвертый при этом полагает, что для инвалидов следует создавать некие специализированные службы, в которых они и должны обитать.

Таблица 1 – Опрос независимого института социально-экономических и политических исследований

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ЧТО ДЛЯ ОБЩЕСТВА ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЕЙ?	
<i>Вариант ответа</i>	%
Создавать условия, в которых люди с инвалидностью могли бы свободно жить, общаться, создавать семью, получать образование, работать наряду со всеми	68,5
Создавать специализированные комплексные службы и туда направлять людей с инвалидностью для проживания, обучения и работы	23,5
Ничего не предпринимать, оставив инвалидов решать свои проблемы самостоятельно	3,0
ЗО/НО	5,0

На самом деле это вопрос не только к гуманности общества, но и, как показывает практика, к развитости общества. Дело в том, что наиболее развитые страны Западной Европы все больше склоняются к выводу, что инвалидам нужно давать выбор, где лучше жить: 1) в обществе со всеми предлагаемыми условиями безбарьерной среды или же 2) отдельно от общества на специально отведенной территории.

В действительности, возможность выбора существует только в развитых странах, где уже сформированные условия социальной политики привели к настолько развитой инфраструктуре, что безбарьерная среда в городах и поселках достигает 90 % (когда в Республике Беларусь только 40 %). И даже в таких условиях начинают формироваться отдельные институты, которые и закладывают начало осуществления инвалидами жизнедеятельности на отдельной территории со всеми необходимыми объектами социальной инфраструктуры, созданными специально под людей с ограниченными возможностями и только для них одних. И уже в таком обществе инвалиды могут выбрать жизнь отдельно от остального общества, на территории, где все будет изначально создано только для них одних. Именно пример такого «отдельного» общества в Нидерландах рассмотрен ниже.

Lunet Zorg Centere представляет собой некоммерческую организацию в Нидерландах, которая осуществляет услуги по уходу (обеспечению жизнедеятельности) за людьми с интеллектуальной недостаточностью (как с рождения, так и приобретенной), а также помощь по уходу для их родителей, представителей и опекунов.

Сама идея создания такого центра пришла после неуспешного опыта внедрения инклюзии (совместного сосуществования людей с особенностями с основным населением) в повседневную жизнь людей с особенностями психофизического развития (ОПФР), начиная от образования и заканчивая повседневной жизнедеятельностью. Правительство и само население пришли к выводу, что люди с ОПФР в условиях интеграции продолжали чувствовать себя неполноценными в обществе, ущемленными в своих правах и свободе действий, и это даже при условиях 90 % безбарьерной среды в Нидерландах. Поэтому было решено создать специальную организацию, которая не просто бы осуществляла реабилитацию лиц с ОПФР, но и предоставляла им все необходимое для полноценной жизнедеятельности, как, например Lunet делает это сейчас.

Центр Лунет имеет широкую сеть практически по всей юго-восточной провинции Северного Брабанта Нидерландов (22 муниципалитета – примерно 1/7 всей территории королевства). Главный офис находится в г. Эйндховен. А один из центров, который обладает одним из наиболее широких перечней услуг находится в муниципалитете Ээрсель. Это связано с тем, что в довоенное время на территории м. Ээрсель находился крупнейший женский монастырь, который включал в себя множество жилых домов для служителей монастыря. После второй мировой войны монастырь распался, и оставшиеся после него социальные общественные дома по решению правительства были переданы под социальное жилье для людей с ОПФР. Поэтому на данный момент на территории Ээрселя расположено наибольшее количество домов социального назначения – 29

(на данный момент с логотипом Lunet), каждый из которых предоставлен для проживания порядка 20 человек, и это при численности всего населения муниципалитета Эрсель 18,3 тыс. человек. То есть, на территории Еерселя расположен один из наиболее широкопредставленных в области услуг центр Lunet, а также наибольшее количество домов социального назначения для людей с ОПФР. Поэтому объектом моего исследования стал центр Люнет муниципалитета Эрсель.

Данный центр работает и предоставляет помощь 24 часа 7 дней в неделю ежегодно для детей с 3–7 степенью инвалидности.

Общая площадь территории, отведенной под оказание услуг центру, составляет порядка 1 км<sup>2</sup> (и это при том, что вся территория Нидерландов общей площадью не превышает размеры Гродненской области Республики Беларусь, и при этом на 30 % состоит из территории, которая была «вручную» насыпана на прибрежные части королевства в виде возвышенностей).

На территории центра оказываются следующие виды услуг, обеспечивающие полноценную жизнедеятельность лиц с ОПФР:

- полноценный комплекс мероприятий, направленный на реабилитацию лиц с ОПФР;
- возможность трудоустройства на территории самого же центра Lunet (животноводство, растениеводство: выращивание овощей, растений (сад), цветы, клумбы), а также услуги прачечной (развоз грязного и чистого белья по территории в пункты назначения) и многое другое);
- торговые точки с продуктами питания, а также бытовыми принадлежностями;
- ресторан с приятной теплой обстановкой и вкусной горячей едой;
- услуги поликлиники (например, зубной врач);
- образовательные услуги, расположенные в самом г. Эрсель (это в 7 км от центра и провоз осуществляется бесплатно; при расстоянии свыше 7 км – проезд платный);
- полноценный здоровый рацион питания;
- проживание на территории самого центра в специально оборудованных домах (территория центра выглядит как мини-городок, со своими собственными названиями улиц, номерами домов, социально-значимыми заведениями, все сделано так, чтобы проживающие чувствовали себя частью полноценного общества);
- бассейн, тренажерный зал со своим тренером;
- большой пруд с возможностью бесплатно порыбачить;
- велосипедные дорожки вокруг территории центра и сами специализированные велосипеды, предусмотренные для разных возможностей [2].

Кроме того, ежегодно центром Люнет организуются следующие культурно-массовые мероприятия:

- один из крупнейших парков развлечений Эфтелинг (Efteling) приезжает в Центр (многие эксперты оценивают его даже выше, чем Дисней Лэнд);
- ежегодно водители грузовиков предоставляют возможность прокатиться на одном из 500–600 грузовиков (столько добровольцев участвуют в этом мероприятии). Водители грузовиков прокатят людей с ОПФР по территории провинции на расстояние до 60–65 км. Бесплатно (в рамках волонтерского движения);
- мотоклуб, который также предоставляет возможность прокатить людей с ОПФР «с ветерком» по территории провинции на мотоцикле бесплатно (в рамках волонтерского движения);
- Кермис (Kermis) – это своего рода карнавал, представляющий собой набор перемещаемых аттракционов и киосков под открытым небом с целью развлекательной программы. В рамках волонтерского движения они приезжают на территорию центра Lunet и уже там начинают свои представления, своего рода выездной парк аттракционов и угощений [2].

Теперь что же касается регламентов зачисления людей в центр Lunet: возрастных ограничений вообще не существует, то есть это могут как дети, так и взрослые, пожилые люди.

Следует также не упустить, что количество дней проживания на территории центра не ограничено (здесь государство решает, сколько дней гражданин будет проживать там – поскольку именно государство платит часть стоимости за проживание); можно и самостоятельно обратиться в центр Lunet (без участия государства), но в этом случае 100 % стоимости проживания придется оплачивать самостоятельно. Более наглядная схема получения услуг Lunet и ее зависимость от местного консолидированного бюджета представлены на рисунке 1.

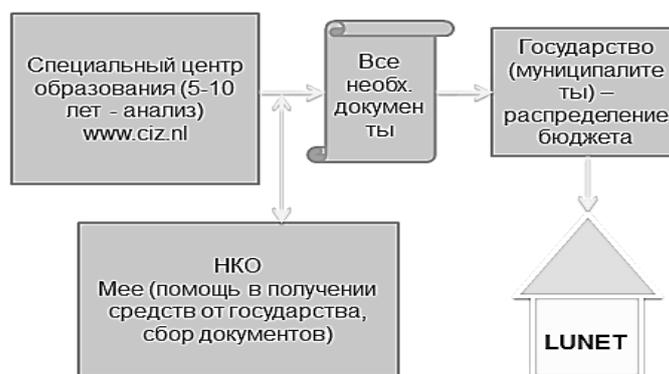


Рисунок 1 – Механизм получения услуг Lunet

Говоря о стоимости проживания, то она составляет порядка 2500–3000 EUR в месяц. Если человек решает трудоустроиться на территории центра, то стоимость проживания будет уменьшаться пропорционально его плате за проделанную работу. Также не следует забывать и о социальном пособии, которое, несомненно, разнится в зависимости от степени инвалидности, а также от размера муниципального бюджета, который может меняться из года в год, и все же практика показывает, что этих средств (получаемых в виде пособия) хватает для проживания либо на территории центра Lunet, либо в социальном жилье, которое также предоставляется на территории муниципалитета Ээрсель от Lunet, то есть у гражданина возникает возможность выбора, где он предпочитает проживать. Также не следует забывать, что он может остаться жить дома с попечителями, при этом просто получая дистанционно (либо приезжая каждый раз на место нахождения центра) услуги от Lunet.

Следует также отметить, что бюджет этой некоммерческой организации составляет 45 млн. евро и формируется частично за счет средств клиентов, частично за счет средств муниципалитета (в этом случае имеют место быть субсидии на цели строительства нового социального жилья, либо его реконструкции, сдачи в аренду), незначительную часть относительно всей суммы формируют пожертвования и благотворительные средства.

Всего в организации работают 2 500 работников, а также активное участие принимают волонтеры, их численность достигает 1 000 человек! Численность клиентов за год составляет 2 800 человек [2].

Таким образом, на территории центра предоставляются все возможные услуги по также предоставляется возможность работать и зарабатывать! И в результате, в таких условиях люди с ОПФР стали чувствовать себя полноценно развивающимися и смогли сводно сосуществовать в обществе, выполняя все свои потребности и возможности на все 100 %. То есть, казалось бы, идея поселить людей с ОПФР на отдельной территории звучит противоречащей всем принципам Декларации о правах человека, включая

принципы равенства всех слоев населения и гуманности общества, и тем ни менее, практика показала, что это единственно эффективный и разумный способ осуществлять развитие этой группы населения так, чтобы люди с ОПФР почувствовали себя не только полноценно реализующими свои права и возможности, но и частью общества, выполняя те же обязанности, что и основное население страны (образование, занятость, культурное времяпрепровождение, осуществление бытовых потребностей и т. д.).

Таким образом, центр Lunet – это отличный вариант дальнейшего развития общества и людей с ограниченными возможностями отдельно друг от друга по ряду причин:

- уменьшается нагрузка на опекунов (как показывает статистика, по достижению ребенком 18-летнего возраста родители пишут отказную на него и отдают в интернат, где дети получают пенсию по инвалидности не могут нигде трудоустроиться и ничем не занимаются, когда Lunet может предоставить и работу, и занимательное времяпрепровождение);

- занятость людей с инвалидностью, обеспечение их дальнейшей интересной жизни в кругу друзей;

- снижается нагрузка на безбарьерную среду;

- для большинства граждан это большой плюс из-за их менталитета.

Все это можно реализовать в Республике Беларусь путем преобразований на базе:

- санаторно-оздоровительных учреждений;

- домов-интернатов.

В качестве финансирования проживания можно использовать пособия и пенсии самих инвалидов, используя опыт Нидерландов (здесь уже может стать вопрос о достаточности выплачиваемых пособий для проживания, а поскольку государство считает его достаточным, тогда его должно хватить, чтобы расплатиться за такого рода услуги). А также использовать средства ПРООН, направленные для развития социальной инфраструктуры в Республике Беларусь.

### Литература

1 Независимый институт социально-экономических и политических исследований [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.iiseeps.org>. – Дата обращения: 09.04.2016.

2 Lunet Zorg Centere [Electronic resource]. – Eindhoven, 2016. – Mode of access: <https://www.lunetzorg.nl>. – Data of access: 04.04.2016.

УДК 005.584.1:33-027.45:332.122(476)

*А. В. Игнатович*

### УГРОЗЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

*В статье анализируются угрозы региональной экономической безопасности. На основе статистических данных [1] рассмотрено социально-экономическое положение Гомельской области. Проанализированы основные тенденции социально-экономического развития региона, выделены угрозы экономической безопасности Гомельской области.*

Региональный уровень экономической безопасности является одним из важнейших, так как в совокупности представляет собой экономическую безопасность республики в целом. Проблематика территориального развития регионов не теряет своей актуальности. Каждый регион имеет свои специфические особенности: исторические, географические,

экологические, социальные, экономические, отраслевые, культурные и т. д. Совокупность этих условий определяет «фундамент» региональной экономики, ее безопасность.

На основе проведенной систематизации, предложен следующий концептуально-методический подход к определению региональной экономической безопасности: экономическая безопасность региона – это способность экономики обеспечивать эффективное удовлетворение общественных потребностей населения и экономики региона; совокупность внутренних и внешних условий, благоприятствующих росту экономики региона, её способности удовлетворять потребности социума и индивида, обеспечивая конкурентоспособность и гарантируя защиту от различного рода угроз.

Посредством обеспечения экономической безопасности региона определяются основные приоритеты его развития, состоящие, главным образом, в улучшении качества жизни населения и (или) удержание его в установленных рамках. Главными задачами региональной экономической безопасности должны стать использование имеющегося ресурсного потенциала, создание привлекательных условий развития бизнеса, повышение уровня жизни населения и обеспечение гарантий безопасности в современных условиях.

Задачей органов государственного управления должно стать отслеживание изменения ситуации в регионе и своевременная корректировка дальнейших ориентиров развития. Любая своевременно не урегулированная дестабилизирующая ситуация в регионе, может в дальнейшем создать угрозу экономической безопасности страны в целом.

Таким образом, с целью обеспечения региональной экономической безопасности должен проводиться постоянный мониторинг и контроль угроз региональной экономической безопасности для последующей разработки и реализации мер по их преодолению. Систему угроз экономической безопасности на региональном уровне можно представить в виде совокупности внутренних и внешних угроз (рисунок 1).

На факторы внешней среды регион не может оказывать прямого воздействия, а, значит, должен к ним адаптироваться, когда факторы внутренней среды являются управляемыми.

Значительному влиянию угроз подвержена экономическая безопасность Гомельской области – индустриально развитый регион Республики Беларусь.



Рисунок 1 – Угрозы региональной экономической безопасности

Демографическая ситуация как в регионе, так и в республике в целом характеризуется стойким снижением численности населения. Вместе с тем, регион лидирует по численности населения среди областей республики. Согласно прогнозам Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, к началу 2020 г. численность населения трудоспособного возраста в области, так и в республике значительно снизится. Таким образом, в ближайшие годы продолжится старение населения региона, и последствия этого будут значимы для демографической, экономической (замедление процесса трудового замещения, рост нагрузки на население трудоспособного возраста) и социальной (увеличение расходов на социальное обеспечение, возрастание нагрузки на социальную инфраструктуру) составляющих жизни общества.

Естественная убыль населения региона еще более усилится за счет миграционной убыли, хотя в целом по республике естественная убыль компенсируется за счет миграционного прироста. Безусловно дестабилизирующим фактором является межрегиональная (межобластная) миграция, в результате которой происходит отток квалифицированных кадров в Минск.

К угрозам региональной экономической безопасности невозможно не отнести снижение уровня жизни населения. В целом за период с 2000 по 2014 гг. денежные доходы на душу населения Гомельской области в текущих ценах выросли в 87,6 раза и составили в среднем 3 898,9 тыс. руб. в месяц, однако это значительно ниже данных по республике в целом (4 628,9 тыс. руб.). Такой уровень среднедушевых денежных доходов приводит к снижению платёжеспособного спроса населения, тем более, что средние цены региона выше остальных областей республики.

Факт невысокого уровня среднедушевых доходов в области наглядно подтверждается его соотношением с величиной прожиточного минимума. В 2014 г. среднедушевые денежные доходы населения в регионе превосходили размер прожиточного минимума в 2,97 раза, тогда как в целом по Республике Беларусь это соотношение достигло 3,53 раза.

Причём 7,0 % населения Гомельской области в 2014 г. не имело доходов, которых хватило бы на покупку минимального набора товаров (по республике в целом – 4,8 %). Показатель удельного веса населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума является самым высоким из регионов (областей) Республики Беларусь (в Гродненской области, например, значение показателя в 2 раза меньше и составляет 3,5 %). По данным выборочных опросов домашних хозяйств 0,4 % от общего числа населения Гомельской области в 2014 г. имели доходы ниже 50 % бюджета прожиточного минимума.

Наличие безработицы дестабилизирует социально-экономическую ситуацию в регионе. Традиционно уровень зарегистрированных безработных в процентах к экономически активному населению в Гомельской области на порядок выше, чем по республике в целом.

Выгодное географическое положение, соседство с другими странами, транспортная обеспеченность позволяют области устанавливать эффективные коммуникации как внутри страны, так и за ее пределами. Это должно благоприятствовать экономическому развитию региона, что пока недооценено и малоэффективно используется в управлении регионом.

При этом темпы роста экономики Гомельской области ниже, чем в среднем по Республике Беларусь. В создании валового регионального продукта Гомельской области весьма значительна роль производственного сектора (промышленность, сельское хозяйство, строительство). Причём основная доля (по данным последних 5-ти лет порядка 40,2 % к общему объёму ВРП) приходится на промышленность, от эффективности функционирования которой в большей степени зависимо социально-экономическое положение области.

Предприятия области производят 20,8 % республиканского объема промышленной продукции, специализируясь на добыче нефти, природного газа, производстве готового

проката, стали, стальных труб, фосфатных удобрений, зерноуборочных комбайнов, листового стекла, мотоциклов, столовой и кухонной посуды из фарфора, обоев, целлюлозы древесной, бумаги и картона, тетрадей, мыла, пищевой соли, нетканых материалов. Таким образом, наибольшее развитие в регионе имеют чёрная металлургия и нефтехимическое и химическое производство.

Моноструктурность промышленности, и, как следствие, зависимость развития региона от состояния дел нескольких крупных предприятий (ОАО «Мозырский нефтеперерабатывающий завод», ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК», ОАО «Гомсельмаш» и ОАО «Гомельский химический завод»), ограниченность экспорта, конкуренция, а также зависимость от конъюнктуры цен на мировых рынках – существенные угрозы для экономики Гомельской области.

В обрабатывающей промышленности наиболее существенный рост наблюдался в 2014 г. в производстве кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов (11,7 %, тогда как по республике 8,6 %), металлургическом производстве и производстве готовых металлических изделий (5,2 %, по республике 1,3 %).

Производство пищевых продуктов, включая напитки и производство табака, снизилось на 0,2 % (по республике снижение на 1,5 %).

Отметим, что инвестиции в основной капитал Гомельской области на душу населения одни из самых высоких в республике, однако, на большинстве предприятий наблюдается нехватка собственных средств, что происходит, в том числе, за счет их «вымывания» посредством наращивания дебиторской задолженности.

Вместе с тем, высокий уровень данного показателя обеспечен проведением в 2013–2015 гг. целенаправленной модернизации экономики (кредитные линии), приведшей к еще большей дестабилизации экономической составляющей региона в результате ухудшения финансовой деятельности валообразующих предприятий региона.

Снижение уровня жизни населения, в том числе и за счет сложной экономической ситуации в регионе не может не сказаться и на здоровье людей. Уровень заболеваемости населения, в том числе и в результате накопления последствий взрыва на Чернобыльской атомной электростанции, в Гомельской области находится на достаточно высоком уровне.

По области уровень заболеваемости в 2014 г. (в расчете на 100 000 человек населения) превысил среднее значение по республике в целом.

Несомненно, угрозу экономической безопасности региона представляет сложная экологическая ситуация в регионе, обусловленная взрывом на Чернобыльской атомной электростанции, а также структурой экономики региона, в том числе отраслями, связанными с добычей и переработкой сырьевых ресурсов. Наиболее сложной является в настоящее время экологическая ситуация в г. Жлобин и г. Гомель.

Исследования выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников показали, что в регионе наибольшее загрязнение воздуха происходит за счет высокой концентраций диоксида серы, оксида углерода и неметановых летучих органических соединений, что в совокупности негативно сказывается на экологической безопасности региона.

Таким образом, анализируя основные тенденции социально-экономического развития Гомельской области, можно выделить следующие угрозы региональной экономической безопасности:

- снижение численности и увеличение среднего возраста населения, снижение уровня его среднедушевых доходов, что отражается как количественно, так и качественно на трудовом потенциале региона;
- недогрузка предприятий, рост безработицы;
- моноотраслевая структура экономики и высокая зависимость от химического и нефтехимического, металлургического производств;

- ограниченность экспорта, высокая конкуренция, а также зависимость от конъюнктуры цен на мировых рынках;
- ухудшение экологической ситуации в регионе;
- рост числа заболеваний, в том числе высокий коэффициент смертности, и, как результат, миграция населения в другие, более развитые регионы и страны.

Выявленные угрозы требуют еще более тщательного анализа с целью вычленения причин их появления и последующего разрешения посредством локальных государственных инструментов, совершенствования проводимой региональной политики, разработки и реализации комплекса мер повышения региональной экономической безопасности.

### Литература

1 Регионы Республики Беларусь : социально-экономические показатели 2015: стат. сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015. – Т.1 – 756 с.

УДК .45:69(476.2-37):332.1(476.2)

*Ю. С. Каминская*

### ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА ОТДЕЛЬНЫХ РАЙОНОВ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

*В статье рассмотрены основные показатели, характеризующие уровень развития промышленности строительных материалов в Гомельской области. Произведена оценка потенциала строительного комплекса отдельных районов области. В ходе оценки районы группировались по отдельным показателям относительно среднеобластных значений, и их совокупностям. Сводная оценка осуществлялась путем обобщения полученных результатов по преобладанию позитивных и негативных признаков. В результате оценки было выявлено 6 основных качественно отличающихся групп районов.*

Промышленный комплекс Гомельской области является «локомотивом» региональной экономики, обеспечивающим более половины валового регионального продукта. Гомельская область располагает значительным промышленным потенциалом и является одним из высокоразвитых индустриальных регионов Беларуси. За 2015 год произведено промышленной продукции на сумму 140 трлн. руб. или 11,8 млрд. долл. США. В сфере промышленности в Гомельской области занято порядка 180 тысяч человек или 28 % занятого в экономике населения. Из них: в промышленности строительных материалов 6,7 %. Удельный вес промышленности строительных материалов в объеме промышленности составляет 4,5 %.

Доля промышленности строительных материалов в общем объеме промышленного производства Гомельской области на протяжении десяти лет увеличивалась с 2,6 % до 4,5 %. Величина этого показателя обусловлена развитием в промышленности более энергоемких отраслей: нефтеперерабатывающая и химическая промышленность (ОАО «Мозырский нефтеперерабатывающий завод», РУП ПО «Белоруснефть», ОАО «Гомельский химический завод», ОАО «СветлогорскХимволокно»), металлургическая промышленность, производство машин и оборудования (ОАО «Белорусский металлургический завод – управляющая компания холдинга «Белорусская металлургическая компания»,

ОАО «Гомсельмаш», ОАО «Речицкий метизный завод»), деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность (ОАО «Светлогорский целлюлозно-картонный комбинат», ОАО «Гомельдрев», ОАО «Речицадрев»).

Развитие промышленности строительных материалов непосредственно связано с развитием предприятий строительного профиля различных форм собственности, мощности, специализации, видов технологии строительства. Обязательным условием современного периода является расширение спектра используемых строительных материалов и изделий, включающих как новые материалы, изделия, так и традиционные и местные, в том числе материалы природного происхождения. Первостепенной задачей является ориентация на энергосберегающие и ресурсоэкономные технологии, материалы, конструкции, здания и сооружения. Кроме того, от развития базовых строительных материалов в первую очередь зависит возможность увеличения объемов строительства, в том числе жилищного, которые широко используются в дальнейшем для производства других строительных деталей и конструкций более высокой степени переработки.

Промышленное ядро потенциала промышленности строительных материалов в Гомельской области составляют порядка 90 предприятий. Крупнейшими из них являются ОАО «Гомельстекло», ОАО «Гомельстройматериалы», КУП «Лоевский комбинат строительных материалов», ОАО «Мозырский завод железобетонных изделий № 5», ОАО «Хойникский завод железобетонных изделий», ПУП «Гомельский завод металлоконструкций», ЧПУП «Мозырский завод ЖБИ № 4» [1].

Нужно отметить, что количество строительных организаций в Гомельской области ежегодно увеличивается. Темп роста строительно-монтажных работ в 2015 году составил 151 %. Чистая прибыль строительных организаций максимального размера достигла в 2014 году и составила 613,9 млрд. руб. Также нужно отметить, что с 2011 года наблюдается снижение удельного веса убыточных организаций в строительной отрасли. Объем производства по секции D1 «Производство прочих неметаллических минеральных продуктов» в 2015 году составлял 5 197,4 млрд. руб., что составляет 3,8 % в промышленном производстве. Экспорт товаров по секции D1 в 2015 году составил 121,7 тыс. долл. США.

Объем произведенной промышленной продукции предприятий промышленности строительных организаций за январь–апрель 2015 года составил 787 982 млн. руб. Наилучших результатов по темпу роста объемов производства достигли: «Щебеночный завод Глушкевичи» – (108,1 %), ОАО «Гомельстекло» – 125,8 %, ОАО «Хойникский завод ЖБИ» – 121,8 %, филиал Техстройсервис ОАО «Гомельоблстрой» – 96,9 % и ОАО «Гомельстройматериалы» – 98,4 %. У остальных предприятий допущено снижение объемов производства к уровню прошлого года.

По объемам производства в январе–августе 2015 года положительная динамика темпа роста отмечается у ОАО «Гомельстекло» – 106,7 %, ОАО «Хойникский завод ЖБИ» – 123,8 %, Филиал Техстройсервис ОАО «Гомельоблстрой» – 108,4 %, «Щебзавод Глушкевичи» – 104,9 %.

Максимальные затраты на производство продукции у предприятий: ПУП «Гомельский ЗМК» ОАО «Гомельоблстрой» – 179,9 %, Филиал Техстройсервис ОАО «Гомельоблстрой» – 127,0 %, ОАО «Хойникский завод ЖБИ» – 121,6 %, ОАО «Гомельстекло» – 112,3 %. Наибольший вес затрат в валовом выпуске за январь–июль 2015 – ОАО «Гомельский КСК» – 188,1 % и ОАО «Гомельстекло» – 123,6 %.

Нужно отметить, что доля выручки предприятий Гомельской области в общем объеме выручки крупнейших предприятий промышленности строительных материалов Республики Беларусь в 2015 году составила около 10,5 %.

В территориальном разрезе промышленность строительных материалов области представлена довольно неравномерно. Более половины объема производства промышленности строительных материалов производится в Гомельском районе, включая город

Гомель. В Лоевском и Лельчицком районах на долю промышленности строительных материалов приходится наибольший удельный вес отрасли в общем объеме промышленного производства этих районов. Ведущими предприятиями промышленности строительных материалов и стекольной промышленности являются ОАО «Гомельстройматериалы», ОАО «Гомельжелезобетон» в городе Гомеле и ОАО «Гомельстекло» в рабочем поселке Костюковка, а также ОАО «Светлогорский завод железобетонных изделий и конструкций». В городе Жлобине, г.п. Уваровичи, Лоев, Паричи размещены комбинаты строительных материалов. В городе Лельчицы работает ЧПТУП «В. П. Бутковский», производящее облицовочные материалы из природного камня.

Оценка потенциала строительного комплекса отдельных районов отражает существенные различия характера происходящих в них процессов. Выявление общностей и различий по территории выполнялось в разрезе районов в целом, а Гомельский район рассматривался вместе с возглавляемым его городом областного подчинения Гомелем.

В ходе оценки районы группировались по отдельным показателям, ранжированным по величине, относительно среднеобластных значений, и их совокупностям. Сводная оценка осуществлялась путем обобщения полученных результатов по преобладанию позитивных и негативных признаков. В качестве базовых приняты показатели, отражающие уровень локализации строительного потенциала.

Оценка показателей и их совокупностей выполнялась по единой шкале значений, т. е. была сквозной, что позволило все районы выстроить в единый ряд. Это дало возможность выделить общие для всех районов качественные группы с определёнными характеристиками строительного потенциала и происходящих процессов в отрасли. В результате оценки было выявлено 6 основных качественно отличающихся групп районов.

Первая группа – *с наиболее высоким потенциалом строительного комплекса областного значения* – включает Гомельский район с городом Гомель. Здесь занято свыше 50 % строительных кадров и проводится свыше 45 % подрядных работ области. Здесь размещается около 300 строительных организаций различного профиля и размера. Крупнейшими предприятиями отрасли в этой группе являются ОАО «Гомельский домостроительный комбинат», РУП «Строительный трест № 14», ОАО «Строительно-монтажный трест №27», ОАО «Гомельпромстрой». В группе развито производство промышленности строительных материалов. Крупнейшими предприятиями являются ОАО «Гомельстройматериалы», ОАО «Гомельжелезобетон» в городе Гомеле и ОАО «Гомельстекло» в р. п. Костюковка. Также производством строительных материалов (столярные изделия, плиты на древесной основе, металлические строительные конструкции, пластмассовые конструкции, используемые в строительстве и пр.) занимаются предприятия промышленности металлических конструкций, деревообрабатывающей и других отраслей промышленности.

Вторая группа – *с высоким потенциалом строительного комплекса регионального значения* – включает Мозырский район. Здесь занято 16,3 % строителей и производится около 18 % объема подрядных работ области и размещается около 80 строительных организаций различного профиля и размера. Промышленность строительных материалов представлена, главным образом, предприятиями по производству железобетонных изделий КПУП «Мозырский завод ЖБИ №5» и КДПУП «Мозырский завод ЖБИ № 4», а также производствами строительных материалов на предприятиях других отраслей промышленности.

Третья группа – *со средним потенциалом строительных комплексов межрайонного значения* – включает Жлобинский, Речицкий и Светлогорский районы. Здесь занято 18 % кадров строительных организаций и производится около 19,5 % подрядных работ области. Крупные предприятия промышленности строительных материалов, а также предприятия, выпускающие строительные конструкции из древесины и металлоизделия

размещаются в городе Речица (ОАО «Речицадрев», РУП «Речицкий метизный завод», ЗАО «Речицкий завод полимерных труб»), в городе Жлобине (ЗАО «Жлобинский комбинат строительных материалов», ОАО «Жлобинский карьер формовочных материалов»), в городе Светлогорск (ОАО «Светлогорский завод железобетонных изделий и конструкций») и в городском поселке Паричи (ОАО «Паричский комбинат строительных материалов»).

Четвертая группа характеризуется *достаточно развитым строительным комплексом районного значения с отдельными предприятиями межрайонного значения*. В нее входят Рогачевский, Калинковичский, Житковичский, Лельчицкий и Добрушский районы. Здесь занято 1,8 % строителей и производится около 9,1 % подрядных работ области. Среди предприятий промышленности строительных материалов в районах размещены ОАО «Рогачевжелезобетон», РУП «Калинковичский завод ЖБИ», ЧПТУП «Лельгран».

Пятая группа – *с низким уровнем развития строительных комплексов районного значения* – включает Ельский, Петриковский, Наровлянский, Хойникский и Чечерский районы. Здесь занято 2,9 % строителей и производится около 4,2% подрядных работ области. Наиболее высокие показатели в этой группе характерны для Наровлянского и Чечерского районов. Основу строительных комплексов этих районов составляют передвижные механизированные станции, осуществляющие строительство в городских и сельских поселениях этих районов. Крупнейшим предприятием промышленности строительных материалов является КПУП «Хойникский завод ЖБИ». В остальных районах отрасль представлена, в основном, малыми предприятиями.

Шестая группа – *с наиболее низким уровнем развития строительного комплекса районного значения* – включает Брагинский, Буда-Кошелевский, Ветковский, Кормянский, Лоевский и Октябрьский районы. Здесь занято 2,3 % строительных кадров и производится около 3,1% подрядных работ области. Предприятия промышленности строительных материалов в этой группе районов представлены небольшими по численности и объему производствами: ЗАО «Уваровичстройматериалы», КУП «Лоевский комбинат строительных материалов». Строительные материалы производятся также на предприятиях других отраслей, главным образом, лесной и деревообрабатывающей.

Результаты выполненной оценки позволили сделать выводы об основных характеристиках уровня локализации и динамики потенциала строительного комплекса в Гомельской области:

- наблюдается усиление инвестиционной активности в экономике страны и Гомельской области;
- наблюдается локализация строительного потенциала в крупнейших населенных пунктах области, где сосредотачиваются строительные комплексы областного, регионального и межрайонного значений;
- крупные предприятия промышленности строительных материалов областного и национального значения присутствуют лишь в отдельных районах области.

Нужно отметить, что производство строительных материалов оказывает большое влияние на развитие жилищного и промышленного строительства. Важность такого развития промышленности стройматериалов стала еще более очевидна в 2012–2013 годах, когда из-за резкой девальвации рубля импортные стройматериалы значительно подорожали. Поэтому реализация проектов по импортозамещению имеет огромное значение не только для выполнения планов строительства, его стоимости, а также на цену квадратного метра жилья.

Для сокращения объемов импорта следует применять такой механизм реализации инвестиционной политики как субсидирование конкурентоспособных производств, выпускающих экспортоориентированную и импортозамещающую продукцию.

Основные направления субсидирования в промышленности строительных материалов:

– финансирование крупномасштабных научно-технических проектов структурообразующего характера, предоставление государственных гарантий по кредитам, привлекаемым на реализацию этих проектов;

– предоставление грантов для проведения научных исследований в высокотехнологичных областях; стимулирование внедрения в промышленных организациях систем планирования ресурсов предприятия (ERP), приобретения продуктов интеллектуальной собственности (в том числе организаций-разработчиков, продающих такие продукты и иные инновации).

Механизмы субсидирования организаций V и VI технологических укладов:

– освобождение с 2012 года от налога на прибыль прибыли организаций, полученной от реализации инновационной продукции собственного производства, а также высокотехнологичных товаров (если доля такой прибыли составляет более 50 %);

– установление с 2012 года ставки налога на прибыль в размере 10 % в отношении прибыли организаций, полученной от реализации товаров собственного производства, которые являются высокотехнологичными;

– освобождение в 2011–2013 годах от уплаты в бюджет суммы превышения налога на прибыль в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 6 июня 2011 г. № 231 «О некоторых вопросах 38 развития высокоэффективных производств».

Основные инструменты субсидирования: государственные дотации, в том числе на выполнение научных исследований в области промышленности на кооперационной основе; выделение кредитов для реализации приоритетных инвестиционных проектов по техническому переоснащению отраслей промышленности, обеспечивающих высокую добавленную стоимость в выпускаемой продукции, компенсация за счет бюджетных средств части процентов по данным кредитам. Набор конкретных инструментов субсидирования будет определяться с учетом темпов и масштабов модернизации производства, используемых сырьевых ресурсов, специфики организации производства и его экспортоориентированности.

Таким образом, в целях обеспечения потребностей Гомельской области в строительных материалах, а также уменьшения импорта и увеличения экспорта этой продукции необходимо осуществить следующие мероприятия с привлечением иностранных инвестиций.

## Литература

1 10 причин для инвестиций в Гомельскую область / XII Гомельский экономический форум [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://gomel-forum.by> (дата обращения: 12.03.2016).

**УДК 336.02**

***Т. А. Ключко***

## **ГЕНЕЗИС ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

*В большинстве развитых стран налогам придается особое значение в решении социальных проблем общества. Налогообложение физических лиц является эффективным инструментом реализации задач социальной политики, обеспечения достойного уровня жизни населения, действенным способом социальной поддержки, обеспечения социальной справедливости. В статье рассмотрен генезис подоходного налогообложения как в мировой экономике, так и в Республике Беларусь в частности.*

Первый опыт подоходного обложения был получен в Англии в 1798 г., когда в период континентальной блокады, объявленной Наполеоном против Англии, был введен утроенный налог на роскошь. В 1802 г. подоходный налог был отменен из-за многочисленных протестов и жалоб состоятельных слоев, но уже в 1803 г. из-за финансовой нужды государство было вынуждено вернуться к нему, придав ему новую форму. В соответствии с законом доходы были разделены на пять категорий – шедул, и в каждой шедуде налог должен был взыскиваться с самого источника дохода.

Система налогообложения, установленная законом 1803 г., определила будущую структуру подоходного обложения в Англии вплоть до 20-х гг. XX века. Однако в 1816 г. налог на роскошь был отменен в результате жесткого противодействия буржуазных слоев общества, заставивших даже сжечь все относящиеся к налогу документы.

Дефицит государственного бюджета, острый экономический кризис и неплатежеспособность неимущих слоев населения заставили правительство Англии вновь ввести подоходное обложение в 1842 г., после чего оно стало постоянным источником доходов бюджета. Подоходный налог в 1910 г. (после его реформы) обеспечивал уже 25 % общих бюджетных поступлений вместо 6 % в IX веке.

До Первой мировой войны 1914–1918 гг. ставка основного подоходного налога в Англии составляла 14–16 пенсов с каждого фунта стерлингов, после войны ставка основного налога была повышена до 70 пенсов. С 1910 г. этот пропорциональный налог был дополнен дополнительным налогом для доходов свыше 2000 фунтов стерлингов. Эти доходы разделялись на разряды (от 2 до 2,5 тыс., от 2,5 до 3 тыс., от 3 до 4 тыс. и т. д.). Каждый следующий разряд облагался дополнительным налогом в прогрессии от 7,5 до 30 %. Таким образом, шкала прогрессии составляла от 50 до 80 % в зависимости от дохода. В результате поступления от налога составили в 1926–1927 финансовом году более 45 % всех доходов бюджета. Подоходный налог в Англии долгое время был налогом на состоятельные слои населения. Перед Второй мировой войной плательщиками налога было лишь около четверти всего трудоспособного населения. В 1939 г. подоходный налог стал всеобщим, правда, при этом правительство пошло на резкое увеличение заработной платы.

В Пруссии подоходный налог развивался из личного обложения. В 1821 г. вместо личного налога, установленного для всех сельских жителей старше 12 лет по единой ставке в 0,5 талера, был введен классный налог. Все плательщики налога были разбиты на четыре класса с тремя ставками налога в каждом. С состоятельных слоев ставки налога составляли от 144 до 48 талеров, для беднейших – от 3 до 1,5 талеров. В 1851 г. были внесены изменения в законодательство. Вместо четырех классов были установлены три. К первому классу были отнесены рабочие – ремесленники, прислуга, мелкие земельные собственники и промышленники, которые имели дополнительные доходы от приработки в чужих хозяйствах. Вторым классом составляли мелкие самостоятельные землевладельцы и промышленники, земельные арендаторы, государственные чиновники, наемные служащие. К третьему классу были отнесены лица более состоятельные, чем зачисленные во второй класс. Налогом облагались доходы свыше 1 000 талеров. Ставки налога за год составляли от 30 до 1 200 талеров.

Отнесение к тому или иному классу осуществлялось оценочными комиссиями, что вело к серьезным злоупотреблениям. В 1891 г. были обнаружены крупные суммы, скрытые от налогов, что закончилось судебными процессами над рядом членов оценочных комиссий и серьезным реформированием налога. Это послужило поводом для окончательного введения налоговых деклараций.

В США в период Гражданской войны 1861–1865 гг. для финансирования военных расходов был введен чрезвычайный подоходный налог с физических лиц. Американскими налогоплательщиками он был воспринят негативно, и после окончания войны был отменен. Подоходный налог как постоянный налог федерального правительства

был введен в США только в 1913 г. Он состоял из двух частей: нормального налога и дополнительного. Нормальный налог взимался по ставке 8 %. Ставки дополнительного налога изменялись прогрессивно: для доходов 6–10 тыс. долларов США – 1 %, для доходов 10–12 тыс. долларов США – 2 % и так далее до дохода свыше 200 тыс. долл. США, где ставка составляла 50 %. Таким образом, ставки налога в целом изменялись прогрессивно от 8 до 58 %. Подоходный налог быстро стал важнейшим источником доходов федерального бюджета. Уже в 1924–1925 гг. он давал 56,4 % всех доходов бюджета. Его роль сохраняется и до сих пор. В общем объеме налоговых поступлений всех уровней бюджета в настоящее время он дает свыше 60 % всех налоговых доходов.

В России первая своеобразная попытка введения подоходного обложения была предпринята Александром I в 1810 г. Когда война с Наполеоном истощила государственный бюджет и вызвала резкое обесценивание бумажных ассигнаций, был введен налог на доходы помещиков. Ставки налога прогрессивно увеличивались с 1 % для доходов свыше 500 руб. до 10 % для доходов, превышающих 18 тыс. руб. После окончания войны с Наполеоном, когда опасность миновала, поступления от налога стали быстро сокращаться, и под давлением дворянства в 1820 г. он был отменен.

В течение всего XIX в. подоходное обложение в России в чистом виде отсутствовало, хотя в этот период раздавались голоса в пользу его введения и разрабатывались различные проекты. Одним из пунктов плана М. М. Сперанского по реформе финансов было введение подоходного налога. Впоследствии о необходимости и целесообразности введения подоходного налога говорили министры финансов Н. Х. Бунге, С. Ю. Витте. Введение этого налога было и в плане налоговой реформы П. А. Столыпина. Однако сопротивление имущих классов оказалось настолько сильным, что эти проекты так и не были претворены в жизнь. Взамен подоходного налога в 1893 г. был введен некоторый суррогат в виде квартирного налога. Некоторые признаки подоходного налога в нем были, но признать подлинно подоходным его было нельзя.

Настоящий подоходный налог был установлен лишь в апреле 1916 г. и причиной, как и в других странах, была война и связанные с ней проблемы государственного бюджета. Общеподоходный налог был установлен по прусскому образцу. Законом были установлены многочисленные вычеты из дохода, например, учитывались расходы на получение дохода, отчисления на амортизацию, страхование рабочих, пожертвования, убытки от пожаров и т. п. Были предусмотрены льготы по семейному положению при доходах до 4 тыс. руб. и по болезни при доходах до 6 тыс. руб. При уплате налога учитывались промысловый и квартирный налоги, уплаченные плательщиком. Ставки налога были прогрессивными: от 0,82 до 10 %. Закон вводил подоходный налог с 1 января 1917 г. и первые декларации должны были быть подписаны к 1 марта 1917 г. Однако в феврале 1917 г. произошла революция, и первые поступления по подоходному налогу имели место уже при советской власти в соответствии с декретом от 16 ноября 1922 г.

Таким образом, подоходное налогообложение к 1920-м гг. было введено практически во всех развитых странах мира и стало основным источником доходов бюджета.

Следовательно, можно выделить несколько моделей подоходного налога, сформировавшихся к современному историческому этапу:

- общеподоходный, когда доходы от всех видов доходов учитываются в общей сумме дохода, с которой затем и начисляется налог;
- шедулярный (парцеллярный), когда каждый доход учитывается отдельно по своим правилам, а затем и облагается отдельно.

Идеально построенным подоходным налогом считается общеподоходный налог, так как он является прогрессивным, учитывая при этом прожиточный минимум, семейное положение плательщика и пр. Этот тип налога в начале XX в. использовался в Германии, США, СССР и в большей части других государств. Шедулярный тип налога

применялся в Англии, Италии, частично во Франции. Сейчас практически во всех развитых странах используется общеподоходный налог, за исключением Англии.

Практика подоходного налога связана с практически повсеместным установлением прогрессивного обложения. Как было доказано в работах А. Вагнера, Э. Селигмена, Г. И. Болдырева, А. Исаева именно прогрессивное подоходное обложение обеспечивает наиболее справедливое распределение налогового бремени. Это обусловлено тем, что крупные доходы и крупное имущество по сравнению с малыми доходами и имуществом обладают прогрессивно возрастающей экономической силой, большей силой накопления. Большая экономическая сила обладает и большей платежеспособностью, а потому может вынести и большую тяжесть обложения, т.е. прогрессивный налог.

Наиболее широкое применение прогрессивное обложение получило распространение в личных налогах: в общеподоходном и общеподоимущественном, а также в налоге на наследство и дарение.

Пропорциональное подоходное обложение в настоящее время применяется в России и ряде стран бывшего СССР и социалистического лагеря (Казахстан, Украина, Чехия, Венгрия, Беларусь и др.).

За счет использования прогрессивной шкалы подоходного налогообложения в развитых странах не только решается задача справедливого налогообложения и реализуется социальная функция налогов, но и выполняется фискальная функция [14].

История налогообложения доходов физических лиц в независимой Республике Беларусь начинается с выхода 21 декабря 1991 г. Закона «О подоходном налоге с физических лиц» и Инструкции «О порядке заполнения налоговых деклараций по подоходному налогу».

Первое изменение и дополнение данного закона произошло 20 февраля 2002 г. Однако необходимо отметить, что данный закон подвергался и другим изменениям, результатом чего стало его переиздание в редакции от 1 января 2006 г. Следующим глобальным изменением являлось установление с 1 января 2009 г. единой ставки подоходного налога в размере 12 % вместо прогрессивной шкалы ставок (в 2015 г. ставка подоходного налога установлена на уровне 13 %), что изменило непосредственно и сам порядок исчисления подоходного налога.

Таким образом, в современном понимании подоходный налог с физических лиц в Беларуси был введен в 1916 г. Пройдя в своем развитии несколько периодов, вплоть до практически полной отмены.

К настоящему моменту в нашей стране сформировалась зрелая система взимания подоходного налога с физических лиц и его значимость как доходного источника бюджета увеличивается. Доля подоходного налога в сумме доходов консолидированного бюджета в 2013 г. составила 14,3 % в доходах консолидированного бюджета, в 2014 г. его доля увеличилась на 0,3 процентных пункта и составила 14,6 % от общей суммы доходов. Это говорит о том, что налоговая нагрузка в стране изменяет свою структуру, т. е. большее бремя налогов перекладывается с юридических лиц на физических. Это подтверждает и нестабильное соотношение других налогов, уплачиваемых в бюджет и доходов консолидированного бюджета.

Значение подоходного налога начало увеличиваться после введения в 2009 г. пропорциональной ставки исчисления подоходного налога. Результатом данных изменений явилась положительная динамика роста доли подоходного налога в доходах консолидированного бюджета Республики Беларусь, что соответствует задачам, поставленным перед налоговой политикой. Одновременно увеличивается и налоговая нагрузка на физических лиц – плательщиков подоходного налога. Так, в 2009 г. налоговая нагрузка на плательщиков снизилась с 5,555 % в 2008 г. до 4,926 %. Дальнейшее использование пропорциональной ставки не смогло остановить рост налоговой по подоходному налогу, возлагаемой на плательщиков и в 2014 г. она составила 6,147 процента. Следовательно,

действующая в Республике Беларусь система подоходного налогообложения является условно-прогрессивной, что обусловлено наличием стандартных налоговых вычетов.

По данным инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь по Гомельскому району, общая сумма подоходного налога, уплаченная в бюджет по Гомельскому району, увеличилась на 16,9 %. Данная тенденция является неоднозначной, так как доходные поступления местного бюджета увеличиваются, однако основным источником платежей являются физические лица. Поступления индивидуальных предпринимателей от уплаты подоходного налога снижаются, что подтверждает факт переложения налоговой нагрузки на физических лиц.

Анализируя информацию об индивидуальных предпринимателях, можно сделать выводы, что за 2013 г. из общего числа индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь по Гомельскому району (1 149 человека) у 118 предпринимателей (10,3 %) доходы облагаются подоходным налогом. В 2013 г. общий объем доходов (выручка) данных лиц составил 36 441 млн. руб. Исходя из данной суммы начислено было 1 925 млн. руб. налоговых доходов, а уплачено на 53 млн. руб. меньше, что составило 1 871 млн. руб. Характеризуя объем начисленных и уплаченных налогов из выручки видно, что начисленные налоги составили 5,3 % от выручки, а уплаченные 5,1 % от объема выручки.

В 2014 г. число зарегистрированных предпринимателей по Гомельскому району увеличилось на 29 человек и составило 1 178 человек. Доля индивидуальных предпринимателей, у которых доходы облагаются подоходным налогом, сократилась на 2,2 п. п. и в 2013 г. составила 8,1 %, что составляет 95 человек. Количество данных предпринимателей по сравнению с 2013 г. сократилось на 23 человека. Общий объем доходов индивидуальных предпринимателей, уплачивающих подоходный налог, в 2014 г. составил 23 643 млн. руб., что на 12 798 млн. руб. меньше, чем за предыдущий год. За счет этого сумма начисленных и уплаченных налоговых доходов снизилась и составила соответственно 1 232 млн. руб. и 1 255 млн. руб., удельный вес начисленных налогов в 2014 г. в выручке предпринимателей, уплачивающих подоходный налог, составил 5,2 %, что на 0,1 п. п. ниже, чем за аналогичный период прошлого года. Удельный вес налоговых доходов, уплаченных в бюджет, в выручке предпринимателей увеличился и составил 5,3 %.

Сейчас система подоходного налогообложения Республики Беларусь требует реформации. Многие экономисты считают, что необходимо вернуться к прогрессивной шкале подоходного налогообложения, что сократит имущественное неравенство в государстве, а также увеличит долю налоговых поступлений в бюджет.

Несомненно, важным моментом также является налоговая нагрузка на заработную плату. Необходимо пересмотреть варианты ее перераспределения между работником, предприятием и государством и разработать оптимальный.

В Республике Беларусь был принят Декрет №3 «О социальном иждивенчестве». Основной целью его функционирования, несомненно, является выведение доходов их теневой экономики, но этого в большей степени можно добиться через декларирование доходов граждан. Именно реформа декларирования необходима с точки зрения борьбы с теневым сектором экономики.

Также необходимо пересмотреть систему налоговых льгот по подоходному налогу, это упростит его исчисление, а также будет способствовать тому, что останутся лишь те льготы, которые реально работают.

Важным направлением реформирования является обоснование налоговых вычетов у индивидуальных предпринимателей, которые на данном этапе функционирования подоходного налогообложения экономически не обоснованы.

Существующая в Республике Беларусь система подоходного налогообложения имеет огромный потенциал и при соответствующем регулировании позволит как увеличить доходную часть бюджета, так и поддержать население государства с социальной точки зрения.

## Литература

- 1 Бобоев, М. Р. Налоговые системы зарубежных стран / М. Р. Бобоев, Н. И. Мамбеталиев : учеб. пособие. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 240 с.
- 2 Налоговые системы. Методология развития: монография для магистрантов, обучающихся по программам «Налоги и налогообложение», «Финансы и кредит» / И. А. Майбуrows [и др.], под ред. И. А. Майбуrowa, Ю. Б. Иванова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 463 с.
- 3 Налоги и налогообложение : учеб. пособие / Е. Ф. Киреева [и др.]; под ред. Е. Ф. Киреева. – Минск: БГЭУ, 2012. – 447 с.

УДК 657:001.895

*Т. Н. Колеснева*

### ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ

*В данной статье рассмотрено понятие инновационной продукции, а также ее классификация в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь. Выделены этапы жизненного цикла продуктовой инновации как специфического вида продукции и соответствующие им особенности. Рассмотрены различные методы оценки продуктовой инновации на разных этапах ее жизненного цикла. Обозначены достоинства и недостатки метода чистой дисконтированной стоимости*

В настоящее время экономический рост хозяйствующих субъектов во всем мире во многом зависит от развития новых технологий и возможности применения прогрессивных знаний и современных решений в производстве продукции и использовании оборудования, то есть он зависит от эффективности использования результатов инновационной деятельности.

Результатом инновационной деятельности является создание инновационного продукта. В соответствии с постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь «Об утверждении формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации» и указаний по ее заполнению», в качестве инновационной продукции рассматривают новую продукцию (работы, услуги) или продукцию (работы, услуги), которая в течение последних трех лет подвергалась в значительной степени технологическим изменениям.

Данный законодательный акт предполагает разделение инновационной продукции на три вида: технологическая, организационная и маркетинговая. Маркетинговой инновацией является внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении на рынок или использовании новых стратегий ценообразования. Под организационной инновацией понимается внедрение нового организационного метода в деловой практике организации, в организации рабочих мест или внешних связях. Технологическую инновацию подразделяют на продуктовую и процессную.

Продуктовая инновация – это внедрение продукции или услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования. В нее включаются значительные усовершенствования в технических характеристиках, компонентах и материалах, во встроенном программном обеспечении, в степени дружелюбности по отношению к пользователю или в других функциональных характеристиках.

Процессная инновация – это внедрение нового или значительно улучшенного способа производства продукции (оказания услуги). Сюда относятся изменения в технологии, производственном оборудовании и (или) программном обеспечении [1].

Эффективность маркетинговой и процессной инноваций можно отследить за счет увеличения таких показателей как выручка и прибыль организации. Эффект от применения организационной инновации также может оцениваться через увеличение прибыли, но наиболее точным показателем в данном случае может являться показатель производительности труда.

Как следует оценивать эффективность продуктового типа инноваций? На наш взгляд, по-разному в зависимости от фазы жизненного цикла данной инновации.

В соответствии с маркетинговой теорией, любой продукт имеет свой жизненный цикл, подразделенный на несколько этапов. Пример такого цикла представлен на рисунке 1 [2, с 172].

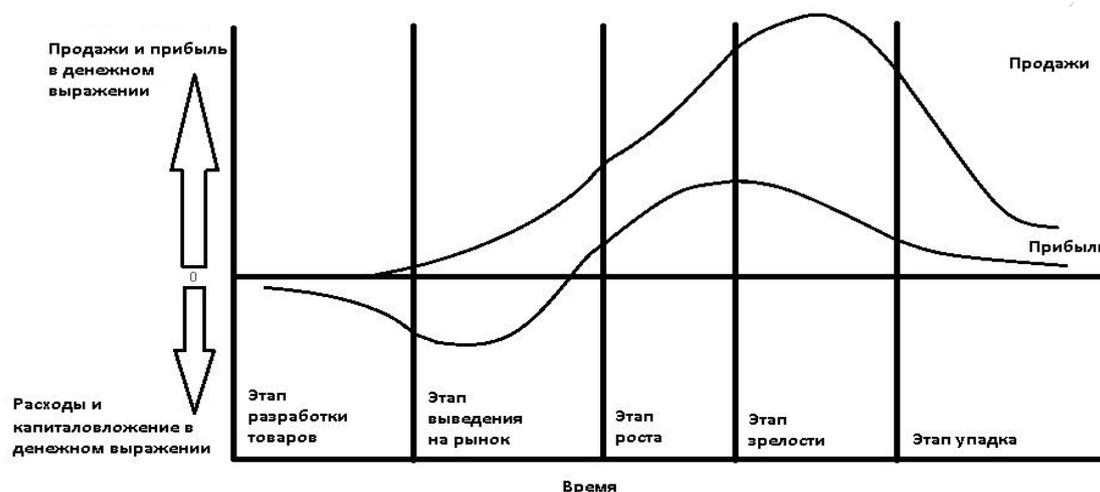


Рисунок 1 – Этапы жизненного цикла продукта

Каждый из указанных выше этапов жизненного цикла имеет свои особенности, которые могут существенно повлиять на его оценку. К примеру, этап разработки товара характеризуется высокой себестоимостью и полным отсутствием таких показателей как величина продаж, прибыль, потребители или конкуренты. Более подробная характеристика каждого из этапов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика этапов жизненного цикла товара

Показатели	Этапы жизненного цикла инновационного продукта				
	разработки	выведения на рынок	роста	зрелости	упадка
Продажи	–	Низкие	Быстро растущие	Медленно растущие	Низкие
Себестоимость	Высокая	Высокая	Средняя	Низкая	Низкая
Прибыль	–	Ничтожная	Растущая	Максимальная	Низкая
Потребители	–	«Любители нового»	Массовый рынок	Массовый рынок	Небольшое количество
Конкуренты	–	Небольшое	Постоянно растущее	Большое, начинающее падать	Большое

Как видно из рисунка, жизненный цикл любого продукта насчитывает 5 этапов, однако жизненный цикл инновационного продукта существенно отличается от представленного выше. К примеру, в соответствии с методическими рекомендациями по расчету удельного веса отгруженной инновационной продукции организациями строительной отрасли, основным видом деятельности которых является производство промышленной продукции, продукция считается инновационной в течение трех лет с момента

первой отгрузки [3]. Таким образом, получается, что жизненный цикл продуктовой инновации может затрагивать только первые три этапа: этап разработки товара, этап выведения на рынок и этап роста (в некоторых случаях).

Считаем необходимым заново оценивать продуктовую инновацию на всех этапах ее жизненного цикла в связи с тем, что инновация, прошедшая стадию разработки, может оказаться неэффективной с точки зрения ее выведения на рынок в дальнейшем будущем. Причем, на разных стадиях жизненного цикла необходимо применять разные методы оценки.

На сегодняшний день в мире применяются различные методы оценки продукции, которые условно можно подразделить на 3 группы: рыночные, затратные и доходные (таблица 2).

Таблица 2 – Методы оценки продукции

Название метода	Краткая характеристика метода
Рыночный подход (метод прямого сравнения продаж)	Изучение операций по продаже на рынке аналогичных объектов
Затратный подход (метод стоимости замещения, метод восстановительной стоимости, метод исходных затрат)	Определение рыночной стоимости оцениваемого объекта, исходя из величины затрат, необходимых для его воссоздания в условиях, сложившихся на дату оценки, с учетом корректировки на уровень износа объекта.
Доходный подход (метод чистого денежного потока, метод роялти, экспресс оценка и др.)	Стоимость объекта оценки определяется как текущая стоимость будущих денежных потоков от эксплуатации объекта собственности

Самым неэффективным методом оценки для любого этапа жизненного цикла продуктовой инновации будет являться рыночный метод оценки, поскольку инновация, как правило, подразумевает объект, не имеющий аналогов. К тому же рыночный метод не дает информации о затратах, которые были понесены другой организацией в процессе создания этого объекта, что не позволяет точно произвести сравнение, основываясь только на рыночных ценах.

На этапе разработки товара для получения достоверных результатов об эффективности инновационного проекта необходимо использовать методы затратного подхода. Наиболее эффективным будет использование метода исходных затрат. Так же можно применять метод стоимости замещения в случаях, когда организация совершенствует свой собственный продукт. Данный метод заключается в суммировании затрат на создание продукта, аналогичного объекту оценки, в рыночных ценах, существующих на дату проведения оценки.

Начиная с момента выведения продукта на рынок и его постепенного роста, эффективнее будет применить доходный метод оценки. Однако не все методы доходного подхода можно применять при оценке инновационного продукта. К примеру, метод расчета стоимости роялти основывается на ставке роялти, которая представляет собой величину периодических отчислений в пользу лицензиара. Очень часто все права на разработанный инновационный продукт оказываются у организации-изготовителя, что не позволяет рассматривать данный метод как наиболее эффективный.

В качестве еще одного метода оценки инновационного проекта может быть использован метод экспертных оценок. Это метод прогнозирования, основанный на достижении согласия группой экспертов. Существует масса методов получения экспертных оценок. В одном случае с каждым экспертом работают отдельно и каждый высказывает свое мнение независимо от авторитетов других лиц, задействованных в проекте. В другом же случае экспертов собирают вместе для подготовки материалов, что позволяет обсудить и четко оценить эффективность проекта путем достижения совместного мнения.

Наиболее успешным методом оценки инновационного проекта до сих пор можно считать метод чистой дисконтированной стоимости. Данный метод рассчитывает денежные поступления для всех будущих периодов (в случае продуктовой инновации данный период равен 3 годам). Если величина ЧДС будет положительной, то данный проект рекомендуется к разработке, если она отрицательна, проект отвергается.

Безусловно, у данного метода есть свои достоинства и недостатки. К достоинствам данного показателя относят следующие характеристики:

- отражает доходы от инноваций (превышение поступлений над начальными выплатами);
- учитывает срок жизни инновационного проекта и распределение во времени денежных потоков;
- выражается в стоимостных единицах текущей стоимости, т. е. учитывает фактор времени;
- отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия инновационного проекта, т. е. изменение «ценности фирмы».

Недостатками же являются невозможность учета альтернативных инновационных проектов, так как чистый дисконтированный доход является абсолютным показателем. Также у метода чистого дисконтированного дохода существует зависимость от величины нормы дисконта. Еще одним существенным недостатком является неизменность ставки дисконтирования, которая в реальной жизни может меняться из-за изменения экономических условий [4, с 13].

### Литература

1 Указания по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации»: утв. постановл. Национального статистического комитета Республики Беларусь от 02 июля 2013 г. № 61 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2013. – № 7/1149.

2 Акулич, И. Л. Маркетинг : учеб. / И. Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2009. – 511 с.

3 Методические рекомендации по расчету удельного веса отгруженной инновационной продукции организациями строительной отрасли, основным видом деятельности которых является производство промышленной продукции: утв. постан. Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 27 мая 2013 г. № 31 // Сайт Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – URL: <http://www.mas.by> (дата обращения: 03.04.2016).

4 Ратникова, Н. Ю. Оценка эффективности кредитования инновационных проектов как важный фактор минимизации банковских рисков / Н. Ю. Ратникова, В. В. Ковальчук // Бухгалтерский учет и анализ. – 2014. – № 11. – С. 13–18.

УДК 330.322

*К. С. Куция*

### **ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*В статье кратко описаны генезис и опыт создания инвестиционных фондов как за рубежом, так и в Республике Беларусь. На основе изучения мирового опыта регулирования инвестиционных фондов, которые занимают достаточно большую долю финансового рынка в развитых странах, обобщены подходы к их классификации,*

*раскрыты позитивные эффекты, создаваемые инвестиционными фондами для экономики. Применительно к опыту хозяйствования Республики Беларусь обоснована необходимость стимулирования развития системы инвестиционных фондов.*

Первые инвестиционные фонды в мире были основаны в первой половине XIX века: в 1822 году в Бельгии, в 1849 году в Швейцарии и в 1852 году во Франции. Как массовое явление они стали появляться в Великобритании и США в 1960-е годы и изначально ориентировались на крупных инвесторов, работа с мелкими инвесторами началась позже, в конце 1970-х годов. Постепенно в процессе развития инвестиционных фондов в мировой практике выработался особый подход к регулированию их деятельности, поскольку она по своей природе является более рискованной, чем банковская, однако может приносить и больший доход. Так, согласно статье 1 директивы Совета европейских сообществ от 20.12.1985 инвестиционные фонды определяются как предприятия коллективных инвестиций в обращающиеся ценные бумаги. В соответствии с законом Российской Федерации «Об инвестиционных фондах», инвестиционные фонды представляют собой отношения, связанные с привлечением денежных средств и иного имущества путём размещения акций или заключения договоров доверительного управления в целях их объединения и последующего инвестирования в объекты, а также с управлением имуществом инвестиционных фондов, его учётом и хранением, контролем за распоряжением.

Деятельность инвестиционного фонда включает следующую совокупность отношений:

- привлечение денежных средств и иного имущества;
- объединение имущества инвесторов в едином имущественном комплексе (фонде), распоряжение которым осуществляется самим инвестиционным фондом или передаётся специализированной управляющей компании;
- вложение средств из данного фонда исключительно в ценные бумаги и другие объекты инвестирования в целях извлечения прибыли в виде инвестиционного дохода или прибыли от перепродажи объектов инвестирования.

В отличие от банков, пенсионных фондов и страховых организаций, инвестиционные фонды не предоставляют каких-либо гарантий по срокам и размерам вкладываемых сумм. Объем средств, возвращаемых инвестору при его выходе из инвестиционного фонда, не оговаривается заранее, а зависит от стоимости чистых активов инвестиционного фонда и доли данных активов, принадлежащих инвестору.

Таким образом, инвестиционные фонды – это финансовые посредники, обеспечивающие привлечение средств участников посредством выпуска ценных бумаг или заключения договоров их объединения и инвестирование на диверсифицированной основе в ценные бумаги и иные разрешенные объекты в целях извлечения прибыли, а также распределение стоимости чистых активов пропорционально долям, принадлежащим инвесторам.

Можно выделить следующие основные критерии классификации инвестиционных фондов [1]:

- организационно-правовая форма инвестиционного фонда: инвестиционные фонды могут создаваться в виде юридических лиц или в качестве имущественного комплекса, распоряжение которым по договору доверительного управления выполняет управляющая компания (на основании трастового договора). В России и Украине, а также в проекте закона Республики Беларусь «Об инвестиционных фондах», инвестиционные фонды могут создаваться в форме акционерного и паевого инвестиционного фонда;
- наличие обязательств по погашению ценных бумаг инвестиционного фонда по требованию их владельцев: в открытых паевых инвестиционных фондах владельцы паёв имеют право в любой рабочий день требовать от управляющей компании погашения всех принадлежащих им паёв и прекращения тем самым договора доверительного управления или погашения части принадлежащих им паёв; в интервальных паевых инвестиционных фондах владельцы паёв имеют право требовать от управляющей компании погашения принадлежащих им паёв исключительно в течение срока, установленного

правилами данного фонда; в закрытых паевых инвестиционных фондах владельцы паёв не имеют права требовать от управляющей компании прекращения договора до истечения оговоренного срока его действия;

- в зависимости от особенностей инвестиционной политики: фонды акций, облигаций, смешанных инвестиций, денежного рынка и недвижимости, каждая из указанных групп делится на подгруппы в зависимости от уровня рискованности и доходности;

- стратегии активного и пассивного управления инвестициями (с учетом принципов управления портфелем ценных бумаг): при активном управлении инвестиционным портфелем, состав и структура активов фонда не повторяют эталонный портфель фондового индекса, а формируются в результате применения индивидуальных решений управляющих фондов, т.е. инвестиционный фонд стремится «переиграть» рынок по показателям доходности и риска; при пассивном подходе предполагается формирование портфелей инвестиционных фондов в соответствии с составом и структурой эталонного портфеля, составляющих один или несколько общепризнанных фондовых индексов;

- по специализации выделяются фонды хеджирования (хедж-фонды), инвестирующие преимущественно в деривативы, и фонды прямых инвестиций, инвестирующие в ценные бумаги первого уровня, а также в реальные активы.

Особенности хедж-фондов, которые в настоящее время бурно развиваются на основных финансовых рынках, заключаются в следующем:

- использование финансового рычага (приобретение ценных бумаг за счет заемных средств под залог этих же ценных бумаг);

- продажа ценных бумаг без покрытия (отчуждение активов, которые в момент заключения сделки не принадлежат продавцу с обещанием поставлять их покупателю в будущем);

- инвестирование в инструменты срочного рынка для минимизации совокупного риска.

В основе любого взаимного фонда лежит принцип доверительного управления капиталом, то есть, инвесторы передают свои средства управляющей компании, которая инвестирует их согласно одной из заранее согласованных стратегий. Несмотря на то, что у любого финансового института существуют как преимущества, так и недостатки, инвестиционные фонды зарекомендовали себя в качестве удобного финансового института для частных инвесторов [2], так как:

- они дают инвесторам возможность участвовать в масштабных проектах, вкладывая относительно небольшие суммы;

- управлением активами со стороны фондов, как правило, занимаются высококвалифицированные управляющие, которые, в том числе, обладают опытом антикризисного менеджмента;

- фонды более стабильны с финансовой точки зрения, поскольку они активно диверсифицируют свою деятельность и инвестируют в различные компании и активы.

В настоящее время перед фондовым рынком Республики Беларусь стоит проблема привлечения внутренних и внешних инвестиций. Поэтому для нашей страны особенно актуальным является развитие такого вида институциональных инвесторов, как инвестиционные фонды.

Создание инвестиционных фондов позволит привлекать в Республику Беларусь больше инвестиций, так как задействует более широкие круги потенциальных инвесторов – физических лиц, которые без специального образования и технических возможностей смогут использовать акции и облигации как инструмент увеличения дохода. При этом объект инвестирования может выбираться либо по своему усмотрению, либо доверяя выбор объекта инвестирования управляющей компании. Кроме того, наличие инвестиционных фондов на рынке ценных бумаг Беларуси даст следующие преимущества:

- профессиональное управление, позволяющее мелким частным инвесторам иметь те же преимущества от вложения средств в акции и облигации, как и крупным профессиональным инвесторам;

- диверсификация, т. е. снижение риска потерь при управлении портфелем ценных бумаг экономичным путём;
- снижение затрат за счёт управления большим количеством мелких инвестиций как одним крупным;
- надёжность, т. е. инвесторы могут быть уверены, что инвестиционный фонд эффективно управляет их средствами и защищает их.

Также к преимуществам создания фондов можно отнести то, что они имеют возможность оказывать влияние на деятельность предприятий-эмитентов, что в свою очередь может привести к повышению эффективности их работы, обеспечению приемлемого уровня доходности и надёжности инвестиций. Перемещение средств с помощью инвестиционных фондов в наиболее здоровые сектора экономики могут также способствовать развитию и самих фондов.

Одним из наиболее перспективных направлений для развития финансового рынка в нашей стране могут стать фонды прямых инвестиций. Эти организации аккумулируют серьёзные инвестиции как со стороны местных, так и со стороны иностранных инвесторов, чтобы вложить их в перспективные предприятия. Как правило, фонды прямых инвестиций приобретают либо контрольный, либо блокирующий пакет акций компании, направляют туда профессиональных управляющих, которые путем эффективного менеджмента повышают стоимость предприятия с целью продажи через 5–7 лет.

Фонды прямых инвестиций, обычно, вкладывают средства в компанию (предприятие), которая уже вышла на устойчивое развитие, имеет выручку, партнеров. На этом этапе компании нужно достаточное количество денежных средств, чтобы выйти на качественно новый уровень. Самый распространенный способ получения нужной суммы – это обращение в банк для получения кредита, но нужно учитывать, что при наступлении кризиса банк потребует залог. Это, в свою очередь, может привести к банкротству компании. Если же компания впустит фонд прямых инвестиций, то он делит все риски вместе с компанией и, в случае кризиса, помогает ей выйти из сложной ситуации.

Присутствие фондов прямых инвестиций придаст белорусской экономике определенную защищенность. Вместе с тем, не смотря на то, что о намерении создать в Беларуси еще несколько фондов прямых инвестиций заявляли как белорусские, так и иностранные компании (в частности – в 2010 году БПС-Сбербанк и люксембургский Vanque Naviland), сегодня активность в этом секторе пока невысока.

Что касается деятельности паевых инвестиционных фондов (ПИФов), которые специализируются на портфельных инвестициях, то в Беларуси их насчитывается только около 6 компаний. Хотя некоторые белорусские инвесторы успешно пользуются возможностями ПИФов, но в основе их операций лежит инвестирование средств в зарубежные проекты. Например, сегодня у белорусов есть возможность участвовать в паевых инвестиционных фондах Российской Федерации через уполномоченные банки. Главное препятствие для такой деятельности заключается в том, что белорусы как нерезиденты РФ обязаны уплачивать высокий подоходный налог с доходов, связанных с инвестированием в ПИФы. Поэтому многим белорусским инвесторам наверняка интересна перспектива развития подобных организаций и в Беларуси.

Развитие системы инвестиционных фондов тесно связано с проблемой дефицита венчурного инвестирования в отечественной экономике. Венчурное финансирование можно определить как долгосрочные капиталовложения во вновь создаваемые либо недавно созданные компании, которые за счет использования новых технологий и достижений науки потенциально способны обеспечить производство новых конкурентных товаров (продукта, услуги, технологического решения), а иногда и дать импульс к созданию новых рынков.

В западных странах венчурные фонды – это целая индустрия, состоящая из венчурных фондов, бизнес-ангелов, изобретателей, инновационных менеджеров и т. д.

Предпосылки для создания в Беларуси венчурных фондов существуют уже несколько лет. К ним можно отнести:

- в нашей стране довольно активно развивается так называемое стартап-движение, которое генерирует в среднем несколько сотен бизнес-проектов в год, в том числе и инновационных;
- сформировался определенный круг инвесторов, которые готовы инвестировать в молодые проекты с долей риска. Однако до создания частного венчурного фонда дело пока не дошло.

Чрезвычайно низкие объёмы венчурного финансирования связаны с чрезвычайно высокой стоимостью денег из-за высокой ставки рефинансирования и распределения под льготные ставки значительной части инвестиционных ресурсов. Хотелось бы отметить, что и проекты, которые могут интересовать венчурные фонды, т. е. имеющие потенциальную мировую новизну и масштабность, в Беларуси почти не разрабатываются, тогда как проекты, нацеленные на белорусский рынок, обладают низкой эффективностью из-за небольшого объёма этого рынка. В силу исторических и идеологических причин, в Беларуси совсем немного инициативных людей, готовых рискнуть карьерой ради собственного дела, мало предприимчивых и компетентных в бизнесе людей, а также инноваторов-изобретателей.

Поэтому за отсутствием денег для финансирования проектов стоит, как правило, отсутствие самих проектов, окупаемых в условиях чрезвычайно дорогих ресурсов. Кстати одной из первопричин данной проблемы является то, что у нас очень мало внимания стартапам, как и вообще позитивной социальной роли бизнеса, уделяется средствами массовой информации, что дестимулирует активность людей в этой области, тогда как в развитых странах образ успешного предпринимателя культивируется с помощью фильмов, новостей, специализированных ресурсов. Образ бизнесмена в их понимании ассоциируется с успехом, богатством и возможностью реализовать свой потенциал – у нас же несколько иная информационная среда.

Основными отраслями в разрезе венчурного бизнеса, которые будут развиваться наиболее активно и способны конкурировать в мировом масштабе, можно выделить информационные технологии и биотехнологии, где уже есть первые истории успеха.

При этом, на мой взгляд, наиболее интересен именно сегмент информационных технологий, где часть белорусских компаний занимающихся оффшорным программированием, будет переходить к более доходной продуктовой модели, в которой добавленная стоимость конечного продукта куда выше, нежели при разработке решений для других компаний.

Также хотелось бы отметить, что в нашей стране давно назрела необходимость в создании привлекательных условий для деятельности крупных финансовых организаций, а также для передачи управления капиталом в руки профессиональных управляющих. Развитие новых финансовых институтов может принести для Беларуси немало пользы, в том числе с точки зрения имиджа. Ведь страна с цивилизованной финансовой системой и рыночными институтами будет иметь на мировом рынке совсем иную репутацию, которая поспособствует притоку иностранных инвестиций.

Стимулирование деятельности инвестиционных фондов позволит привлекать больше инвестиций, за счёт расширения круга потенциальных инвесторов и снижения инвестиционных рисков. Для эффективного функционирования инвестиционных фондов необходимо принять ряд таких мер, как разработка нормативной правовой базы, регламентирующей деятельность инвестиционных компаний и управляющих компаний; усиление взаимодействия национальных и зарубежных инвестиционных фондов и компаний; внедрение на финансовом рынке механизмов снижения рисков в виде компенсационных фондов.

## Литература

1 Мошенский, С. З. Рынок ценных бумаг: трансформационные процессы / С. З. Мошенский – М.: Экономика. – 2010. – 240 с.

2 Экономика инвестиционных фондов : монография / А. Е. Абрамов [и др.]; под общ. ред. А. Д. Радыгина. – М.: Дело. – 2015. – 720 с.

УДК 338.512:658.27:338.45

*А. С. Кучерова*

### **ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В СФЕРЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ОАО «РЕЧИЦКИЙ МЕТИЗНЫЙ ЗАВОД»**

*В статье рассмотрены основные пути, требования и особенности системы управления затратами в сфере распределительной логистики на ОАО «Речицкий метизный завод». Выявлены проблемы, с которыми связан учет издержек в сфере распределительной логистики. Предложены мероприятия по усовершенствованию процесса управления затратами в ОАО «Речицкий метизный завод», а именно: совершенствование организационной структуры управления затратами и совершенствование методологии учета затрат.*

Конкурентоспособность организации на рынке достигается множеством способов, одним из которых являются низкие издержки, в том числе логистические. Каждый шаг по снижению расходов должен быть проанализирован с точки зрения влияния на текущие обороты и стратегию.

Логистические затраты входят в состав себестоимости готовой продукции и существенно влияют на ее цену, однако учету этой группы издержек в отечественной практике уделяется мало внимания, отсутствует системный подход к их выявлению, анализу и оптимизации. Причиной этого служит организация системы отечественного бухгалтерского учета. В классификации затрат, входящих в себестоимость, логистические издержки не сгруппированы, отдельные их составляющие учитываются на различных счетах бухгалтерского учета, что затрудняет их выделение и систематизацию.

Поэтому возникает реальная задача – модернизировать существующую в стране систему учета таким образом, чтобы она могла решать задачи, управленческого учета, в том числе по логистическим функциям. По оценке западных бухгалтеров, именно на постановку и ведение управленческой отчетности тратится до 90 % времени и ресурсов, в то время как на традиционную финансовую отчетность уходит только оставшаяся часть – 10 %.

Коренное отличие управленческой отчетности от финансовой состоит в том, что финансовая отчетность ориентируется на внешних пользователей информации (прежде всего – на налоговую инспекцию), а управленческая нацелена на внутренних пользователей (в первую очередь на руководителей организации и ее подразделений).

В международной практике перечень учитываемых статей расходов намного шире (например, возможно выделение затрат на процедуры заказов, на потребительский сервис и т. д.), но в рамках действующей системы отечественного бухгалтерского учета такое деление весьма затруднительно. Применяемая в настоящее время классификация затрат не позволяет выстроить структурированную классификацию логистических издержек, обеспечивающую их объективный учет, анализ и регулирование.

Выявление, анализ и учет логистических затрат должен быть систематическим и скоординированным. Логистическая служба должна заниматься направленным учетом логистических издержек, их калькулированием, отслеживанием динамики анализом их структуры, поиском путей оптимизации и снижения.

Таким образом, для организации эффективного управления логистическими издержками необходимо выполнять ряд требований к системе их учета: выделять затраты, возникающие в процессе реализации каждой логической функции; вести учёт издержек по логическим процессам для выявления специфических издержек, связанных с одним процессом, но возникающих в разных подразделениях; формировать информацию о наиболее значимых затратах; формировать информацию о характере взаимодействия наиболее значимых затрат друг с другом; определять изменения затрат, расходы, вызванные отказом от данного процесса;

При поиске путей снижения издержек необходимо проводить анализ как по элементам издержек (или калькуляционным статьям), так и по местам их возникновения. Например, снижение эксплуатационных расходов на использование транспортных средств может иметь место исходя из того, что наиболее эффективным средством управления эксплуатационными затратами является экономически обоснованный выбор подвижного состава, ибо все эксплуатационные расходы напрямую зависят от специфики техники (в том числе расходы на ввод в эксплуатацию; стоимость и частоту технического обслуживания (ТО) и ремонта; расходы на конструкционные изменения и переоборудование; расход топлива и смазочных материалов; вмененные издержки).

Подводя итог, сформулируем основные проблемы, связанные с учетом издержек в логистике: высокая доля затрат на операции, связанные с продвижением товарных и материальных ресурсов в сферах производства и обращения, в общем объеме издержек; постоянный, опережающий общий уровень инфляции, рост стоимости работ на большинстве из этих операций; отсутствие, в общем случае, при традиционно организованном учете критерия принятия решений по рациональной организации логистического процесса; резкий рост чувствительности логистических затрат к изменению качественных показателей работы логистических систем в области высокого качества их функционирования, характерной для конкурентных рынков.

Практически все промышленные предприятия являются исключительно материалоёмкими. Исходя из значительных объемов производства, даже небольшое сокращение затрат сырья и материалов на единицу продукции может дать ощутимый экономический эффект. Данная цель может быть достигнута только при условии существования эффективно налаженной системы учета и контроля затрат. Одним из вариантов решения данной, и не только, проблемы может стать смена концепции менеджмента. Предлагается переход к нелинейной концепции, например «Бережливое производство» (БП). Преимуществом данного метода является то, что система на 80 % состоит из организационных мер и лишь 20 % составляют инвестиции в технологию.

Бережливое производство представляет собой подход к управлению организацией, направленный на повышение качества работы за счет сокращения потерь. Этот подход распространяется на все аспекты деятельности – от проектирования и производства до сбыта продукции. Бережливое производство – логистическая концепция менеджмента, сфокусированная на оптимизации бизнес-процессов с максимальной ориентацией на рынок и с учётом мотивации каждого работника. Бережливое производство составляет основу новой философии менеджмента и является одной из форм нелинейного менеджмента.

Целями внедрения системы «Бережливое производство» являются: минимизация трудозатрат; минимизация сроков создания новой продукции; гарантия поставки продукции заказчику, максимальное качество при минимальной стоимости.

Основными инструментами системы «Бережливое производство» являются:

- визуализация и стандартизация рабочего места (5S);
- диагностика производственного процесса (VSM);
- управление потоками (TFM); снижение межоперационных запасов (Kanban);
- всеобщее обслуживание оборудования (TPM);
- технология быстрой переналадки (SMED);
- система встроенного качества (TQM) [1].

*Достоинством* системы является то, что высокая организованность процессов позволяет полностью избежать ненужных затрат и успешно конкурировать в условиях современного рынка.

*Недостатком* системы является невовлеченность персонала и сложности при проведении изменений в компании.

На исследуемое предприятие на данный момент не обладает достаточными ресурсами для проведения полноценной работы по внедрению предлагаемой концепции. Поэтому на первоначальном этапе предлагаю использовать альтернативные инструменты в рамках системы «Бережливое производство». В качестве таких инструментов будут выступать «Целевое планирование затрат» и «Операционно-ориентированный метод калькуляции себестоимости».

Концепция БП направлена на уменьшение семи видов потерь, которые частично ложатся и на себестоимость продукции: перепроизводство товаров, т. е. производство товаров, на которые еще не возник спрос; ожидание следующей производственной стадии; ненужная транспортировка; лишние этапы обработки, требующиеся из-за недостатка оборудования, несовершенства проекта, ненужной инициативы; наличие любых, кроме минимально необходимых, запасов; ненужные перемещения людей в ходе работы (в поисках деталей, инструментов); производство брака.

Для реализации концепции бережливого производства необходимо наладить эффективную аналитическую работу. На ОАО «Речицкий метизный завод» аналитикой традиционно занимается планово-экономический отдел. Однако данная работа является не приоритетной, и большая часть времени работы отдела приходится на решение текущих вопросов. В то же время, кроме анализа и констатации текущего положения дел в организации, должна проводиться непрерывная работа по улучшению экономической деятельности. Для реализации данной цели считаю необходимым организацию отдела контроллинга.

Информация, которую готовит служба контроллинга, предназначена для заместителя директора завода по экономике и реализации продукции, а также для директора. Считаю целесообразным подчинить ее напрямую заместителю директора завода по экономике и реализации продукции, т. к. ему непосредственно подчинен начальник планово-экономического отдела. Таким образом, начальник службы контроллинга получит достаточно высокий статус и независимость от начальников других финансово-экономических служб.

Именно данное подразделение будет «проводником» в процессе внедрения БП.

Типовыми задачами службы контроллинга являются:

- организация, координация и методическая поддержка процессов планирования и бюджетирования в организации;
- организация, координация и методическая поддержка системы учета затрат и доходов в организации.

Очевидно, что отдел, специализирующийся на управлении затратами, должен иметь современный методологический аппарат для выполнения своих задач. В связи с этим предлагается в качестве основного инструмента управления затратами использовать систему «targetcosting».

Целевое планирование затрат (TargetCosting) – средство управления затратами, применяемое для снижения любых затрат, связанных с продуктом в течение всего периода

его жизненного цикла, путем объединения усилий производственных, конструкторских, исследовательских, маркетинговых, экономических подразделений компании [2].

Для достижения цели снижения себестоимости необходимо иметь представление о реальном уровне затрат на производимую продукцию. Наиболее отвечающим целям мониторинга уровня себестоимости и определения избыточных затрат, является «Операционно-ориентированный метод калькуляции себестоимости» либо «Пооперационный метод».

Процесс расчета себестоимости производимой продукции (работ, услуг) с применением операционно-ориентированного метода предполагает калькуляцию затрат в три этапа.

На *первом* этапе стоимость косвенных затрат на предприятии переносится на ресурсы пропорционально выбранным драйверам затрат. На *втором* этапе разрабатывается структура операций, необходимых для создания продукции (работ, услуг). После этого стоимость ресурсов, рассчитанная на предыдущем этапе, переносится на операции пропорционально выбранным драйверам ресурсов. На *третьем* этапе стоимость операций поглощается объектами затрат пропорционально драйверам операций. Результатом этого является рассчитанная себестоимость объектов затрат, например продукции.

На основании данных о реальной себестоимости выпускаемой продукции организация может принимать решения об изменении товарного ассортимента, снижении цены и ликвидации канала сбыта.

Таким образом, пооперационный метод позволяет принимать обоснованные решения в отношении:

- снижения издержек (реальная картина издержек дает возможность точнее определять виды затрат, которые необходимо оптимизировать);
- ценовой политики (точное отнесение издержек на объекты калькуляции позволяет определить нижнюю границу цен, дальнейшее снижение которых ведет к убыточности продукта);
- товарно-ассортиментной политики (реальная себестоимость позволяет разработать программу действий по отношению к тому или иному продукту – снять с производства, оптимизировать издержки или поддерживать на текущем уровне);
- оценки стоимости операций (можно решить, целесообразно ли передавать те или иные операции подрядчикам или необходимо проводить организационные преобразования).

Сегодня существует множество программных решений, поддерживающих пооперационный метод. Для отдела контроллинга предлагается внедрение системы «ABIS.ABC». В основе функционирования конфигурации «1С – ВПП Анатех: ABIS.ABC Управленческий учет и расчет себестоимости» лежит применение метода ABC – результативного инструмента, позволяющего решать задачи экономии ресурсов, оптимизации затрат, повышения производительности бизнес-процессов, себестоимости продукции (услуг) и формирования аналитической отчетности для предприятий любого масштаба и сферы деятельности. Программная система «ABIS.ABC» позволяет создавать прикладные ABC-системы управленческого учета затрат, расчета производительности, себестоимости продукции (услуг) и формировать аналитическую отчетность для организаций любого масштаба и сферы деятельности [3].

Минимизация и сокращение затрат, связанных с хранением и контролем запасов на всем пути движения материального потока

Значительная доля экономического эффекта достигается за счет сокращения и минимизации затрат, связанных с хранением и контролем запасов на всем пути движения материального потока. По данным Европейской промышленной ассоциации, сквозной мониторинг материального потока обеспечивает сокращение материальных запасов на 30–70 % (по данным промышленной ассоциации США снижение запасов происходит в пределах 30–50 %).

По мнению автора, высокая значимость оптимизации запасов объясняется следующим:

- в общей структуре затрат на логистику расходы на содержание запасов составляют более 50 %, включая расходы на управленческий аппарат, а также потери от порчи или кражи товаров;
- большая часть оборотного капитала предприятий, как правило, отвлечена в запасы (от 10 до 50 % всех активов предприятий);
- в производстве расходы по содержанию запасов составляют до 25–30 % от общего объема затрат.

Сокращение запасов обеспечивается за счет высокой степени согласованности действий участников логистических процессов, повышения надежности поставок и рациональности распределения запасов, а также по ряду других причин.

По нашему мнению, немаловажная составляющая экономического эффекта образуется за счет сокращения времени прохождения товаров по логистической цепи. Сегодня в общих затратах времени, отводимых на складирование, производственные операции и доставку, затраты времени на собственно изготовление продукции составляют в среднем от 2 до 5 %. Таким образом, свыше 95 % времени оборота приходится на логистические операции. Сокращение этой составляющей позволяет ускорить оборачиваемость капитала, соответственно, увеличить прибыль, получаемую за единицу времени, снизить себестоимость продукции.

Экономический эффект возникает также от снижения транспортных расходов. Оптимизируются маршруты движения транспорта, согласуются графики, сокращаются холостые пробеги, улучшаются другие показатели использования транспорта. Логистический подход предполагает высокую степень согласованности участников товародвижения в области технической оснащенности грузоперерабатывающих систем. Применение однотипных средств механизации, одинаковой тары, использование аналогичных технологических приемов грузопереработки во всех звеньях логистической цепи позволяют сократить затраты ручного труда и соответствующие расходы на операции с грузом.

Таким образом, логистический подход при оптимизации управления материальными потоками открывает большие возможности для минимизации общих затрат в цепях поставок. Это приведет к уменьшению себестоимости конечного продукта и увеличению его привлекательности для клиента. В то же время, необходимо заметить, что область управления цепями поставок находится в стадии становления теоретической базы, что дает большой простор для проведения глубоких, всесторонних исследований в дальнейшем.

## Литература

1 Волкодавова, Е. В. Теоретические аспекты управления затратами на промышленных предприятиях в современных условиях / Е. В. Волкодавова, А. В. Егорова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2011. – № 12 (86). – С. 18–23.

2 Еловой, И. А. Влияние процессов глобализации на развитие транспортно-логистической системы страны / И. А. Еловой, И. А. Лебедева // Вестн. Бел. гос. ун.-та трансп. Наука и транспорт. – 2008. – № 2. – С. 55–63.

3 Карминский, А. М. Информатизация бизнеса / А. М. Карминский, П. В. Нестеров. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 377 с.

4 Бузукова, Е. А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова ; под ред. С. В. Сысоевой. – СПб.: Питер, 2010. – 432 с.

*О. С. Лис*

## **МИРОВОЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЁМЩИКА**

*В статье представлен обзор методической базы оценки кредитоспособности заёмщика, используемой в мировой практике банковским сектором. Сделан акцент на моделировании уровня кредитоспособности заемщика с использованием статистических моделей, моделей ограниченной и непосредственно экспертной оценки. Обозначены причины многообразия методического арсенала и представлена матрица изменения кредитного рейтинга, позволяющая определять не только кредитный рейтинг заемщика, но и вероятность дефолта.*

Изучение кредитоспособности осуществляется для оценки потенциального заемщика до решения вопроса о возможности и условиях кредитования. Оценка кредитоспособности является одним из способов предупреждения или сведения к минимуму кредитного риска, связанного с кредитованием клиента. В настоящее время в мире не существует единой стандартизированной системы оценки кредитоспособности заемщика.

Причинами такого многообразия методической базы являются:

- различная степень доверия к количественным и качественным способам оценки факторов кредитоспособности;
- особенности индивидуальной культуры кредитования и исторически сложившаяся практика оценки кредитоспособности;
- использование определенного набора инструментов минимизации кредитного риска, сопровождающегося пристальным вниманием к отдельным инструментам;
- многообразие факторов, оказывающих влияние на уровень кредитоспособности, которое приводит к тому, что банки уделяют им различное внимание при присвоении кредитного рейтинга;
- результат оценки кредитоспособности заемщика, принимающий различные формы,
- некоторые банки останавливаются на простом расчете финансовых коэффициентов, другие – присваивают кредитные рейтинги и рассчитывают уровень кредитного риска.

Основным показателем кредитоспособности заемщика является его кредитный рейтинг. При присвоении кредитного рейтинга банки ранжируют заемщиков по различным классам.

По оценке Базельского комитета, банки в среднем используют 10 различных классов оценки кредитоспособности, включая так называемые промежуточные классы, обозначаемые знаками «+»/«-» [1, с. 250]. Во многом это объясняется стремлением банков привести внутреннюю систему ранжирования в соответствие с системами, используемыми ведущими рейтинговыми агентствами. Необходимое количество классов определяется банком самостоятельно исходя из собственной необходимости и целей присвоения кредитного рейтинга. Так, в случае если кредитный рейтинг используется исключительно для мониторинга финансового состояния заемщика и прогноза качества кредитного портфеля, может использоваться небольшое количество классов. Увеличение классов рейтинга характерно для банков, рассчитывающих рентабельность и уровень кредитного риска в зависимости от кредитного рейтинга.

Согласно мировому опыту различают три основных способа моделирования уровня кредитоспособности заемщика.

*1 Статистические модели* оценки кредитоспособности представляют собой процесс присвоения кредитного рейтинга исключительно на основе количественного, статистического анализа. Лишь небольшое количество банков полагаются в полной мере на статистические модели. Подобные модели основаны на расчете кредитного рейтинга

по определенной формуле, включающей как количественные факторы – финансовые коэффициенты, так и некоторые качественные факторы, но стандартизированные и приведенные к количественному значению аспекты деятельности заемщика, например, отраслевые особенности, кредитную историю.

*2 Модели ограниченной экспертной оценки* основаны на применении статистических методов с последующей корректировкой на основании неких качественных параметров. Например, балльное значение рейтинга может быть скорректировано на несколько баллов в зависимости от мнения кредитного экономиста. Также банк может установить максимальное количество баллов для оценки качественных параметров, ограничивая тем самым влияние субъективных факторов на итоговое значение рейтинга.

По оценкам Базельского комитета около 20 % банков используют данную модель при анализе кредитоспособности крупных предприятий.

*3 Модели непосредственно экспертной оценки* используют 50 % банков при определении кредитоспособности крупных и средних заемщиков. При такой оценке определить влияние того или иного фактора на величину кредитного рейтинга практически не представляется возможным. Экономисты рассчитывают финансовые коэффициенты, но значения интерпретируются индивидуально по каждому заемщику.

Тем не менее, в некоторых случаях на начальном этапе оценки используются именно статистические модели, задавая направление и границы дальнейшего анализа.

Основным источником информации о кредитоспособности заемщика является его бухгалтерская отчетность: баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств. Самым важным и наиболее часто используемым источником информации о кредитоспособности английские банки считают заверенную аудитором бухгалтерскую отчетность заемщика. Можно с уверенностью сказать, что данный источник является основным и в России. Это объясняется тем, что бухгалтерская отчетность свидетельствует о финансово-экономическом положении предприятия и позволяет рассчитывать показатели и коэффициенты, необходимые для присвоения кредитного рейтинга. Большинство банков не ограничивается определением кредитного рейтинга заемщика и вероятностью его дефолта. Далее определяется уровень возможного убытка в случае дефолта по конкретному виду актива, изучаются обеспечение, предоставленное заемщиком, и другие возможности уменьшения кредитного риска. В этом случае рейтинг отражает не только уровень кредитного риска заемщика, но и величину риска по отдельным активным операциям. Так, при выдаче кредита одному заемщику на разные сроки и под разные виды обеспечения значение кредитного рейтинга будет меняться.

Опыт работы иностранных банков свидетельствует о том, что 100 % австралийских банков и 50% банков, работающих в Европе и США, используют данную методику.

В отечественной практике интерпретация рейтинга с точки зрения уровня кредитного риска происходит субъективно: рейтингу класса А, например, соответствует низкий уровень кредитного риска; рейтингу класса В – средний, а рейтингу класса С – высокий.

Так, типичным конечным выводом кредитных специалистов об уровне кредитоспособности заемщика можно считать фразу: «заемщику присвоен кредитный рейтинг 3-го класса, уровень кредитного риска по операциям с данным заемщиком считается средним». К сожалению, есть все основания полагать, что аналогичная картина наблюдается у большей части отечественных банков.

Кредитный рейтинг, рассчитываемый западными банками, несет иную смысловую нагрузку, более расширенную и основанную на математико-статистических расчетах. Конечным результатом оценки кредитоспособности заемщика является не сам рейтинг, а показатель вероятности дефолта заемщика (изменения кредитного рейтинга) [2, с. 18].

Поэтому имеет место построение так называемых матриц изменения кредитного рейтинга, которые оценивают вероятность изменения класса кредитоспособности с течением времени (другое название – таблица миграции рейтинга).

Сначала такие матрицы получили широкое распространение в деятельности мировых рейтинговых агентств, а сейчас с успехом используются и западными коммерческими банками. Они основаны на информации прошлых периодов о дефолтах по ссудам с различным кредитным рейтингом. Пример матрицы приведен в таблице 1.

Таблица 1–Матрица изменения кредитного рейтинга, %

кредитный рейтинг	AAA	AA	A	BBB	BB	B	CCC	Дефолт
AAA	87,74	10,93	0,45	0,63	0,12	0,10	0,02	0,02
AA	0,84	88,23	7,47	2,16	1,11	0,13	0,05	0,02
A	0,27	1,59	89,05	7,40	1,48	0,13	0,06	0,03
BBB	1,84	1,89	5,00	84,21	6,51	0,32	0,16	0,07
BB	0,08	2,91	3,29	5,53	74,68	8,05	4,14	1,32
B	0,21	0,36	9,25	8,29	2,31	63,89	10,13	5,58
CCC	0,06	0,25	1,85	2,06	12,34	24,86	39,97	18,6

Примечание. – Источник [3, с. 64].

Матрица отражает вероятность миграции рейтинга из одной категории в другую. Заголовок строк представляет собой первоначальный кредитный рейтинг, а заголовок столбцов – будущее, планируемое значение рейтинга. Пересечение строк и столбцов матрицы показывает вероятность миграции рейтинга. Так, вероятность дефолта заемщика с кредитным рейтингом BB (см. соответствующую строку) составляет 1,32 % (см. пересечение строки BB с графой «Дефолт»); вероятность понижения рейтинга с уровня BB до уровня B (см. пересечение строки BB с графой B) составляет 8,05 %; вероятность того, что рейтинг BB не изменится, – 74,68 % (см. пересечение строки BB с графой BB) [3, с. 264]. Построение матрицы позволяет банку оценить вероятность изменения качества кредитного портфеля с течением времени, исходя из текущего значения рейтинга кредитоспособности.

Таким образом, на современном этапе развития западного банковского дела основным показателем оценки кредитоспособности выступает не просто кредитный рейтинг заемщика, а соответствующая данному рейтингу вероятность дефолта. Присвоение кредитного рейтинга перестает быть целью оценки кредитоспособности, а становится лишь одним из этапов такой оценки.

Отсутствие публикаций о вероятности дефолта в научной отечественной литературе и внутренних документах коммерческих банков снижает качество управления кредитным риском и предполагает разработку более совершенной методической базы оценки кредитоспособности заёмщика с учетом зарубежного опыта.

### Литература

- 1 Кабушкин, С. Н. Управление банковским кредитным риском : учеб. пособие / С. Н. Кабушкин. – М.: Новое знание, 2014. – 336 с.
- 2 Банковское дело: современная система кредитования : учеб. пособие / под ред. О. И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2013. – С. 18.
- 3 Банковское дело: современная система кредитования : учеб. пособие / О. И. Лаврушин, О. Н. Афанасьева, С. Л. Корниенко ; под ред. О. И. Лаврушина. – 3-е изд., доп. – М.: КНОРУС, 2015. – С. 64–264.

*Я. У. Махсудова*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИНДЕКСА ИНФЛЯЦИИ ЕВРОЗОНЫ**

*В статье рассмотрены основные факторы, влияющие на изменение уровня инфляции в Еврозоне и степень их влияния. Дано экономическое и теоретическое обоснование зависимости между выбранными факторами. Построена эконометрическая модель, позволяющая частично прогнозировать инфляционную ситуацию в ЕС. Проведена общая оценка качества построенной эконометрической модели, также проведено исследование модели с целью устранения неточностей, которые могли бы повлиять на оценку инфляционного индекса.*

Европейский союз (EU) – это братство 27 государств, основанное в 1951 году. Естественно, в международной торговле и международных экономических процессах Евросоюз играет одну из ключевых ролей. Из этих 27 стран, 17 приняли евро в качестве национальной валюты. Эти страны составляют еврозону, известную также как Европейский Валютный Союз (ЕМС). Помимо общей валюты, эти страны объединяет общая монетарная политика, которую задает Европейский Центральный Банк.

Экономика Евросоюза ориентирована на сферу услуг, поэтому услуги составляют 70 % ВВП. Помимо этого, еврозона является, на сегодняшний день, самым привлекательным рынком инвестиций для международных и местных инвесторов. Будучи экономическим союзом, еврозона обладает единой системой законов, особенно в сфере торговли. Размеры этой экономики делают еврозону одним из основных игроков на международной торговой арене.

Таким образом, Зона евро является валютным союзом. Отличительной чертой любой ОВЗ является единый наднациональный орган, отвечающий за осуществление валютной и денежно-кредитной политики и поддержание экономической стабильности. В Еврозоне таким органом является Европейский центральный банк (далее ЕЦБ).

Перейдем к выявлению взаимосвязи между выбранными для работы показателями.

В качестве эндогенной переменной ( $Y$ ) был выбран индекс НПСР, т. е. гармонизированный индекс потребительских цен, который является индикатором инфляции, разработанным специально для стран-участниц Европейского Союза, с целью создания единого подхода к анализу их экономик.

В качестве экзогенных переменных были выбраны:

- 1)  $IPI$  – индекс промышленного производства ( $x_1$ ),
- 2)  $UN$  – уровень безработицы ( $x_2$ ).

Основа модели – помесячные экономические данные по Еврозоне за период 01.2010–09.2013 годов.

Проведенный предварительный анализ статистических данных с целью выявления, к каким классам временных рядов (стационарным или нестационарным) относятся данные, выбранные для исследования, показал, что выбранные временные ряды являются нестационарными, но стационарны относительно взятия разности первого порядка. Использование таких временных рядов для построения модели допустимо, в случае если ее остатки стационарны, то есть построенная модель будет являться моделью ко-интеграции.

Принадлежность к тому или иному типу временного ряда была определена путем графического анализа, использования автокорреляционных функций и тестов «единичного корня».

Исходя из анализа регрессионной статистики, коэффициент корреляции (множественный  $R$ , равный 0,961) выявляет линейную зависимость между двумя переменными и измеряется в пределах от  $-1$  до  $+1$ : чем больше корреляция приближается к  $+1$ , тем сильнее положительная взаимосвязь между зависимой и независимой переменной и наоборот. Нулевая корреляция означает отсутствие линейной зависимости между переменными.

Коэффициент детерминации  $R^2 = 0,923$  показывает в скольких случаях изменение гармонизированного индекса потребительских цен, который является индикатором инфляции, можно объяснить с помощью значения индекса промышленного производства и уровня безработицы. В данном случае это приблизительно 92,31 %. Следовательно, на долю индекса промышленного производства и уровня безработицы приходится больше половины в сравнении с остальными не рассматриваемыми факторами, влияющими на изменение гармонизированного индекса потребительских цен, что имеет высокое практическое значение.

Нормированный  $R^2$  равный 0,919 (скорректированный коэффициент детерминации) показывает, какое влияние коррективка  $R^2$  оказала на величину коэффициента детерминации. Нормированный  $R^2$  незначительно отличается от коэффициента детерминации, что позволяет сделать вывод о достаточном качестве модели.

Стандартная ошибка, равная в модели 0,829 – мера разброса зависимой переменной вокруг линии регрессии. Чем меньше ошибка, тем лучше качество прогноза.

В данной эконометрической модели количество наблюдений равно 45.

Значимость коэффициента детерминации  $R^2$  устанавливается с помощью критерия Фишера в таблице 1 «Дисперсионный анализ» в строке «Регрессия». Наблюдаемое значение  $F_{набл}$  равно 251,91 полученной модели, а табличное его значение равно 5,14 ( $F_{кр}$ ). Так как наблюдаемое значение  $F_{набл}$  больше  $F_{кр}$ , то  $R^2$  значим. Следовательно, уравнение регрессии надежно.

Таблица 1 – Дисперсионный анализ

Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	2	345,9341715	172,9670858	251,9078515	4,07632E-24
Остаток	42	28,83839292	0,686628403		
Итого	44	374,7725644			

Примечание. – *Источник*: собственная разработка, оформленная с помощью программного пакета «Анализ данных» Microsoft Excel

С помощью  $t$ -критерия Стьюдента оценивается статистическая значимость коэффициентов уравнения множественной регрессии. В нашем случае данный показатель для переменной  $X_1$  по модулю равен 0,570, а для показателя  $X_2$  – 3,597 по модулю, для  $Y$  пересечения – 16,978. Сравнив эти данные со значением табличного показателя (2,4469), можно сделать вывод, что коэффициент  $X_1$  является несущественным, а коэффициент  $X_2$  – существенным.

Если показатель  $P$ -значение для независимой переменной меньше 0,01, то она является высоко значимой для  $Y$ . Если  $P$ -значение от 0,01 до 0,05 – результат значим. Если коэффициент больше 0,05, результат значимым не является. В нашем случае данный показатель для  $X_1$  – 0,04, а для  $X_2$  равен 3,27. Следовательно,  $X_1$  является высоко значимой переменной ( $0,04 < 0,05$ ), а  $X_2$  не является значимым ( $3,27 > 0,05$ ).

Таким образом, уравнение регрессии имеет вид  $Y = 16,978 + 0,570X_1 + 3,597X_2$  и является надежным, коэффициент  $X_1$  является несущественным, а коэффициент  $X_2$  – существенным.

Значение  $b_0 = 16,978$  интерпретируется, как сдвиг является оценкой среднего гармонизированного индекса потребительских цен при нулевых показателях индекса промышленного производства и уровня безработицы. Поскольку эти условия лишены смысла, в данной ситуации величина наклона  $b_0$  не имеет разумной интерпретации.

Значение  $b_1 = 0,570$  интерпретируется как изменение среднего значения гармонизированного индекса потребительских цен при изменении значения индекса промышленного производства на единицу (коэффициент чистой регрессии) и показывает, что при заданном уровне безработицы увеличение индекса промышленного производства на 1 % приведет к увеличению гармонизированного индекса потребительских цен на 0,570 %.

Аналогично, значение  $b_2 = 3,597$  означает, что при фиксированном индексе промышленного производства увеличение уровня безработицы на 1 % сопровождается увеличением ожидаемого индекса потребительских цен на 3,597 %.

Эти оценки позволяют лучше понять влияние индекса промышленного производства и уровня безработицы на уровень инфляции.

Эконометрический анализ является инструментом статистического анализа экономических данных. С его помощью проводится выявление и анализ самых на первый взгляд неочевидных качественных и количественных зависимостей между различными экономическими, социальными и финансовыми показателями, анализ и прогнозирование развития различных как микро- так и макроэкономических процессов, которые в большинстве своем являются сложными для точного теоретического выражения, поскольку являются непостоянными и несовершенными. Эконометрические методы позволяют проводить коррекцию несовершенных данных и построенных на их основании моделей, с целью сделать их пригодными для практического применения.

Следует отметить, что мировая экономика в 2013–2014 гг. замедлила свой ход, снизив темпы роста до 3,3 % с 3,5 %, достигнутых в 2012 г. Прогнозы экспертов на 2016 г. диаметрально противоположны: оптимисты полагают, что она вновь ускорится, повысив темпы роста до 4 % и выше, а пессимисты ожидают, что, напротив, замедление продолжится и темпы роста понизятся до уровня 3 % и менее.

Застой в еврозоне – главная угроза для дальнейшего восстановления мировой экономики. Экономика еврозоны в настоящее время находится в неустойчивом равновесии, склонном к потере устойчивости под влиянием небольших внешних или внутренних шоков спроса.

На важнейший показатель: индекс инфляции в Еврозоне оказывает огромное значение индекс промышленного производства и уровень безработицы.

Таким образом, с помощью эконометрического моделирования и анализа модели было выявлено, что заявленная изначально положительная зависимость между индексом инфляции и индексом промышленного производства, а также между индексом инфляции и уровнем безработицы, была подтверждена. Это в дальнейшем поможет на основе использования эконометрических моделей строить прогнозы на будущие периоды.

Значение индекса инфляции цен растет с ростом цен на потребительские товары и/или ростом уровня безработицы, и падает с их снижением. Если индекс за месяц прибавит к своему значению больше двух процентных пунктов, то стабильность цен считается нарушенной, и Европейский центральный банк будет вынужден принять решение о повышении уровня процентной ставки.

Так, повышение Европейским центральным банком ставки процента влечет за собой сокращение денежной массы в экономике и падение деловой активности, в том числе и сокращение объемов промышленного производства. В свою очередь, снижение ставки процента приводит к увеличению количества денег в экономике, увеличению инвестиций, объема промышленного производства и росту инфляции.

В случае высокого уровня безработицы, страны-участницы Зоны евро столкнутся с увеличением бюджетного дефицита, что в свою очередь приведет к росту инфляции, так как Европейский центральный банк будет вынужден проводить кредитно-денежную экспансию.

## Литература

- 1 Euro area economic indicators [Electronic resource] // Trading economics. – Mode of access: <<http://www.tradingeconomics.com/euro-area/indicators>>. – Date of access: 28.01.2016.
- 2 Доклад Всемирного экономического форума в Давосе о глобальных рисках. Швеция, Давос. – 21–24 января 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://polit.ru/article/2015/02/18/world\\_economy/](http://polit.ru/article/2015/02/18/world_economy/). – Дата доступа: 18.02.2016.
- 3 Бородич, С. А. Эконометрика : учебное пособие / С. А. Бородич. – 2-е изд. – Минск: Новое знание, 2004. – 365 с.
- 4 Каморников, С.Ф. Эконометрика: учебное пособие / С. Ф. Каморников, С. С. Каморников. – М.: Интеграция, 2012. – 262 с.
- 5 Слабая экономика не дает ЕЦБ поднять ставки [Электронный ресурс] // Euronews. – Режим доступа: <<http://ru.euronews.com/2013/10/02/ecb-holds-rates-unchanged-not-perturbed-about-us-shutdown/>>. – Дата доступа: 22.01.2016.

УДК 005.336.2:338.246.02:334.012.64(476.2):353.2(476.2)

*Ю. П. Минкин*

### КОМПЕТЕНЦИЯ ИНСТИТУТОВ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ, ВХОДЯЩИХ В СИСТЕМУ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ

*В статье проводится анализ состояния развития малого предпринимательства Гомельской области за 2010–2014 гг. и дается оценка его вклада в развитие экономики области, изучается деятельность институтов местных органов власти по созданию благоприятных условий для развития малого предпринимательства, рассматриваются их задачи и функции.*

Вклад субъектов малого предпринимательства в развитие экономики Гомельской области постепенно увеличивается с каждым годом. Об этом свидетельствует анализ показателей развития малого бизнеса за 2010–2014 гг. (таблица 1) [1, с. 348].

Таблицы 1 – Динамика показателей развития малого предпринимательства Гомельской области за 2010–2014 гг.

Показатели	Годы				
	2010	2011	2012	2013	2014
Количество микро- и малых организаций на конец года, ед.	6 988	8 761	9 251	10 010	10 148
Количество индивидуальных предпринимателей, ед.	29 672	26 542	26 875	28 450	28 393
Средняя численность работников, тыс. чел.	70,8	71,0	69,9	74,6	73,5
Объем производства продукции (работ, услуг), млрд. руб.	2 721,3	4 833,9	8 400,0	11 827,7	13 307,9
Объем промышленного производства, млрд. руб.	904,0	1 748,5	2 944,5	3 589,3	3 632,1
Розничный товарооборот, млрд. руб.	1 596,6	2 768,6	4 752,9	6 556,1	8 175,7
Товарооборот общественного питания, млрд. руб.	79,2	135,5	227,7	333,8	444,8
Поступления в доходную часть бюджета, млрд.	661,0	927,8	1 291,9	1 796,8	2 086,0
Экспорт товаров, млн. долл. США	81,5	111,8	147,2	170,9	153,6
Импорт товаров, млн. долл. США	207,0	222,2	293,4	346,8	306,1

Так, по состоянию на 1 января 2015 года количество субъектов малого предпринимательства в целом по области составило 38 541 единицу, в том числе 10 148 микро- и малых предприятий и 28 393 индивидуальных предпринимателя. Последние годы явно выражена тенденция к росту числа микро- и малых предприятий Гомельской области, за пять последних лет их прирост составил 3 160 единиц, или 45,2 %. Увеличение численности субъектов малого предпринимательства обусловлено двумя основными факторами: деятельностью правительства по либерализации условий осуществления экономической деятельности, а также стимулирующими мерами, направленными на создание индивидуальными предпринимателями юридических лиц [2, с. 42].

Средняя численность работников микро- и малых предприятий Гомельской области в 2014 году составила 73,5 тыс. человек, что на 1,1 тыс. человек, или 1,5 %, меньше, чем в 2013 году. Вместе с тем, по сравнению с 2010 годом средняя численность работников субъектов малого предпринимательства возросла на 3,8 %.

Отраслевая структура малого предпринимательства Гомельской области неоднородна. Исходя из данных по удельному весу субъектов малого бизнеса в объеме промышленного производства, а также по товарообороту в торговле и общественном питании в регионе можно сказать, что наибольшая доля производства малого бизнеса приходится на торговлю и общественное питание (21,1 % и 22,7 % соответственно). Всего около 3 % промышленного производства по Гомельской области приходится на микро- и малые организации. Это связано с необходимостью больших вложений и недостаточностью капитала для развития данной отрасли.

В 2014 году субъектами малого предпринимательства Гомельской области произведено продукции (работ, услуг) на сумму 13 307,9 млрд. руб., что составляет 5,6 % от общего объема производства продукции (работ, услуг) по области. Объем промышленного производства составил 3 632,1 млрд. руб. и на 1,2 % превысил показатель прошлого года. Основной удельный вес в общем объеме промышленного производства субъектов малого предпринимательства Гомельской области занимает обрабатывающая промышленность (97,8 %). В ее составе преобладает металлургическое производство и производство готовых металлических изделий – 18,5 %, производство резиновых и пластмассовых изделий – 11,5 %, обработка древесины и производство изделий из дерева – 11,2 % [1, с. 348].

В доходную часть бюджета за 2014 год от деятельности субъектов малого предпринимательства поступило 2 511,5 млрд. руб. (в том числе от микро- и малых организаций – 2 086,0 млрд. руб., от индивидуальных предпринимателей – 425,5 млрд. руб.), что в фактических ценах на 1741,7 млрд. руб. или на 226,2 % больше, чем в 2010 году. Удельный вес поступлений микро- и малых организаций в бюджет Гомельской области по итогам 2014 года сократился по сравнению с 2010 годом на 4,1 % и составил 10,2 %, что связано с увеличением количества налоговых льгот, предоставляемых субъектам малого предпринимательства в последние годы [3].

В общем объеме экспорта товаров по Гомельской области доля субъектов малого предпринимательства на протяжении 2011 года падала с 3,0 % в 2010 года до 2,3 % в 2011 года. По итогам 2014 года она составила 3,3 % (2013 год – 3,5 %). Полученные результаты экспортной деятельности малого бизнеса объясняются низкой конкурентоспособностью отечественной продукции и невысокой деловой активностью в экономиках западноевропейских стран, а также России и Украины – наших соседей и традиционных торговых партнеров [1, с. 348].

В общем объеме импорта доля субъектов малого предпринимательства в 2014 году установилась на уровне 7,2 %. В денежном выражении импорт товаров составил 306,1 млн. долл. США и увеличился по сравнению с 2010 годом на 47,9 %. Однако по сравнению с 2013 годом объем импорта сократился на 40,7 млн. долл. США или на 11,7 %, что связано с увеличением объема производства импортозамещающей продукции.

В итоге отрицательное сальдо внешней торговли товарами сложилось на уровне 152,5 млн. долл. США, что свидетельствует об оттоке капитала из страны [1, с. 348].

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на положительную динамику большинства показателей, субъекты малого предпринимательства все же сталкиваются с немалым количеством трудностей, преодолению которых должна способствовать эффективная поддержка, в первую очередь, со стороны местных органов.

На рисунке 1 представлены институты поддержки малого предпринимательства, входящие в систему местных органов власти.

Основным институтом в системе местных исполнительных и распорядительных органов, ответственным за активизацию развития малого предпринимательства в регионе, является отдел предпринимательства комитета экономики Гомельского облисполкома.



Рисунок 1 – Институты поддержки малого предпринимательства на уровне местной власти в Гомельской области

Отдел предпринимательства организует исполнение мер по реализации государственной политики в сфере стимулирования развития малого предпринимательства в Гомельской области, координирует деятельность в этой сфере других областных органов государственного управления. Он осуществляет свою деятельность во взаимодействии с отделами комитета экономики, другими комитетами и управлениями облисполкома, гор(рай)исполкомами, Департаментом по предпринимательству Министерства экономики Республики Беларусь, другими республиканскими органами государственного управления, а также общественными объединениями предпринимателей Гомельской области.

Отдел предпринимательства осуществляет следующие функции в сфере стимулирования развития малого предпринимательства:

- обеспечивает организацию исполнения ежегодных Мероприятий по государственной поддержке малого предпринимательства в Гомельской области, координирует и анализирует их выполнение;

- рассматривает проекты нормативных правовых актов в области налогообложения, совершенствования порядка государственной регистрации, лицензирования деятельности и сертификации продукции субъектов предпринимательства, совершенствования системы финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства, в установленном порядке готовит по ним заключения и при необходимости вносит предложения;

- разрабатывает меры по совершенствованию механизмов реализации государственной политики в сфере развития предпринимательства, включая содействие в формировании инфраструктуры поддержки и развития предпринимательства в Гомельской области;

- осуществляет взаимодействие с финансовыми органами, учреждениями банков, предпринимательскими структурами по вопросам эффективного использования государственных средств, направляемых на поддержку и развитие предпринимательства в области;

- осуществляет систематический контроль за ходом выполнения республиканских, областных и других программ и документов, касающихся вопросов поддержки и развития предпринимательского сектора экономики;

- организует проведение семинаров, конференций и других мероприятий по вопросам поддержки и развития малого предпринимательства в Гомельской области;

- организует подведение итогов и проведение торжественной церемонии награждения победителей и лауреатов ежегодного конкурса «Лучший предприниматель Гомельской области»;

- осуществляет иные полномочия в установленном порядке [3].

При Гомельском облисполкоме работает Совет содействия развитию малого бизнеса, целью которого является выработка рекомендаций по комплексной государственной поддержке и развитию субъектов предпринимательской деятельности в целях структурной перестройки экономики, формирования конкурентных отношений, создания новых рабочих мест и координации деятельности общественных объединений предпринимателей. В состав Совета входят представители местной исполнительной власти, общественных организаций, центров поддержки предпринимательства, предприниматели. Основными задачами Совета являются:

- подготовка предложений по определению приоритетных направлений развития предпринимательства и его поддержке; совершенствованию системы налогообложения субъектов предпринимательства;

- участие в разработке областной, городских и районных программ развития и поддержки предпринимательства;

- рассмотрение законодательных и других нормативных актов, направленных на стимулирование и развитие предпринимательской деятельности и разработка предложений по их совершенствованию;

- содействие участию предпринимательских структур в конкурсных отборах на получение и выполнение государственных заказов;

- участие в организации проведения конкурсов, аукционов, выставок, ярмарок продукции (работ, услуг) субъектов предпринимательства в области;

- оперативное рассмотрение и разработка предложений по устранению правовых, административных, экономических, организационных и других препятствий в вопросах создания и развития субъектов предпринимательства;

- анализ прогнозируемых оценок последствий реализации решений органов государственного управления, затрагивающих вопросы предпринимательства;

- участие в формировании организационной, информационной, научно-технической системы обеспечения и поддержки предпринимательства [3].

В Гомельском горисполкоме основным структурным подразделением, занимающимся вопросами развития малого предпринимательства, выступает отдел предпринимательства управления экономики. Отдел предпринимательства занимается регистрацией, перерегистрацией и ликвидацией юридических лиц, а также проводит работу по поддержке и развитию предпринимательства в городе Гомеле [4].

При райисполкомах работают отделы экономики, деятельность которых направлена, в том числе, и на поддержку и развитие предпринимательства в своем районе. Все райисполкомы занимаются вопросами регистрации и ликвидации индивидуальных предпринимателей, выдачи лицензий, оказания организационной и консультационной помощи индивидуальным предпринимателям, а также анализом их деятельности.

Кроме того, в каждом райисполкоме Гомельской области созданы комиссии по развитию предпринимательства и организации новых производств, на заседаниях которых рассматриваются вопросы улучшения условий осуществления производственной деятельности, определения стратегических направлений в организации новых производств, оперативное решение проблемных вопросов.

Подводя итог, нужно отметить, что осуществляя свои полномочия, местные органы власти оказывают существенное влияние на развитие малого предпринимательства в регионе. При этом не следует рассматривать их в отдельности. Указанные институты функционируют на разных уровнях, дополняют друг друга и тем самым оказывают больший эффект на малый бизнес. Таким образом, только их совместная, согласованная деятельность будет способствовать решению возникающих проблем и эффективному развитию малого предпринимательства в Гомельской области.

### Литература

1 Статистический ежегодник Гомельской области 2015: стат. сб. // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь; редкол.: В. В. Перников (председатель редкол.) [и др.]. – Гомель, 2015. – 470 с.

2 Слонимский, А. А. Малое предпринимательство: кризисные последствия и антикризисные меры / А. А. Слонимский, М. А. Слонимская // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Респ. Беларусь. – 2010. – № 3. – С. 40–47.

3 Официальный портал Гомельского облисполкома [Электронный ресурс] / Гомельский обл. исполнительный комитет. – Гомель, 2016. – URL: <http://www.gomel-region.gov.by> (дата обращения: 23.04.2016).

4 Официальный сайт Гомельского городского исполнительного комитета [Электронный ресурс] / Гомельский гор. исполнительный комитет. – Гомель, 2016. – URL: <http://www.gorod.gomel.by> (дата обращения: 24.04.2016).

УДК 336.748.2 (476)

*И. Ю. Мисевич*

### **ИНФЛЯЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ДИНАМИКА, ПОСЛЕДСТВИЯ, ПУТИ СНИЖЕНИЯ**

*Экономическое развитие современного общества отличается наличием инфляционных процессов в экономике большинства стран мира. В данной статье рассматривается динамика уровня инфляции в Республике Беларусь в XXI веке, ее воздействие на экономику, а также пути снижения. Сделан вывод о необходимости снижения инфляции для стимулирования инновационного развития экономики Республики Беларусь с использованием комплекса мер монетарной, бюджетной, антимонопольной и ценовой политики.*

С переходом Республики Беларусь к рыночной экономике инфляционные процессы стали неотъемлемым её атрибутом. Известно, что инфляция негативно влияет на развитие хозяйственных связей, ухудшает условия ведения бизнеса, сложнее становится планировать хозяйственную деятельность, рассчитывать эффективность сделок или использования ресурсов. На начальном этапе инфляционные процессы можно было объяснить сложностями перехода экономики к рынку, разрывом технологических связей, существовавших в рамках СССР, отсутствием собственного опыта денежно-кредитного регулирования. Однако и в дальнейшем сохранялись высокие темпы её роста. В 2016 году Республика Беларусь занимает 17 место по уровню инфляции в мире.

На рисунке 1 представлена динамика инфляции в Республике Беларусь за шестнадцатилетний период.

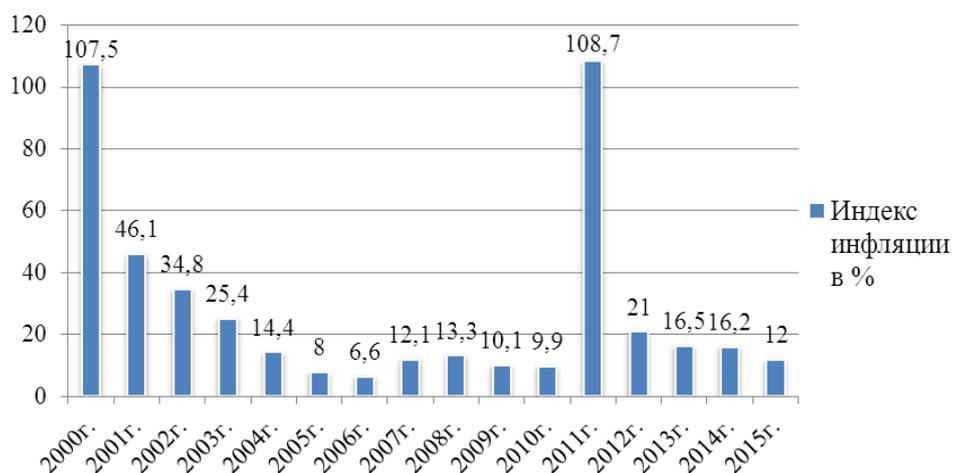


Рисунок 1 – Динамика годовой инфляции в период 2000–2015 гг. в Беларуси

Как видно из данных, представленных на рисунке 1, инфляция в начале XXI века в Республике Беларусь отличается колебаниями её значений. Так, темпы инфляции, начиная с 2000 года, снижались и на протяжении 2006–2010 гг. оставались приемлемыми. Воздействие мирового финансового кризиса 2008–2009 гг. не привело к значительному ускорению инфляции. Так, по итогам 2010 г. потребительские цены в республике выросли на 9,9 %. Валютный кризис 2011 г. обусловил резкое ускорение инфляционных процессов: индекс потребительских цен (ИПЦ) вырос до 208,7 %, цены производителей промышленной продукции увеличились в 2,5 раза. На протяжении 2012–2014 гг. инфляция в республике постепенно снижалась и в 2015 г. составила 12 %. В обозначенный период максимальный уровень инфляции пришелся на 2011 год – 108,7 %, минимальный – на 2006 год (6,6 %). Инфляционные процессы негативно влияют на экономику, и, как следствие, на социальную сферу.

Как видно по данным, представленным на рисунке 2, на протяжении последнего десятилетия потребительские цены опережали рост валового внутреннего продукта (ВВП). По мнению многих специалистов, в дальнейшем, правительству необходимо будет сделать выбор, либо поддержание высоких темпов экономического роста и увеличение инфляционного потенциала, либо сдерживание инфляции и умеренный экономический рост.

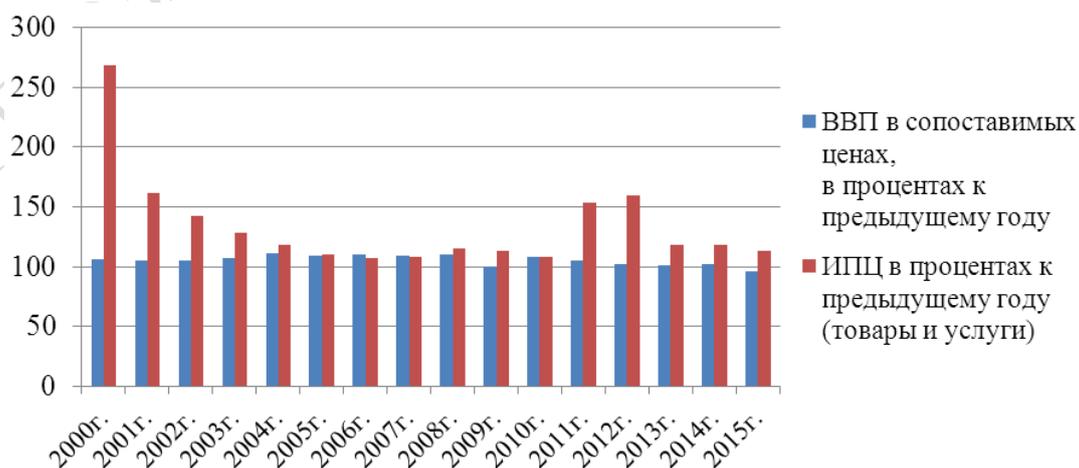


Рисунок 2 – Динамика ВВП и ИПЦ в Республике Беларусь в 2000–2015 гг.

Нарастание инфляционных процессов снизило число платежеспособных предприятий, возросло количество убыточных организаций, снизилась инвестиционная активность в экономике. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, по состоянию на начало 2016 года около половины промышленных предприятий Беларуси являются убыточными. Нерентабельными признаны 809 организаций (47,8 %). Для сравнения, в прошлом году их было 775 (или 45,8 %). Что касается чистого убытка на одну организацию, то по сравнению с 2015 годом он снизился с 38,9 млрд. до 23,8 млрд. руб. Относительно рентабельности, то она снизилась с 8,9 % до 6,8 % для продаж и с 11,4 % до 8,4 % для продукции.

В январе 2016 года большинство видов экономической деятельности были убыточными. Под наибольшим ударом оказались те виды деятельности, которые имели высокий уровень задолженности по кредитам и займам в иностранной валюте и зависели от контрактов с внешними контрагентами. Напротив, виды деятельности и отрасли промышленности, слабо связанные с внешним рынком, сумели улучшить конечный финансовый результат в рублевом выражении.

Если рассмотреть социальную сферу, то инфляция влияет на доходы, а также на объём и структуру расходов населения. Заработная плата является основным источником дохода белорусских граждан. В общем объёме денежных доходов оплата труда занимает 61,3 %, доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход – 8,2 %, трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии и другие трансферты населению) – 23,1 %, доходы от собственности и прочие доходы – 7,4 %. Очевидно, что в таких условиях динамика уровня жизни населения во многом определяется именно динамикой заработной платы. Динамика среднемесячной заработной платы в Беларуси с января 2014 года по аналогичный период 2016 года представлена на рисунках 3, 4.

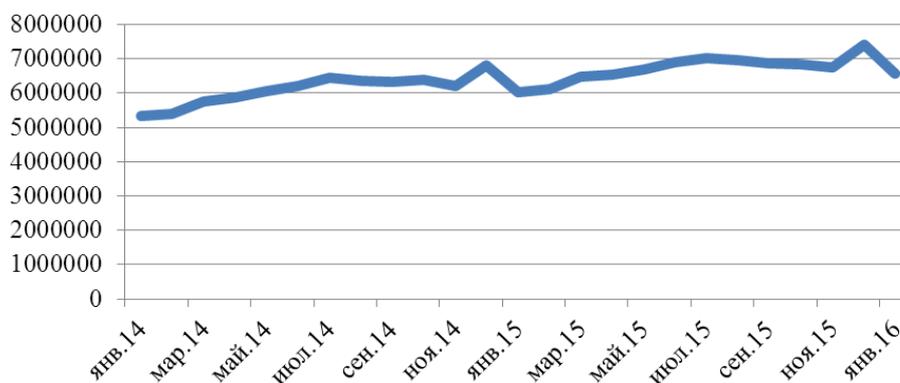


Рисунок 3 – Динамика средней зарплаты в Республике Беларусь по месяцам в белорусских рублях за январь 2014–2016 гг. [2]

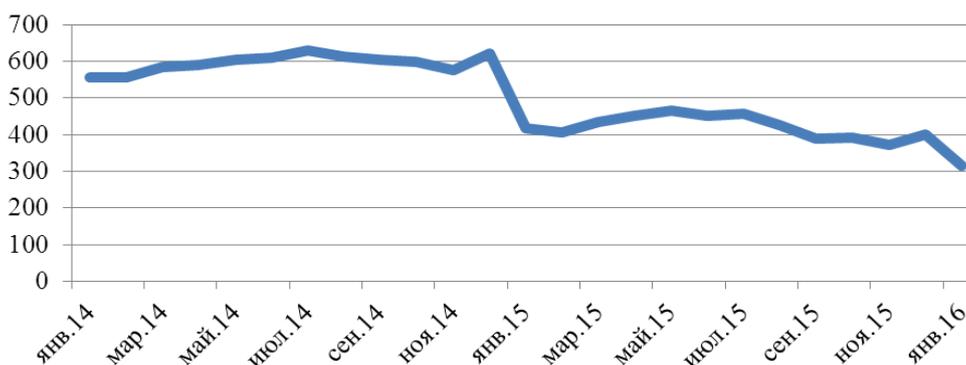


Рисунок 4 – Динамика среднемесячной заработной платы в Республике Беларусь за 2014–2016 годы в долларах США [2]

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, начисленная средняя заработная плата работников в январе 2016 года достигла 6 551 585 руб. и в сравнении с январем 2015 года (6 023 213 руб.) повысилась на 8,7 %, или на 528 372 руб.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, начисленная среднемесячная заработная плата работников в долларах США в январе 2016 года достигла 314,6 долл. США и в сравнении с январем 2015 года (418,9 долл. США) снизилась на 33,2 %, или на 104,3 долл. США. На рисунке 3 видно, что, для среднемесячной зарплаты белорусов с января 2014 года по январь 2016 года выраженной в национальной валюте, можно обозначить тенденцию общего роста. В свою очередь, график на рисунке 4, где данный параметр выражен в долларах США, показывает обратную тенденцию уменьшения заработной платы с коротким периодом роста с января по июль 2014 года. Напрашивается вывод о том, что реальная покупательская способность населения падала, несмотря на рост среднемесячной зарплаты в белорусских рублях. Это одно из самых важных негативных последствий инфляции для населения.

Показателем, характеризующим уровень инфляции, является индекс потребительских цен (ИПЦ) – изменение во времени стоимости фиксированного набора (корзины) товаров и услуг, фактически потребляемых населением. В ее состав включаются важнейшие статьи расходов: продукты питания, жилье, одежда, транспортные издержки, расходы на медицинские и образовательные услуги. Индекс потребительских цен, публикуемый службой государственной статистики, характеризует собой индикатор инфляции в стране. За базовый период отбирается предыдущий месяц, либо последний месяц ушедшего года.

В свою очередь, изменение индикатора происходит под влиянием таких показателей, как количество денег в обращении и цены на промышленные товары и импорт.

На рисунке 5 видно, что индекс потребительских цен в Беларуси в январе 2016 года составил 101,6 %. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в январе текущего года цены на продовольственные товары выросли на 1,5 %, на непродовольственные товары – на 1,2 %, на услуги – на 4,0 %. Базовый индекс потребительских цен, исключая изменения цен на отдельные товары и услуги, подверженные влиянию факторов административного и сезонного характера, в январе 2016 года составил 101,5 %.

Следует отметить, что на фоне девальвационных процессов и отмены регулирования цен Министерством торговли на ряд социально значимых товаров официальная январская инфляция является сравнительно небольшой.

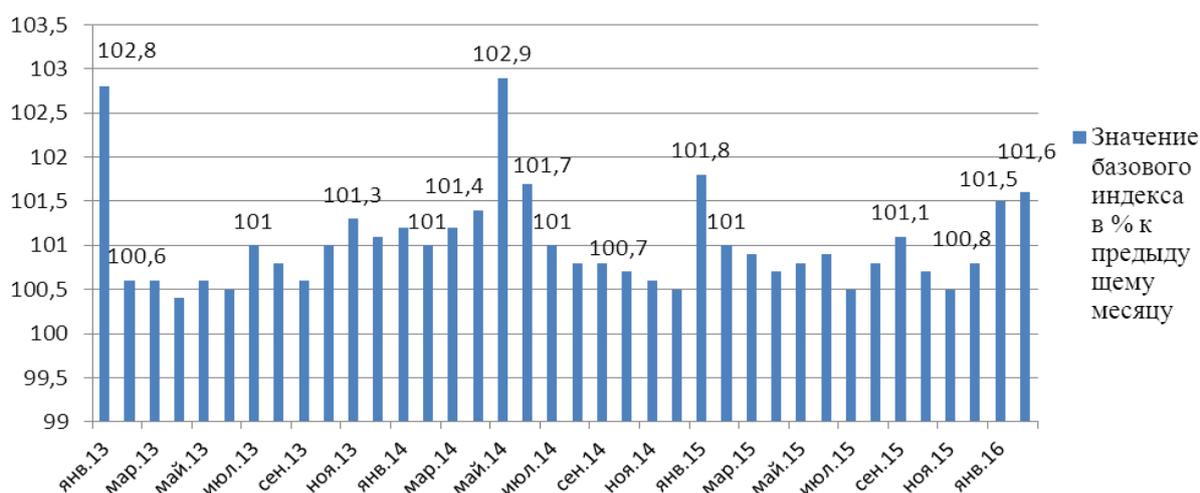


Рисунок 5 – Динамика базового ИПЦ по Республике Беларусь за 2013–2016 гг.

На инфляцию оказывает влияние ряд внутренних и внешних факторов. К внутренним факторам, влияющим на инфляционные процессы в нашей стране можно отнести: чрезмерную эмиссию денег в наличной и безналичной форме; рост внешнего долга и неэффективное использование инвестиций; инфляционные ожидания, когда население планирует свое поведение в ожидании дальнейшего роста цен, приобретая товары сверх текущих потребностей, тем самым повышая спрос на них, который, в свою очередь, стимулирует предложение, что подстегивает рост цен.

К внешним факторам, в нашем случае, можно отнести: рост цен на экономические ресурсы (нефть, газ, металл и др.), высокий уровень долларизации экономики (так называемая импортируемая инфляция, вызываемая повышением цен за рубежом или снижением курса национальной валюты), высокая зависимость экономики от импорта, дефицит платежного баланса.

Финансирование убыточных предприятий из государственного бюджета и банковской системы, неплатежи и дефицит оборотных средств у предприятий в реальном секторе экономики создают постоянный спрос на финансовые ресурсы. Правительство, тем самым, поддерживает неэффективное хозяйствование этих предприятий.

Таким образом, инфляционные процессы по большей части негативно влияют на социально-экономическое положение страны. На наш взгляд, антиинфляционная политика должна содержать меры как компенсационного, так и предупредительного характера. В этом случае удастся смягчить негативные последствия, вызванные инфляцией, и, с другой стороны, предотвратить ускорение ее темпов.

Антиинфляционная стратегия Правительства РБ предусматривает целый комплекс долгосрочных мер монетарной, бюджетной, антимонопольной и ценовой политики, которые должны оптимизировать денежное предложение, способствовать перераспределению расходов и регулированию доходов.

Среди мероприятий денежно-кредитной политики указано снижение финансирования государственных программ и мероприятий с 44,2 трлн. руб. в 2015 г. до 42 трлн. руб. в 2016 г. Также планируется поддержание положительных в реальном выражении ставок денежного рынка, проведение денежно-кредитной политики в режиме монетарного таргетирования, поддержка сбалансированной ситуации на внутреннем валютном рынке, в том числе за счет осуществления гибкой курсовой политики, а также обеспечение сбалансированных темпов роста широкой денежной массы.

В заключение хотелось бы отметить, что инфляция возникает на основе хозяйственной деятельности людей и может быть преодолена посредством экономических мер. Белорусской экономике для обеспечения инновационного развития необходимо преодолеть инфляцию, снизив ее до умеренного уровня.

### **Литература**

1 Статистика. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 17.04.2016).

**УДК 332.855**

***М. В. Митько***

### **АРЕНДНОЕ ЖИЛЬЁ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

*В статье рассмотрены законодательные основы предоставления арендного жилья в Республике Беларусь. Произведен расчет стоимости арендного жилья в различных*

*городах Беларуси, которую ежемесячно должен выплачивать арендатор. Особое внимание уделено вопросам строительства и распределения арендного жилья в Гомельской области. Подробно рассмотрен фонд арендного жилья и его заселенность по различным районам г. Гомеля.*

Вопрос с жильем у большинства жителей Беларуси стоит довольно остро. При средней рыночной стоимости съемной однокомнатной квартиры в 200 долл. США без коммунальных услуг позволить ее себе может также далеко не каждый. Чтобы решить эту проблему государство приняло ряд мер. Так, в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 08 ноября 2011 года № 512 «О некоторых вопросах использования государственного жилищного фонда» белорусам начали давать в аренду жилье из жилищного фонда, который постоянно расширяется.

В Указе Президента № 512, четко сказано, что получить арендные квартиры могут абсолютно все граждане Республики Беларусь, но некоторые категории граждан имеют преимущества:

- молодые специалисты, обучавшиеся за счет средств бюджета, и иные категории граждан, не имеющих жилья по месту работы или службы;
- граждане, нуждающиеся в улучшении жилищных условий и состоящие в очереди на улучшение жилищных условий.

При отсутствии заявлений на получение социальных арендных квартир от вышеперечисленных категорий арендное жилье распределяется между остальными гражданами Беларуси, подавшими соответствующие заявления.

Для того чтобы подать заявление на получение арендного жилья, необходимо обратиться в службу «одно окно» администрации района. При себе необходимо иметь только паспорт или иной документ, удостоверяющий личность. Далее уже администрация района будет рассматривать все поступившие к ним заявления, и решать кому же достанется жилье. Максимальный срок рассмотрения заявления – 1 месяц. В случае если гражданин попадает в список тех, кому досталась государственная арендная квартира, ему будет выслано почтовое уведомление.

В целях эффективного заселения фонда жилых помещений коммерческого использования с соблюдением интересов граждан, состоящих на учёте и нуждающихся в улучшении жилищных условий, установлено ограничение в доле жилых помещений, предназначенных для первоочередного предоставления на период трудовых (служебных) отношений, – не более 30 % от общего количества незаселённых жилых помещений коммерческого использования коммунального жилищного фонда. Кроме того, 10 % от общего количества незаселённых жилых помещений коммерческого использования предназначены для военнослужащих. Оставшиеся 60 % жилых помещений коммерческого использования либо невостребованные жилые помещения из числа предназначенных для первоочередного предоставления гражданам распределяются в общем порядке гражданам, состоящим на учёте нуждающихся в улучшении жилищных условий исходя из даты постановки на него. При отсутствии граждан, состоящих на учёте, жилые помещения коммерческого использования предоставляются не нуждающимся в улучшении жилищных условий по дате подачи соответствующего заявления о предоставлении жилого помещения.

Максимальный срок договора найма на жилье от государства – 5 лет. Если добросовестно исполнялись условия договора найма, вовремя производилась оплата, не создавалось проблем соседям, то граждане имеют большое преимущество на аренду этого же жилья на новый срок. Но этот факт не относится к тем, кто получил квартиру на время трудовых отношений.

Однако существуют случаи, когда арендаторов могут выселить из арендной квартиры без предоставления альтернативного жилья:

- наличие задолженности в размере двух месяцев и более за пользование арендным жильем или неуплата за коммунальные платежи без уважительной причины;

- прекращение трудовых отношений с организацией, которая предоставляла вам арендное жилье;
- окончание срока договора найма;
- сдача арендного помещения в наем третьим лицам;
- порча жилого помещения;
- иные действия, создающие проблемы другим жильцам.

Еще одним очень важным моментом является то, что заявления на получение арендного жилья принимаются в течение 15 дней с момента публикации информации на сайтах администрации районов вашего города или области. Это касается как арендных домов-новостроек, так и уже имеющихся в фонде.

На основании Указа № 512 предоставление жилых помещений производится местными исполнительными и распорядительными органами в порядке очередности исходя из даты постановки на учет нуждающихся в улучшении жилищных условий граждан. Те люди, которые получили арендное жилье после 1.04.2014 г. автоматически будут сняты с очереди по улучшению жилищных условий. Так как на основании указа Президента Республики Беларусь № 563, получение арендной квартиры считается улучшением жилищных условий. Тот, кто заселился в арендные дома до 1 апреля, с очереди сниматься не будет. Однако если существует нуждаемость лиц, которые получили арендное жилье, т. е. менее 15 м<sup>2</sup> на человека, то с учета нуждающихся не снимают.

Расширению фонда арендного жилья отводится приоритетная позиция. Была поставлена задача – к концу 2015 года построить не менее 1 млн. м<sup>2</sup> арендных квартир по всей стране. В 2016 году в регионе введут в эксплуатацию 17,7 тыс. м<sup>2</sup> арендного жилья. В феврале окончено строительство арендного дома в г. Рогачеве, в мае – в г. Гомеле. По одному арендному дому в текущем году появится в г. Речица и г. Лоеве. В поселке Большевик возведут 30-квартирный дом для переселенцев из ветхого жилья. 9,7 тыс. м<sup>2</sup> жилья планируется построить для специалистов, проживающих на пострадавших в результате аварии на ЧАЭС территориях: Брагинском, Ветковском, Кормянском, Наровлянском, Хойникском, Чечерском районе.

Строительство арендных домов также ведется в г. Гомеле и других городах области. Так, например, первым государственным арендным домом в Гомельской области стал дом, построенный в г. Мозыре. На данный момент он практически весь заселен.

Первый государственный арендный дом в г. Гомеле был построен в 16 микрорайоне. В нем всего 60 квартир: 20 двухкомнатных и 40 однокомнатных. Квартиры уже нашли своих счастливых обладателей. Ими стали те, кто нуждался в улучшении жилищных условий и стоявшие в очереди из далеких 80-х.

Строительство собственного фонда арендных квартир для Беларуси довольно молодая идея. В то время как европейские развитые страны заняты решением этого вопроса не один десяток лет. Так, например, доля арендного жилья Германии составляет более 60 % от всего жилого фонда страны. В Швеции государственные арендные квартиры составляют 57 % жилого фонда, а в Дании – 44 %.

Стоимость арендного жилья в Республике Беларусь определяется исходя из:

- размера базовой величины – 210 000 руб.;
- размера базовой ставки за пользование жильем – 0,2 базовой величины;
- коэффициента, рассчитываемого для каждой области [1].

Также нужно учесть, что за каждый отсутствующий вид инженерной системы (отопление, горячая вода и т. д.) размер коэффициента уменьшается на 10 %.

Для примера рассчитаем ежемесячную стоимость государственной арендной квартиры общей площадью 50 м<sup>2</sup> в различных городах Беларуси:

- в г. Могилеве – 1 680 тыс. руб. (210 000 × 0,2 × 50 × 0,8);
- в г. Минске по ул. Немига – 3 150 тыс. руб. (210 000 × 0,2 × 50 × 1,5);
- в г. Гомеле – 2 100 тыс. руб. (210 000 × 0,2 × 50 × 1);
- в г. Витебске – 1 260 тыс. руб. (210 000 × 0,2 × 50 × 0,6);

- в г. Бресте – 1 575 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,75$ );
- в г. Гродно – 1 575 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,75$ );
- в г. Мозыре – 1 260 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,6$ );
- в г. Светлогорске – 1 260 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,6$ );
- в г. Речице – 1 260 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,6$ );
- в г. Жлобине – 1 260 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,6$ ).

В районных центрах с численностью с численностью населения более 5 тыс. чел. стоимость составит 420 тыс. руб. ( $210\,000 \times 0,2 \times 50 \times 0,2$ ).

При определении платы для граждан, имеющих внеочередное право на получение арендного жилья на время трудовых или служебных отношений, а также для граждан, не приватизировавших жилье до 1 июля 2016 года, дополнительно применяется понижающий коэффициент 0,1 (для г. Минска – 0,2, для населенных пунктов Гомельской области с населением не больше 5 тыс. чел. – 0,08).

Указанные коэффициенты для граждан, получивших арендное жилье на время работы, применяются только в пределах 20 м<sup>2</sup> на одного человека. Оставшаяся площадь оплачивается без коэффициентов. В стоимость не входит оплата жилищно-коммунальных услуг. Они оплачиваются арендаторами отдельно согласно действующим тарифам.

Рассмотрим свободное арендное жилье в различных районах г. Гомеля (таблицы 1–3) [2, 3, 4].

Таблица 1 – Свободное арендное жилье на территории администрации Центрального района г. Гомеля

Адрес	Номер дома	Номер квартиры	Количество комнат	Площадь, кв. м	Стоимость, тыс. руб.
Улица Головацкого	109д	59	3	44,3	1 860,6

Таблица 2 – Свободное арендное жилье на территории администрации Советского района г. Гомеля

Адрес	Номер дома	Номер корпуса	Номер квартиры	Площадь, кв. м	Стоимость, тыс. руб.
Проспект Октября	53	–	36А	29,61	1 243,62
Проспект Речицкий	62	2	41А	37,04	1 555,68

Таблица 3 – Свободное арендное жилье на территории администрации Железнодорожного района г. Гомеля

Адрес	Номер дома	Номер квартиры	Количество комнат	Площадь, кв. м	Стоимость, тыс. руб.
Улица Старочерниговская	5	16А	1	24,3	1 020,6

На территории Центрального района имеется 1 свободное социальное арендное жилье по ул. Головацкого площадью 44,3 м<sup>2</sup> (таблица 1). На территории Советского района имеются 2 арендные квартиры общей площадью 29,61 и 37,04 м<sup>2</sup> (таблица 2). В Железнодорожном районе есть социальное арендное жилье на улице Старочерниговской общей площадью 24,3 м<sup>2</sup> (таблица 3).

Информация об арендном жилье в Новобелицком районе г. Гомеля представлена в таблицах 4, 5 [5].

Таблица 4 – Предоставленное арендное жилье администрацией  
Новобелицкого района г. Гомеля

Адрес	Номер дома	Номер квартиры	Количество комнат	Ф.И.О.	Дата постановки
Улица Белицкая	1	104	2	С. В. Таболич	Прокурорский работник
Улица Белицкая	1	133	1	И. О. Евтушенко	Молодой специалист
Улица Кристалловская	40	32	2	Е. Н. Гозина	06.01.2007
Улица Головачева	4	14	2	Ю. И. Надырова	29.08.2009
Улица Ильича	270 к. 1	13	2	Л. В. Юрьева	20.09.2006

Таблица 5 – Свободное арендное жилье на территории  
Новобелицкого района г. Гомеля

Адрес	Номер дома	Номер квартиры	Количество комнат	Площадь, кв. м	Этаж
Улица Кристалловская	40	70	1	42,4	8

Администрацией Новобелицкого района предоставлено 5 арендных квартир, из них 4 – двухкомнатных и 1 – однокомнатная (таблица 4). Также имеется свободное арендное жилье по ул. Кристалловская общей площадью 42,4 м<sup>2</sup> (таблица 5).

Таким образом, в Республике Беларусь государственное арендное жилье достаточно новое направление, которое развивается быстрыми темпами. Оно востребовано различными категориями граждан и является альтернативой покупки (строительства) жилых помещений.

### Литература

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2016. – URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 23.04.2016).

2 Официальный сайт администрации Центрального района г. Гомеля [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.cenadm.gov.by> (дата обращения: 15.04.2016).

3 Официальный сайт администрации Советского района г. Гомеля [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.sovadmin.gov.by> (дата обращения: 20.04.2016).

4 Официальный сайт администрации Железнодорожного района г. Гомеля [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.arg.gov.by> (дата обращения: 15.04.2016).

5 Официальный сайт администрации Советского района г. Гомеля [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.novobeladmin.gomel.by> (дата обращения: 23.04.2016).

УДК 657.372

*К. Д. Можеева*

### СРАВНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

*В статье рассмотрены подходы к определению прибыли во взаимосвязи с основными концепциями бухгалтерского учета. Особое внимание уделено финансовым результатам согласно статической и динамической балансовой теории. Сравниваются показатели прибыли, исчисленной в соответствии с разными подходами, и выявляются факторы, обуславливающие различия в значениях данных показателей.*

Экономическая эффективность работы любой организации, в конечном счете, определяется величиной прибыли. На практике иногда предприниматели руководствуются и такими критериями, как максимальное расширение продаж, убытки ради социальных целей и т. п. Однако решающей целью все же остается прибыль.

Экономисты выдвинули множество часто взаимоисключающих теорий, которые объясняют, что такое прибыль. Но ее подлинная величина известна только бухгалтеру, так как только он, делая выбор из множества методологических проблем, которые предопределяют учетную политику, в конечном счете, говорит, сколько составляет прибыль или убыток организации.

Так что же такое прибыль? Отвечая на данный вопрос, следует обратиться к истории бухгалтерского учета, так как она знает три возможных варианта ответа на данный вопрос:

- 1 Прибыль – это прирост чистых активов. Обозначим данный показатель P1.
- 2 Прибыль – это прирост рыночной капитализации хозяйствующего субъекта (показатель P2).
- 3 Прибыль – это разность между доходами и расходами организации. В данном случае речь идет о показателе P3.

Логически все три варианта исчисления прибыли рациональны, однако все дело в том, что они приводят к разным результатам [1].

Первое определение восходит к статической теории учета. Она начала применяться первой, что объясняется ее относительной простотой и доступностью. Данная методика исходит из той предпосылки, что любое предприятие может быть рассмотрено как имущественный комплекс, имеющий стоимость. Финансовый результат может быть исчислен за любой период времени (в первоначальном варианте – с момента образования предприятия по момент его ликвидации).

Статический бухгалтерский учет, как отмечает профессор Жак Ришар, – это учет, основной целью которого является определение того, позволит ли реализация (продажа) всех активов предпринимателя на данный момент получить сумму, необходимую для оплаты его кредиторской задолженности. Данная теория базируется, как правило, на оценке активов и пассивов по справедливой стоимости [2].

Справедливая стоимость – это денежная сумма, которую можно получить в обмен на данный актив или сумма обязательств, которую можно погасить в результате сделки между независимыми сторонами, хорошо знающими реальные условия такого обмена. Иными словами, справедливая стоимость – это рыночная цена или рыночная оценка данной сделки.

На первый взгляд кажется, что данный подход к определению финансового результата заключается в измерении стоимости имущества организации. Однако, если происходит прирост имущества, это не всегда показывает, что организация получила прибыль. К примеру, взяли деньги в долг, товары в кредит, имущество в аренду или лизинг, не заплатили заработную плату – активы выросли, но это не значит, что организация получила прибыль. Прибылью будет считаться только прирост его собственных средств, свободных от обязательств, т. е. чистых активов или собственного капитала. Пример исчисления такой прибыли показан на рисунке 1. Здесь изображена схема баланса организации на начальную и отчетную дату. Даже визуально видно, что собственный капитал во втором случае больше, чем в первом. Прирост собственного капитала и является финансовым результатом.

В данном случае прибыль не всегда является свидетельством эффективности деятельности организации. Пример подобной прибыли привел профессор Я. В. Соколов: стоимость имущества возросла вследствие роста цен. Купили станок за 100 000 рублей, а теперь такие станки стоят 140 000 руб. В этом случае прибыль составила 40 000 руб.

При второй трактовке, по мнению Я. В. Соколова, прибыль должна определяться не приростом стоимости отдельных видов собственных средств организации, а приростом стоимости самой организации. В рыночной экономике каждая организация может

быть предметом купли-продажи и иметь свою цену. Рост данной цены и есть подлинная прибыль организации, которую называют рыночной капитализацией.



$$\text{Прибыль} = \text{Капитал 2} - \text{Капитал 1}$$

Рисунок 1 – Пример исчисления прибыли согласно статической теории

При этом стоимость организации далеко не всегда совпадает со стоимостью ее чистых активов. Разность между рыночной стоимостью компании и ее «балансовой оценкой» (то есть чистыми активами) составляет подлинный гудвил [1].

Третье определение прибыли восходит к динамической теории учета. Данная теория определяет прибыль организации как разность между доходами и расходами организации. Она основывается на динамической балансовой теории, которая имеет экономический характер и рассматривает предприятие как комплекс инвестиций, стоимость которых может быть оценена через уровень ожидаемых доходов. Динамическая концепция определения финансовых результатов используется во всем мире, с некоторыми различиями в классификации доходов и расходов. В Республике Беларусь применяется именно такой подход, а доходы и расходы организации классифицируются по видам деятельности:

- доходы и расходы по текущей деятельности;
- доходы и расходы по инвестиционной деятельности;
- доходы и расходы по финансовой деятельности [3].

Данная прибыль создается трудом лиц, занятых в организации, а не в результате конъюнктурных колебаний.

Сравним между собой данные показатели прибыли. За счет чего возможны различия в их оценке?

Сравниваем P1 и P2 (прирост собственного капитала и рост рыночной стоимости компании). Если  $P1 > P2$ , то прирост чистых активов организации больше, чем ее рыночная капитализация. Следовательно, стоимость имущества организации растет, а рыночная стоимость самой компании отстает в росте. Значит, активы используются недостаточно, или приобретаются не те активы, которые способствуют расцвету компании и росту ее акций. Но если  $P1 < P2$ , то можно сделать вывод, что эффект от работы организации превосходит рост балансовой стоимости ее активов.

Сравниваем P2 и P3 (прирост рыночной капитализации компании и разницу между доходами и расходами). Если  $P2 > P3$ , то у организации существуют скрытые резервы. Однако если  $P2 < P3$ , то можно предположить, что прибыль организации существенно завышена [1]. Рыночную стоимость организаций оценить в наших условиях трудно. Данный показатель обычно используют, если акции компаний котируются на бирже.

Сравниваем P1 и P3 (прирост собственного капитала и разницу между доходами и расходами). Это показатели финансовых результатов согласно статической и динамической теории учета. Если  $P1 > P3$ , то разница между ними создается за счет роста рыночной конъюнктуры, а не за счет усилий персонала. На отечественных предприятиях это – результат переоценки основных средств. Разница между показателями прибыли P1 и P3 составляет результаты переоценки долгосрочных активов. Но если  $P3 > P1$ ,

то можно сказать, что эта разность представляет заслугу работников организации и свидетельствует об эффективности деятельности. Результаты переоценки не связаны с эффективностью деятельности организации, однако на них влияет инвестиционная политика организации, т. е. какие долгосрочные активы приобретает или строит организация. При неудачном приобретении основных средств организация может не избежать потерь от обесценения данных активов.

На первый взгляд, прибыль по правилам динамической теории – это показатель прибыли, рассчитанный в организациях Республики Беларусь по инструкции № 102 [3]. А показатель P1 – это наш показатель «совокупная прибыль», который включает в себя чистую прибыль организации и результаты переоценки долгосрочных активов, не включаемых в чистую прибыль. Однако это не совсем так. Для того чтобы определить финансовый результат по статической теории, то есть как прирост собственного капитала, надо весь бухгалтерский учет вести согласно статической концепции. В первую очередь, это касается выбора методов оценки всех объектов учета. Однако большинство статей баланса в нашей стране сформировано в соответствии с динамической теорией, а сам баланс скорее близок к системе статического учета, о чем свидетельствует наличие забалансовых счетов, практика переоценки активов, порядок и цель его представления (в контролирующие и налоговые органы).

Таким образом, в настоящее время во всем мире преобладает совмещение статических и динамических подходов к бухгалтерскому учету, и в чистом виде прибыль по динамической или статической концепции определить невозможно без трансформации всей системы учета.

### Литература

- 1 Соколов, Я. В. Бухгалтерский учет – веселая наука / Я. В. Соколов ; под ред. О. Г. Жеребина. – М.: ООО «1С-Пабблишинг», 2011. – 638 с.
- 2 Ришар, Ж. Бухгалтерский учет: теория и практика / Ж. Ришар ; пер. с фр. ; под ред. Я. В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
- 3 Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утв. постановл. Мин-ва финансов Респуб. Беларусь от 30.09.2011 № 102 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.minfin.gov.by> (дата обращения: 12.01.2016).

УДК 005.521:503.054.22

*Е. И. Мордвинова*

### ПОДХОДЫ К ПРОГНОЗНОЙ ОЦЕНКЕ АДДИТИВНОЙ МОДЕЛИ ПРИБЫЛИ

*В статье изучена необходимость прогнозирования и рассматривается порядок составления прогноза прибыли до налогообложения организации на основе метода скользящей средней и трендовых моделей. Также оценены перспективы хозяйственной деятельности организации в следующий краткосрочный период, и обозначены способы повышения качества прогноза.*

Планирование является одним из важнейших элементов управленческого процесса. Оно позволяет в полной мере учитывать влияние изменений внешней среды, разрабатывать программы противодействия негативным факторам и программы использования благоприятных возможностей, а также программы альтернативных стратегий в случае наступления или ненаступления определенных рисков. С помощью детально

проработанных планов руководитель сможет эффективно управлять хозяйственной деятельностью организации и влиять на её финансовые результаты. Однако построение объективных планов хозяйственной деятельности организации невозможно без учёта существующих тенденций изменения её показателей, которые составляют основу прогноза, и их возможных будущих значений. В связи с чем можно судить о том, что процесс планирования непрерывно связан с процессом прогнозирования, и наиболее важное значение в нём имеют показатели прибыли.

В прогнозировании тех или иных показателей широкое применение находят эконометрические модели, в частности трендовые. Использование трендовых моделей позволяет выявить закономерность изменения показателей во времени и использовать эти закономерности для оценки будущих изменений [1, с. 284].

Рассмотрим пример прогнозирования прибыли до налогообложения с помощью трендовых моделей на основе данных отчётности ОАО «САЛЕО – Гомель» за двухлетний период с разбивкой по кварталам. Согласно отчёту о прибылях и убытках прибыль до налогообложения (ПДН) имеет вид следующей аддитивной модели (формула (1)):

$$ПДН = B - C_{ПОЛН} + D_{ТЕК} - P_{ТЕК} + D_{И} - P_{И} + D_{Ф} - P_{Ф}. \quad (1)$$

где  $B$  – выручка от реализации продукции;

$C_{ПОЛН}$  – себестоимость реализованной продукции с учётом управленческих расходов и расходов на реализацию;

$D_{ТЕК}$  – прочие доходы по текущей деятельности;

$P_{ТЕК}$  – прочие расходы по текущей деятельности;

$D_{И}$  – доходы по инвестиционной деятельности;

$P_{И}$  – расходы по инвестиционной деятельности;

$D_{Ф}$  – доходы по финансовой и иной деятельности;

$P_{Ф}$  – расходы финансовой и иной деятельности.

На основании данной модели можно осуществлять прогнозирование величины прибыли до налогообложения в зависимости от конкретных ситуаций, т. е. значений факторов. Однако динамика каждого отдельного фактора, влияющего на прибыль до налогообложения, может изменяться неравномерно по отношению к остальным, в связи с чем возникает необходимость прогнозирования каждого фактора данной модели в отдельности. Наиболее простым и удобным способом прогнозирования в таком случае является прогнозирование, основанное на использовании трендовых моделей. Для того, чтобы определить прогнозное значение факторов на следующие периоды необходимо построить их графики в MS Excel на основе исторических данных. Исходные данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для прогнозирования прибыли до налогообложения ОАО «САЛЕО – Гомель» в 2014–2015 гг.

2014– 2015 гг.	$B$ , млн. руб.	$C_{ПОЛН}$ , млн. руб.	$D_{ТЕК}$ , млн. руб.	$P_{ТЕК}$ , млн. руб.	$D_{И}$ , млн. руб.	$P_{И}$ , млн. руб.	$D_{Ф}$ , млн. руб.	$P_{Ф}$
I кв.	53 401	48 330	1 196	1 196	297	1	590	320
II кв.	50 113	48 070	327	327	516	2	1 140	522
III кв.	50 742	45 486	5 784	5 784	97	5	376	1 599
IV кв.	48 713	40 060	571	571	141	6	310	2 142
I кв.	64 734	55 135	10 302	10 302	432	9	954	666
II кв.	61 874	58 525	1 024	1 024	82	10	245	3 181
III кв.	58 066	47 483	663	663	129	7	190	2 465
IV кв.	31 267	43 419	12 010	12 010	94	7	208	2 369

Далее определим закономерность изменения каждого фактора, используя данные 2014–2015 гг., например, изучим закономерность изменения выручки от реализации продукции во времени. С помощью MS Excel добавляем на график выручки от реализации линию тренда и его уравнение, выбирая из предложенных вариантов то, которое будет наиболее точно описывать изменение выручки. Отображённая на графике функция линии тренда (рисунок 1), позволяет прогнозировать значение выручки ( $y$ ) путём подстановки в уравнение линии тренда вместо переменной  $x$  нужного периода.

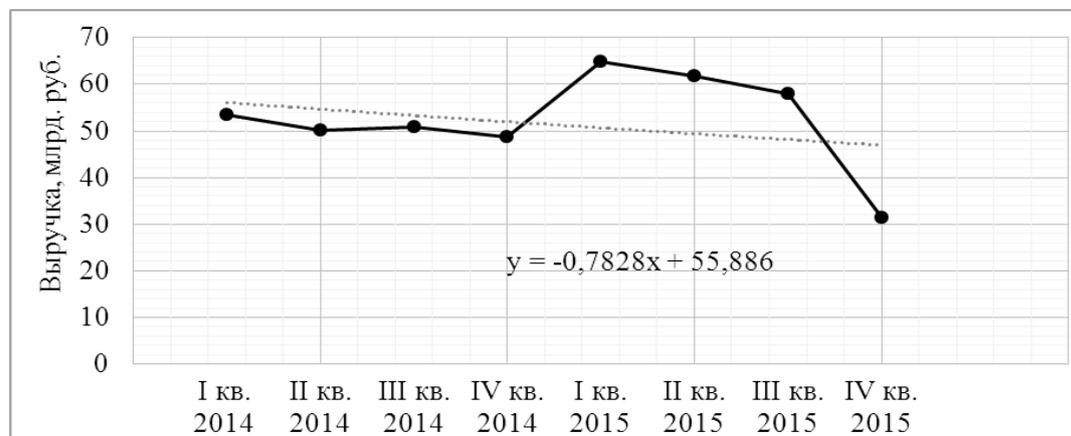


Рисунок 1 – График изменения выручки от реализации продукции ОАО «САЛЕО – Гомель» в 2014–2015 гг.

На основании данной функции значение выручки от реализации продукции в 1 квартале 2016 г. составит 48,84 млрд. руб. ( $55,886 - 0,7828 \times 9$ ). Прогнозные значения факторов в 2016 г. и сумма прибыли до налогообложения представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Прогнозные значения прибыли ОАО «САЛЕО – Гомель» в 2016 г.

Факторы	Кварталы 2016 г.			
	I	II	III	IV
$B$	45 933,85	44 799,74	43 693,63	42 614,84
$C_{\text{полн}}$	49 008,89	49 092,99	49 169,07	49 238,53
$D_{\text{ТЕК}}$	7 886,16	8 753,17	9 620,18	10 487,19
$P_{\text{ТЕК}}$	3 925,79	4 056,18	4 174,14	4 281,82
$D_{\text{И}}$	3 418,52	3 798,42	4 178,32	4 558,22
$P_{\text{И}}$	12,45	14,03	15,62	17,24
$D_{\text{Ф}}$	237,34	222,52	209,91	199,03
$P_{\text{Ф}}$	3 077,88	3 423,11	3 768,65	4 114,48
$ПДН$	1 450,88	987,55	574,57	207,21

Ещё одним широко известным методом прогнозирования является метод скользящей средней. Основная идея метода скользящего среднего состоит в замене фактических уровней исследуемого временного ряда их средними значениями, погашающими случайные колебания. Таким образом, в результате получается сглаженный ряд значений исследуемого параметра, позволяющий более четко выделить основную тенденцию его изменения [2, с. 42].

Для этого воспользуемся пакетом «Анализ данных», выбрав в качестве инструмента анализа «Скользящее среднее». В диалоговом окне укажем параметры для вычисления скользящего среднего: входной интервал (значения выручки за 2014–2015 гг. по кварталам), Интервал-3 (по умолчанию используется 3) и выходной интервал –

любую ячейку рабочего листа, а также зададим вывод графика. MS Excel сам выполнит работу по внесению значений в формулу для вычислений скользящего среднего и выведет график на экран (рисунок 2).

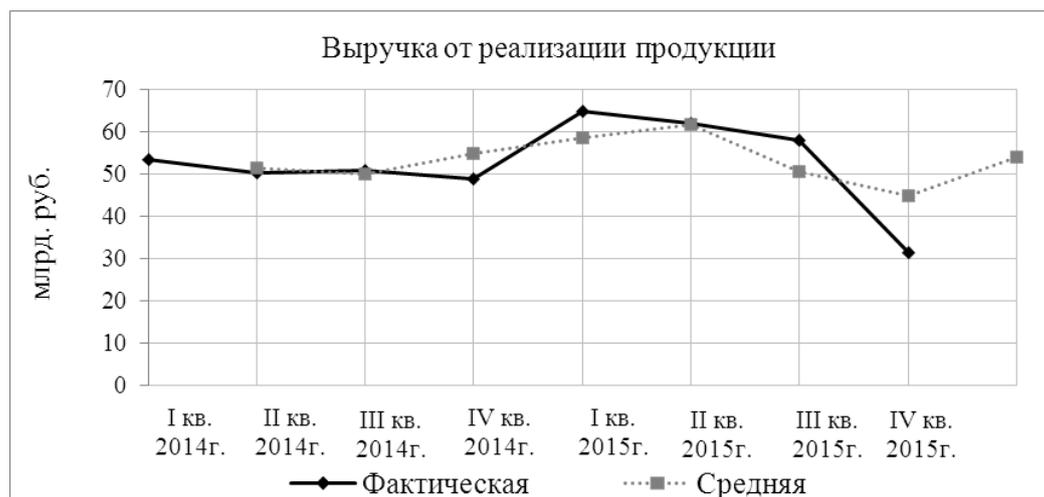


Рисунок 2 – График изменения выручки от реализации продукции ОАО «САЛЕО – Гомель» и её средних значений в 2014–2015 гг.

На основании этого графика видно, что следующее значение выручки от реализации продукции составит 41 469,3 млн. руб. Проведя аналогичную работу с остальными факторами, получим прогноз на I квартал 2016 года (таблица 3).

Таблица 3 – Прогнозные значения прибыли до налогообложения ОАО «САЛЕО – Гомель» в 2016 г. на основе метода скользящей средней

Факторы	Кварталы 2016 г.			
	I	II	III	IV
<i>B</i>	41 469,3	48 067,3	45 800,1	39 512,1
<i>С<sub>ПОЛН</sub></i>	48 454,3	47 129,4	46 010,5	45 961,3
<i>Д<sub>ТЕК</sub></i>	8 348	5 115,8	5 929,6	8 762,5
<i>Р<sub>ТЕК</sub></i>	489,3	4 915,3	4 888,1	1 914,8
<i>Д<sub>И</sub></i>	90,1	110,5	111,4	98,5
<i>Р<sub>И</sub></i>	7,9	7,6	7,4	7,5
<i>Д<sub>Ф</sub></i>	220,2	202,8	200,1	209,4
<i>Р<sub>Ф</sub></i>	2 639,7	2507	2 446,8	2 485,1
<i>ПДН</i>	-1 463,7	-1 062,9	-1 311,6	-1 786,1

По данным таблицы 2 можно увидеть, что в 2016 году прибыль до налогообложения ОАО «САЛЕО – Гомель» в течение всего 2016 года будет снижаться, а по данным таблицы 3 можно увидеть, что в следующем году организация не получит прибыли и вовсе (убыток за год составит 5 624,29 млн. руб.). В связи с чем необходимо уже сейчас разрабатывать меры по снижению себестоимости, наращиванию выручки и т. д.

Следует отметить, что составление прогноза с использованием данных методов и моделей можно осуществлять только на краткосрочный период. Большой точности в прогнозировании можно добиться, проанализировав изменения более широкого круга факторов. Например, можно изучить влияние на прибыль до налогообложения курсовых разниц, темпов инфляции и многих других факторов. Также повысить точность прогноза можно путём использования более сложные экономико-математических методов и моделей, в частности моделей множественной регрессии.

## Литература

- 1 Орлова, И. В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование : учеб. пособие / И. В. Орлова, В. А. Половников. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 389 с.
- 2 Гавриленко В. В. Решение задач аппроксимации средствами Excel / В. В. Гавриленко, Л. М. Парохненко // Компьютеры + программы. – 2002. – № 12. – С. 42.

УДК 336.717.3

*Д. В. Морозов*

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ БАНКА

*Раскрыты особенности проведения депозитной политики банка в современных условиях хозяйствования, выделены основные факторы, влияющие на неё. Изучены особенности построения и разработаны направления совершенствования депозитной политики филиала ОАО «Белагропромбанк». Разработаны теоретико-методические подходы к оценке эффективности инновационных проектов как фактора активизации венчурного кредитования как варианта эффективного вложения привлеченных банками депозитов в условиях излишней мгновенной и текущей ликвидности.*

Основная часть банковских ресурсов – привлеченные средства, а основная часть привлеченных ресурсов большинства банков – депозиты (от 75 до 85 %). Депозитная политика банка представляет собой стратегию и тактику банка по осуществлению им деятельности по привлечению ресурсов на возвратной основе, а также по организации и управлению депозитным процессом.

Обобщение существующих подходов к выделению факторов, влияющих на депозитную политику банка, позволило дать следующую их классификацию:

1. Внешние факторы (макроуровень):
  - состояние финансового рынка;
  - уровень инфляции;
  - уровень банковской конкуренции в стране;
  - денежно-кредитная политика центрального банка;
  - фискальная политика государства;
  - темпы роста основных макроэкономических показателей;
  - состояние экономики страны и др.
2. Внешние факторы (микроуровень):
  - уровень конкуренции в банковском секторе региона;
  - уровень платежеспособности физических лиц региона;
  - финансовое состояние юридических лиц региона;
  - психографические факторы и др.
3. Внутренние факторы (микроуровень):
  - состав клиентуры банка;
  - ценовая и сбытовая политика банка;
  - квалификация и опыт персонала банка;
  - конкурентоспособность и конкурентная позиция банка;
  - конкурентная стратегия банка;
  - состояние ресурсной базы банка и др.

Наиболее управляемыми на уровне менеджмента банка являются внутренние факторы, поскольку у банка есть возможности изменять методы и приоритеты в работе с существующими и потенциальными поставщиками депозитных ресурсов [1–3]. Факторы внешней и внутренней среды воздействуют на формирование депозитной политики одновременно

и могут иметь как однонаправленное, так и обратно направленное влияние на возможности банков привлекать депозитные ресурсы в требуемых объемах, по приемлемой цене и на необходимый срок.

За реализацию депозитной политики в филиале ОАО «Белагропромбанк» – Гомельское областное управление отвечают 2 отдела: отдел клиентского менеджмента и отдел банковского обслуживания частных клиентов. Характерной особенностью депозитного рынка Республики Беларусь является сильная зависимость ставок по депозитам от темпов инфляции. В связи с этим сформировалась определённая специфика рынка депозитов и депозитной политики банков Республики Беларусь: в стране одни из самых высоких ставок по вкладам в мире. ОАО «Белагропромбанк» находится на втором месте среди банков Республики Беларусь по объёму депозитной базы по Гомельской области.

Данные таблицы 1 показывают, что филиал осуществляет взвешенную депозитную политику. Однако филиалу следует оптимизировать долю затрат на рубль привлечённых средств.

Таблица 1 – Анализ основных критериев оценки эффективности депозитной политики банка

Критерии оценки эффективности депозитной политики	Результат
Содействие в процессе проведения депозитных операций получению банковской прибыли филиалом	Рост прибыли
Поддержание необходимого уровня банковской ликвидности	Показатели ликвидности филиала соответствуют нормативным значениям, несмотря на завышенные показатели мгновенной и текущей ликвидности
Обеспечение диверсификации субъектов депозитных операций и сочетание разных форм депозитов	Государство гарантирует сохранность вкладов физических лиц, а вот система страхования депозитов юридических лиц не развита в стране, это одно из перспективных направлений. Филиалом используются различные формы вкладов для обеспечения минимизации рисков для банка и его клиентов
Поддержание взаимосвязи и между депозитными операциями филиала и операциями по выдаче ссуд, и суммам и срокам депозитов и кредитных вложений	Для обеспечения нормального функционирования банку просто необходимо иметь взаимосвязь между активными и пассивными его операциями. Ставки и продукты по кредитам и депозитам подобраны так, чтобы максимально обеспечивать эффективность работы филиала
Минимизация свободных средств на депозитных счетах и проведение гибкой процентной политики	Специфика депозитного рынка Республики Беларусь не позволяет филиалу минимизировать средства на депозитных счетах и проводить гибкую процентную политику
Уменьшение процентных расходов по привлеченным ресурсам	Значение показателя эффективности привлеченных ресурсов снизилось, что свидетельствует об увеличении доли затрат на рубль привлеченных средств. Филиал пытается исправить эту ситуацию, оптимизируя статьи расходов
Развитие банковских услуг и повышение качества и культуры обслуживания клиентов	Филиал постоянно работает в данном направлении, вводя новые продукты и услуги, учитывая специфику своих клиентов
Стабильность депозитной базы	Ввиду того, что филиал имеет постоянных клиентов, на его счетах образуется стабильный остаток денежных средств

ОАО «Белагропромбанк» находится на втором месте среди банков Республики Беларусь по объёму депозитной базы по Гомельской области, что свидетельствует об успешной реализации банком его депозитной политики.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для сохранения и укрепления своих позиций на рынке банковских услуг банку необходимо внедрять новые инструменты привлечения сбережений юридических и физических лиц, совершенствовать действующие виды услуг, проводить взвешенную депозитную политику в сочетании с грамотной процентной политикой в области привлеченных ресурсов.

Депозитная политика банка в области привлечения ресурсов является одним из показателей надежности и стабильности ресурсной базы банка.

Проведение научной обоснованной депозитной политики предполагает не только совершенствование действующей системы вкладов, но и создание специальной системы экономических стимулов, которые должны:

- побуждать предприятие, организации и население хранить свои текущие денежные доходы и накопления на тех или иных депозитных счетах;
- заинтересовывать банки в развитии различных видов вкладов, внедрении новых, более прогрессивных форм депозитных счетов.

Также следует отметить, что филиал ОАО «Белагропромбанк» – ГОУ осуществляет стабильную и взвешенную депозитную политику, о чём свидетельствуют показатели эффективности его деятельности и второе место по объёму депозитной базы по Гомельской области.

Избыток ликвидности, сложившийся в банковской системе Республики Беларусь в настоящее время, создаёт существенную угрозу диспропорций между уровнем доходности депозитов, а значит и приростом потребления с одной стороны, и доходностью банковской системы, а значит и приростом предложения, с другой. Мировой опыт показывает, что такая диспропорция индуцирует кризис платёжеспособности в системообразующих банках в случае снижения процентных ставок. Принимая во внимание запретительный уровень процентных ставок в Республике Беларусь, многократно превышающий уровень рентабельности капитала и затрат, такое снижение представляется неизбежным. Будучи элиминирован мерами денежно-кредитной политики, кризис платёжеспособности банковской системы неизбежно вызывает галопирующую инфляцию из-за превышения спроса на товары и инвестиционные инструменты над их предложением. Поскольку при сложившемся уровне процентных ставок банки максимально используют спрос на кредитные ресурсы с традиционными формами по обеспечению возвратности кредитов, то единственным выходом из создавшегося положения является участия в прибылях, реализуемые под проект или бизнес-план без залога, гарантий и поручительств. Следует отметить, что такие инновационные стартапы способны обеспечить требуемый уровень доходности в легальном секторе экономики в условиях высоких процентных ставок. Однако для того, чтобы избежать высокого уровня риска невозврата необеспеченных кредитов, необходимо использование высокоэффективных методик оценки эффективности планируемых инноваций. Методики оценки бизнес-планов достаточно хорошо проработаны в теории и на практике, однако любая из них не позволяет избежать высокой степени риска при выдаче венчурных кредитов, поскольку не решает проблемы прогнозирования потребительского спроса и поведения конкурентов. Поэтому применение методик анализа бизнес-планов должно быть дополнено в банковской практике анализом эффективности инновационной деятельности на всех уровнях, что, в совокупности, хотя и не позволяет решить проблему безрискового прогнозирования многофакторных явлений, однако позволяет определить звенья инновационной системы, которые наиболее эффективно способны осуществлять такое прогнозирование.

Общепринятый смысл категории эффективность в экономической науке заключается в сопоставлении достигнутых результатов с ресурсами, затраченными на их достижение.

Оценка эффективности функционирования национальных инновационных систем представляет собой достаточно актуальную проблему, поскольку является информационной базой для принятия управленческих решений на макро- и микроуровне, а также в одной из ключевых областей государственного регулирования экономики – стимулировании инноваций.

Поскольку инновация представляет собой сложный многоуровневый процесс, на который оказывает влияние достаточно большое количество объективных и субъективных факторов, и который создаёт экономические эффекты для значительного числа сегментов экономических отношений, то представляется необходимым произвести стратификацию объектов исследования эффективности инноваций, которая позволила бы выделить ключевые результаты деятельности инновационной системы и обеспечила бы возможность корректной оценки затрат экономических ресурсов, связанных с достижением этих результатов.

Ключевыми критериями стратификации инновационных процессов, связанным с возможностью оценки их эффективности, являются последовательность и уровень. С позиции последовательности инновационных процессов необходимо выделить четыре этапа их осуществления, каждый из которых имеет свою специфику как в плане оценки полученных результатов, так и в плане расчёта затрат:

*1 Этап* открытия, на котором продуцируются результаты исследований, позволяющие в перспективе создать новые продукты (товары и услуги), новые технические и технологические решения, а также организационные новшества. Следует подчеркнуть, что на данном этапе экономическая оценка полученного результата не представляется возможной по следующим причинам:

- невозможно достоверно определить промежуток времени, необходимый для создания инновационных продуктов, индуцирующих экономических эффект;
- сам экономический эффект зависит от таких не поддающихся корректному прогнозированию факторов, как объём и структура потребительского спроса, состояние ресурсного потенциала экономической системы, наличие и конкурентоспособность продуктов – субститутов.

Поэтому оценить результаты, достигнутые на настоящем этапе, возможно только путём качественной оценки действующей системы научно-исследовательских работ.

Следует также подчеркнуть, что базисным субъектом инновационных процессов на данном этапе является не субъект хозяйствования или социально-экономический институт, а конкретный индивидуум, который исходя из собственной субъективной системы стимулов занимается созданием новой информации, на базе которой возможна разработка конкретной инновации.

*2 Этап* создания инновационного продукта, на котором национальная инновационная система продуцирует новые товары и услуги (в виде технологии их создания и промышленных образцов), новые технические, технологические и организационные решения существующих проблем. На данном этапе оценить достигнутые результаты можно следующими способами:

- рассчитать потенциальный экономический эффект от разработанных инноваций при сложившихся условиях;
- оценить интенсивность обновления объектов инноваций (продуктов, решений);
- количественно оценить полученные инновационные результаты на основе прошедших процедуру регистрации исключительных прав использования (патентов, регистрируемых объектов интеллектуальной собственности);
- оценить экспорт прав на разработанные инновации в форме продажи патентов и лицензий, что свидетельствует о международной конкурентоспособности разработок.

На данном этапе также чрезвычайно высока роль индивидуумов как основных субъектов инновационного процесса, что также необходимо учитывать при анализе инновационных систем. В частности, это выражается в том, что в качестве затрат ресурсов необходимо включать не только прямые расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, но и издержки времени, а также издержки, связанные

с защитой авторских прав. Кроме того, в качестве издержек необходимо учитывать не только явные, но и имплицитные издержки, связанные с доступными альтернативными способами использования затраченных на разработку инновации ресурсов.

*3 Этап* внедрения инноваций субъектами хозяйствования, на котором осуществляется организационная, юридическая и техническая подготовка к коммерческому использованию инноваций. В качестве результата на всех уровнях выступает внедрение инновационных продуктов. Следует особо отметить, что сумма инноваций на микроуровне не соответствует объёмам инноваций на макроуровне, поскольку то, что является инновацией на уровне предприятия, далеко не всегда является инновацией в экономической системе.

*4 Этап* эксплуатации инноваций, на котором осуществляется их коммерческое использование в экономике. Результатом использования инноваций является достижение конечных целей экономической деятельности: прирост финансовых результатов (прибыли, капитал) на уровне субъектов хозяйствования и прирост отдачи факторов производства, рост уровня жизни и душевых показателей валового продукта на уровне экономической системы и государства. Поскольку данные результаты имеют различную ценность в условиях неограниченной конкуренции и протекционизма, то к результатам необходимо отнести и конкурентоспособность экономики на всех уровнях, либо, как вариант, в числе затрат учесть прямые и косвенные издержки, связанные с ограничением конкуренции.

Необходимо отметить, что значительное количество частных показателей эффективности национальной инновационной системы обусловлено двумя основными причинами:

- многофакторностью и комплексным характером самих инновационных процессов, индуцирующих различные процессы в экономике и социальной сфере;
- ограниченностью статистического учёта, в ходе которого первичные данные о хозяйственных операциях группируются и обобщаются в определённом и не всегда оптимальном для оценки инновационных процессов разрезе.

Таким образом, новизна предлагаемой методики заключается в построении системы частных показателей, всесторонне характеризующих эффективность инновационных процессов на каждом из его этапов по уровням инноваций (микроуровень, государство, экономическая система), анализ которых позволяет определить объекты кредитования и инвестиций, обеспечивающие минимальную степень риска при реализации финансируемых инновационных проектов.

## **Литература**

- 1 Васипов, П. С. Будущее депозитного рынка / П. С. Васипов // Банковский вестник. – 2014. – № 2. – С. 48–53.
- 2 Герасименко, Р. А. Депозитная политика банков и факторы, влияющие на ее формирование / Р. А. Герасименко // Финансы, учет, банки. – 2011. – № 141 (17). – С. 141–150.
- 3 Депозитный бюллетень за 2013 год / Аналитическое обозрение Национального банка Республики Беларусь. – Минск. – 2014. – С. 57–60.

**УДК 658.155.2**

***Н. А. Мухина***

## **ОСОБЕННОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОТЧЁТНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ОБЩЕСТВАМИ**

*Раскрытие информации о результатах деятельности является обязанностью хозяйственного общества. В статье указаны формы отчетности, составляемые и представляемые в Департамент по ценным бумагам Республики Беларусь. Особое*

*внимание уделено информации, подлежащей обязательному опубликованию в печатных изданиях.*

В соответствии со статьей 88 Закона Республики Беларусь № 2020-ХІІ «О хозяйственных обществах» (с изменениями и дополнениями от 15 июля 2015 года; далее – Закон Республики Беларусь № 2020-ХІІ) акционерные общества обязаны раскрывать информацию об обществе в объеме и порядке, определенных законодательством о ценных бумагах [1].

Информация о хозяйственном обществе должна быть раскрыта этим обществом в средствах массовой информации, помимо этого информация представляется в соответствии со статьей 16 Закона Республики Беларусь № 57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности» от 12.07. 2013 г. (с изменениями и дополнениями от 4.06.2015 г.):

- собственнику имущества (учредителям, участникам) организации и иным лицам, уполномоченным на получение годовой индивидуальной отчетности законодательством Республики Беларусь или учредительными документами этой организации;
- государственным органам, иным государственным организациям, подчиненным Правительству Республики Беларусь, если отчитывающиеся организации находятся в их подчинении (входят в их состав) или являются хозяйственными обществами, акции (доли в уставных фондах) которых принадлежат Республике Беларусь или административно-территориальным единицам и переданы в управление этим органам, организациям;
- иным организациям в случаях, предусмотренных законодательством Республики Беларусь [2].

Ответственность за своевременность и достоверность предоставляемой и раскрываемой информации о хозяйственном обществе в соответствии с законодательством и уставом возлагается на соответствующих работников этого общества [1].

В соответствии с Инструкцией «О некоторых вопросах представления и публикации участниками рынка ценных бумаг отчетности и иной информации» № 157 от 21 декабря 2010 г. № 157 (далее – Инструкция № 157) открытые акционерные общества, не являющиеся профессиональными участниками рынка ценных бумаг, представляют в Департамент по ценным бумагам:

- форма 1 «Информация об открытом акционерном обществе и его деятельности»;
- форма 1 «Бухгалтерский баланс»;
- форма 2 «Отчет о прибылях и убытках»;
- форма 3 «Отчет об изменении капитала»;
- форма 4 «Отчет о движении денежных средств»;
- приложение к бухгалтерскому балансу;
- примечание к бухгалтерской отчетности; – аудиторское заключение [3].

Акционерными обществами – профессиональными участниками рынка ценных бумаг в составе ежеквартального отчета представляются форма 2 «Информация о деятельности профессионального участника рынка ценных бумаг» и форма 3 «Информация о владельцах акций», а в составе годового отчета – отчетность, аналогичную отчетности представляемой не профессиональными участниками рынка ценных бумаг.

Годовой отчет открытого акционерного общества должен быть представлен для обозрения всем заинтересованным лицам путем его опубликования в печатных средствах массовой информации не позднее трех месяцев со дня окончания отчетного финансового года. В обязательном порядке в средствах массовой информации должны быть представлены «Информация об открытом акционерном обществе и его деятельности», «Бухгалтерский баланс», «Отчет о прибылях и убытках».

Рассмотрим более подробно форму 1 «Информация об открытом акционерном обществе и его деятельности». Обязательному опубликованию подлежит следующая информация, содержащаяся в данной форме отчетности:

- доля государства в уставном фонде эмитента;

- количество акционеров;
- о дивидендах и акциях;
- отдельные финансовые результаты деятельности;
- среднесписочная численность работников;
- основные виды продукции или виды деятельности;
- дата проведения годового общего собрания акционеров, на котором утверждался годовой отчет;

– сведения о применении эмитентом свода правил корпоративного поведения (ст. 8 Инструкции № 157).

Порядок составления и представления бухгалтерской отчетности регламентируется Инструкцией о порядке составления бухгалтерской отчетности № 111 от 31 октября 2011 г. (с изменениями и дополнениями от 18 января 2014 г.) [4].

На основании отчетности публикуемой в средствах массовой информации можно получить по каждому эмитенту ценных бумаг следующую информацию (таблица 1):

Таблица 1 – Информация об акционерных обществах эмитентах ценных бумаг за 2015 год

Наименование эмитента	Чистая прибыль, млн. руб.	Чистая прибыль на одного работающего, млн. руб.	Сумма дивидендов начисленных, млн. руб.	Дивиденды, приходящие на акцию, руб.	Обеспеченность акций имуществом, тыс. руб.	Количество акционеров, чел.
ОАО «Керамин»	87 987	33,42	15 618	16 339	нет	2 816
ОАО «Мозырьсоль»	73 038	73,78	3 679,19	4 093,57	531,65	493
ОАО «СтанкоГомель»	4913	6,82	нет	нет	12,59	1
ОАО «Дятловский сыродельный завод»	(21 630)	нет	нет	нет	622,91	177
ОАО «Керамзитового гравия г. Новолукомль»	413	нет	537	1 286,1	104,57	4 860
ОАО «Слониммебель»	22 655	70,14	3015	20 698,56	946	862
ОАО «Гомельский жировой комбинат»	(62 917)	нет	нет	нет	нет	478
ОАО «Комитерн»	2 309	1,92	974	24 514	3 114	1 499
ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радомир»»	(68 226)	нет	нет	нет	80,2	1
ОАО «8 Марта»	31	0,024	662	305,94	62,30	4 875

Данная информация позволяет ее получателю оценить финансовое состояние субъекта хозяйствования, его платежеспособность и кредитоспособность, а также эффективность дивидендной политики данного субъекта, которую характеризуют такие показатели, как сумма чистой прибыли на акцию, дивидендов на акцию, обеспеченность акций имуществом общества, периодичность дивидендных выплат. Проанализировав представленную информацию, потенциальный инвестор принимает решение о целесообразности инвестирования в данное предприятие и прогнозирует доходность инвестиций. Соответственно отсутствие такой информации усложняет проведение анализа. Учредителям также полезна информация о хозяйственном обществе, участником которого он является. На основании ее учредитель оценивает эффект от своего участия в обществе, а также целесообразность дальнейшего участия в нем.

Однако не все хозяйственные общества публикуют отчетность в полном объеме, как этого требует законодательство. Об этом говорит представленная выше таблица. В первую очередь не в полном объеме раскрывают информацию мелкие предприятия.

Они в основном публикуют «Бухгалтерский баланс» и «Отчет о прибылях и убытках». Крупные же предприятия стараются раскрывать информацию о своем обществе более подробно.

Не представление информации в полном объеме является нарушением законодательства, т. к. в соответствии со статьей 88 Закона РБ № 2020-ХІІ даже акционерное общество, состоящее из одного акционера, должно раскрывать информацию для всеобщего сведения посредством ее опубликования в средствах массовой информации, определенных уставом акционерного общества. Неполное ее отражение может привести к искажению представления пользователей о данном хозяйственном обществе и принятию не обоснованного управленческого решения [1].

### Литература

1 О хозяйственных обществах : закон Респ. Беларусь от 9 дек. 1992 г. № 2020-ХІІ // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2015. – № 308-3, 2/2306.

2 О бухгалтерском учете и отчетности : закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2015. – № 268-3, 2/2266.

3 О некоторых вопросах представления и публикации участниками рынка ценных бумаг отчетности и иной информации : постановление Мин-ва финансов Респ. Беларусь от 21 дек. 2010 г. № 157 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 12, 8 / 23164.

4 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 М-ва финансов Респ. Беларусь от 31 окт. 2011 г. № 111 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – № 11, 8 / 28249.

УДК 336.71:657(076)

*Н. П. Петрашенко*

### ОПТИМИЗАЦИЯ РАСЧЕТОВ ПО ЛИЗИНГОВЫМ ПЛАТЕЖАМ В БАНКАХ

*В статье рассмотрены направления оптимизации расчетов по лизинговым операциям в банке-лизингодателе на основе клиентоориентированного подхода. Суть представленных в статье предложений сводится к использованию при расчете лизинговых платежей поправочных коэффициентов, устанавливаемых экспертным путем с учетом отраслевой специфики организации. Предложения актуальны для банков, клиентами которых являются организации с сезонным циклом производства.*

Успешность и качество лизинговых операций в банках во многом зависят от того, насколько глубоко и полно в банковской деятельности внедрены и используются современные инфокоммуникационные модели взаимодействия участников операций (лизингодателя, лизингополучателя, поставщика объекта лизинга, уполномоченных лиц органов государственной власти и местного самоуправления). В основе такого взаимодействия лежит учет интересов всех участников лизинговой сделки, что позволяет обеспечить ее максимальную эффективность.

С позиции банка лизинг следует рассматривать через призму клиентоориентированного подхода и на его основе проводить оптимизацию лизинговых операций.

Одним из перспективных, по нашему мнению, способов повышения эффективности инвестиций в лизинг является оптимизация лизинговых платежей по таким критериям как срок уплаты и сумма платежа.

Метод расчета лизинговых платежей, действующий в банках Республики Беларусь, представляет собой аддитивную модель возмещения стоимости имущества, процентов за кредит, комиссионного вознаграждения, начисленного на неоплаченную стоимость имущества, налога на недвижимость, а также дополнительных услуг и затрат лизингодателя, предусмотренных договором лизинга [1].

В частности, если предмет лизинга учитывается на балансе лизингодателя, то включаются стоимость страховки и дополнительные расходы лизингодателя (формула (1)):

$$ЛП_{общ} = ВС + НН + ПК + С + ДУ + КВ + НДС, \quad (1)$$

где  $ЛП_{общ}$  – общая сумма лизинговых платежей за весь период действия договора лизинга, млн. руб.;

$ВС$  – сумма возмещения стоимости лизингового имущества за период действия договора лизинга, млн. руб.;

$НН$  – налог на недвижимость, млн. руб.;

$ПК$  – плата за кредит, использованный лизингодателем для приобретения лизингового имущества, млн. руб.;

$С$  – сумма страхового взноса, если страхование имущества, передаваемого в лизинг, осуществляет лизингодатель, млн. руб.;

$ДУ$  – дополнительные затраты лизингодателя, предусмотренные договором лизинга, млн. руб.;

$КВ$  – комиссионное вознаграждение лизингодателю, предусмотренное договором лизинга, млн. руб.;

$НДС$  – налог на добавленную стоимость, уплачиваемый лизингополучателем по услугам лизингодателя (в случаях, установленных законодательством), млн. руб. [2].

Размер лизинговых платежей в случае их уплаты лизингополучателем лизингодателю равными долями с оговоренной в договоре периодичностью определяется по формуле (2):

$$ЛП_{мес} = \frac{ЛП_{общ}}{T \times m}, \quad (2)$$

где  $ЛП_{мес}$  – лизинговый платеж в месяц, млн. руб.;

$T$  – период действия лизингового договора, лет;

$m$  – количество лизинговых платежей в год, шт.

В настоящее время отечественные банки осуществляют лизинговые операции с таким клиентами как сельскохозяйственные организации, туристические фирмы, строительные организации и пр. Эти отрасли экономики находятся под влиянием фактора сезонности, что определяет неравномерность осуществления расходов на производство продукции (выполнение работ, оказание услуг) и поступления выручки (возмещения расходов) по основным видам их деятельности. В такой ситуации клиенты банка в течение ряда месяцев испытывают недостаток ликвидных средств, зато в последующие периоды может наблюдаться избыточная ликвидность. Такое положение обуславливает и неритмичность выплаты лизинговых платежей.

Для решения этой проблемы с позиции соблюдения интересов клиентов банка, необходимо, по нашему мнению, в формулу расчета лизинговых платежей к уплате лизингополучателем ввести поправочный коэффициент, отражающий специфику деятельности субъектов отдельных отраслей экономики, имеющих сезонный характер. То есть при расчете ежемесячного лизингового платежа в банке-лизингодателе предлагается использовать представленную ниже уточненную формулу (3):

$$ЛП_{мес} = \frac{ЛП_{общ}}{T \times t} \times k, \quad (3)$$

где  $k$  – поправочный коэффициент, устанавливаемый экспертным путем с учётом отраслевой специфики организации.

Предполагается, что при использовании данного варианта расчета лизинговых платежей в договоре лизинга необходимо предусмотреть неравномерный график выплаты ежемесячных платежей, общая сумма которых может распределяться в соответствии с достигнутым соглашением с учётом специфики и сезонности производства у лизингополучателя.

На примере сельскохозяйственной организации в таблице 1 представлен возможный вариант установления значений поправочного коэффициента (таблица 1):

Таблица 1 – Предлагаемый размер поправочных коэффициентов при уплате лизинговых платежей для сельскохозяйственных организаций-лизингополучателей

Месяц	Значение поправочного коэффициента для расчета лизингового платежа
Январь	1,15
Февраль	0,85
Март	0,5
Апрель	0,5
Май	0,75
Июнь	0,75
Июль	0,75
Август	1,0
Сентябрь	1,25
Октябрь	1,5
Ноябрь	1,5
Декабрь	1,5

Представленный в таблице 2 вариант распределения поправочных коэффициентов обусловлен тем, что в сельском хозяйстве самый «пик» расходов на подготовку к посевной кампании приходится на февраль–апрель. В эти месяцы сельскохозяйственные организации осуществляют наибольшие вложения в производство, практически не получая возмещения по ним в виде выручки от реализации. Поэтому в это время средств для выплаты лизинговых платежей у организации практически нет. Следовательно, поправочные коэффициенты ниже 1 позволяют корректировать сумму лизинговых платежей в сторону уменьшения таким образом, что у клиентов банка не возникает трудностей с погашением лизинговых платежей.

В сентябре–декабре осуществляется активная реализация продуктов сельскохозяйственного производства, в результате чего на счета организаций – лизингополучателей поступает выручка, из средств которой осуществляется и выплата лизинговых платежей. На указанные месяцы приходится «пик» доходов. Поэтому поправочные коэффициенты выше 1 позволяют корректировать сумму лизинговых платежей в сторону увеличения таким образом, чтобы обеспечить не только погашение лизингового платежа, причитающегося к уплате за отчетный месяц, но и погасить задолженность по лизинговым платежам за те месяцы, в которые выплаты осуществлялись по пониженным размерам (февраль–июль).

Уточненный пример расчета лизинговых платежей для сельскохозяйственной организации проведен с использованием условий, представленных в таблице 2.

Таблица 2 – Данные для расчета ежемесячного лизингового платежа для клиента банка – сельскохозяйственной организации-лизингополучателя

Показатели	Значение показателей
1 Среднегодовая сумма возмещения стоимости лизингового имущества (предмета лизинга) за период действия договора лизинга, млн. руб.	100
2 Годовая сумма налога на недвижимость, млн. руб.	1
3 Среднегодовая плата за кредит, использованный лизингодателем для приобретения лизингового имущества, млн. руб.	25
4 Ежегодная сумма страхового взноса, если страхование имущества, передаваемого в лизинг, согласно договору лизинга осуществляет лизингодатель, млн. руб.	5
5 Ежегодная сумма оплаты дополнительных услуг и затрат лизингодателя по обслуживанию объекта лизинга, предусмотренные договором лизинга, млн. руб.	3
6 Ежегодная сумма комиссионного вознаграждения лизингодателю, предусмотренное договором лизинга, млн. руб.	1
7 Ежегодная сумма налога на добавленную стоимость, уплачиваемого лизингополучателем по услугам лизингодателя	20
8 Общая сумма лизинговых платежей за год ( $\Sigma$ стр. 1–7), млн. руб.	155
9 Количество лизинговых платежей в год, шт.	12
10 Среднемесячная сумма лизингового платежа (стр. 8 / стр. 9), млн. руб.	12,917

Расчет суммы лизингового платежа представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет суммы лизинговых платежей по действующему и предлагаемому варианту

Месяц	Сумма лизингового платежа по действующему варианту	Сумма лизингового платежа по предлагаемому варианту		Отклонения по суммам лизинговых платежей, млн. руб.
		поправочный коэффициент	сумма, млн. руб. (гр. 2 * гр. 3)	
Январь	12,917	1,15	14,855	1,938
Февраль	12,917	0,85	10,979	-1,938
Март	12,917	0,5	6,459	-6,459
Апрель	12,917	0,5	6,459	-6,459
Май	12,917	0,75	9,688	-3,229
Июнь	12,917	0,75	9,688	-3,229
Июль	12,917	0,75	9,688	-3,229
Август	12,917	1,0	12,917	–
Сентябрь	12,917	1,25	16,146	3,229
Октябрь	12,917	1,5	19,376	6,459
Ноябрь	12,917	1,5	19,376	6,459
Декабрь	12,917	1,5	19,376	6,459
Итого	155,004	x	155,004	–

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что размер ежемесячных лизинговых платежей по действующему варианту неизменен в течение года, в то время как по предлагаемому варианту размер лизинговых платежей меняется в зависимости от того, в каком месяце происходит его получение банком-лизингодателем. В месяцах, в которых производятся наибольшие расходы по производству продукции у лизингополучателя, размер лизинговых платежей ниже. В месяцах, в которых вероятность получения выручки от реализации продукции высокая, размер лизинговых платежей выше среднемесячной суммы.

Такой гибкий подход позволит максимально учесть интересы лизингополучателя и обеспечит конкурентоспособность банка как лизингодателя на рынке лизинговых услуг.

## Литература

1 Правила осуществления лизинговой деятельности [Электронный ресурс] : утв. постанов. Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 18 августа 2014 г., № 526 // Бизнес-Инфо: аналитическая правовая система / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016. – URL: <http://www.business-info.by> (дата обращения: 25.03.2016).

2 Налоговый кодекс Республики Беларусь. Особенная часть: закон Респуб. Беларусь [Электронный ресурс] : принят Палатой представителей 11 декабря 2009 г.; одобрен Советом Республики 18 декабря 2009 г. // Бизнес-Инфо: аналитическая правовая система / ООО «Профессиональные правовые системы». – Минск, 2016. – URL: <http://www.business-info.by> (дата обращения: 25.03.2016).

УДК 657:004:339.37:339.33

*Ю. А. Протченко*

### АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

*В данной статье представлены материалы, отражающие важность автоматизации учета на предприятиях розничной и оптовой торговли. В рамках статьи рассматривается суть проблем автоматизации учета и контроля в торговле, особенности проектирования структуры технологической подсистемы сбора и обработки информации, обоснование экономической эффективности использования программного обеспечения автоматизации торговли.*

Автоматизация торговли – это комплекс мероприятий по внедрению в торговый бизнес-процесс высокотехнологичного оборудования и программного обеспечения с целью повысить эффективность использования трудовых ресурсов и качество обслуживания [1].

Еще вчера розничные предприятия пользовались механическими кассовыми аппаратами и не представляли себе альтернативы. А сегодня уже нельзя владеть всем объемом необходимой информации без применения специальных средств автоматизации предприятий торговли. Ведь с увеличением оборотов и расширением деятельности предприятия не запутаться в интенсивных товарных и денежных потоках становится все труднее и труднее. Поэтому комплексная автоматизация магазина – дело оправданное: в конечном итоге ее цель – повышение производительности труда и поиск новых методов получения прибыли.

В последние пять лет в Беларуси активно развиваются системы автоматизации для оптовой и розничной торговли. Эти системы не только полностью обеспечивают автоматизацию торговли и бухгалтерских проблем, но и помогают осуществить оперативное управление деятельностью торговой организации, использовать в рамках единого информационного пространства разнообразное торговое оборудование, обеспечить учет и контроль на удаленных складах и в обособленных филиалах крупных магазинов и оптовых баз (таблица 1) [2].

Белорусский рынок отраслевых решений для розничных сетей еще несколько лет назад с трудом можно было назвать насыщенным. Изначально автоматизация торговли в Беларуси пошла двумя путями.

На данный момент основным направлением развития рынка автоматизации торговли является приобретение уже готовых продуктов у системных интеграторов и компаний-разработчиков. Внедряя такую систему, заказчик вместе с ней получает и формализованные

бизнес-процессы. Готовая система на порядок надежнее, чем система, разработанная собственным ИТ-отделом, и к тому же ее проще обслуживать, так как сервис осуществляется силами системного интегратора (рисунок 1).

Таблица 1 – Пути автоматизации торговли в Беларуси

	Покупка программного и аппаратного обеспечение у системных интеграторов	Разработка программного обеспечения силами своих или сторонних программистов
Преимущества	Приобретение уже протестированного продукта, который не нужно было бы дорабатывать	Система изначально полностью оптимизировалась под особенность торговой организации
Недостатки	Необходимость доработок	При расширении бизнеса система, написанная под малое или среднее предприятие, переставала справляться со все нарастающим информационным потоком

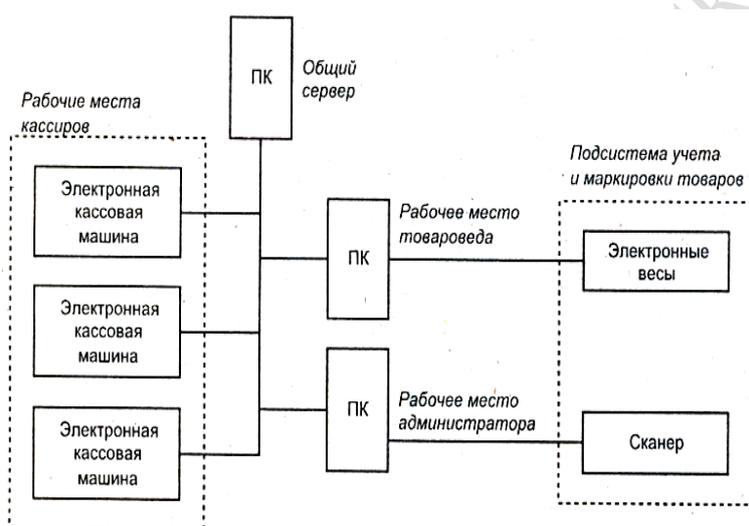


Рисунок 1– Схема автоматизированного учета на предприятиях торговли

На рисунке 1 представлена система, которая интегрирует технологические подсистемы сбора и обработки информации (контрольно-кассовую систему, систему администратор – товаровед, систему инвентаризации, систему маркировки товара), формирует и контролирует потоки товаров с использованием систем штрихового кодирования, автоматического взвешивания и опознавания.

Перед началом комплексной автоматизации оптового или розничного магазина нужно иметь представления о том, что нужно получить от автоматизации, и определить средства, которые можно в это вложить. Здесь важно понимать, что «автоматизация наполовину» еще хуже, чем ее отсутствие, так как нерационально вложенные деньги не приведут в дальнейшем к ожидаемому эффекту.

Основные задачи, которые ставят руководители современных торговых предприятий перед автоматизацией:

- эффективное управление предприятием;
- четкий учет денег и товаров;
- оптимизация товарных запасов;
- оценка эффективности продаж;
- использование современных методов анализа.

Менеджмент предприятия сможет правильно планировать закупки и контролировать остатки, внедрять систему дисконтных карт и накопительных скидок, эффективно управлять деятельностью организации и персоналом, владеть оперативной информацией о состоянии бизнеса, корректно проводить инвентаризацию без остановки работы предприятия и, как результат достижения цели – получить увеличение оборота и прибыли.

Любое предприятие розничной торговли стремится, как можно более полно удовлетворить потребности своего покупателя. Увеличение ассортимента товаров в магазине становится проблемой: ведь управление большим ассортиментом – очень трудоемкая задача, что вызывает необходимость владеть всем объемом необходимой информации путем применения специальных средств автоматизации предприятий торговли.

Для решения этих задач потребуется внедрить и поддерживать работу автоматизированной системы учета товародвижения и торгового оборудования.

К программному обеспечению автоматизации торговли можно отнести:

- кассовые программы для управления POS-системами;
- системы управления торговым залом (front-office);
- системы управления торговым предприятием (back-office);
- дополнительные модули к системам управления торговлей – поддержки принятия решений, автоматизации выкладки и т. п. [3].

На рисунке 2 приведена система программного обеспечения торговли.

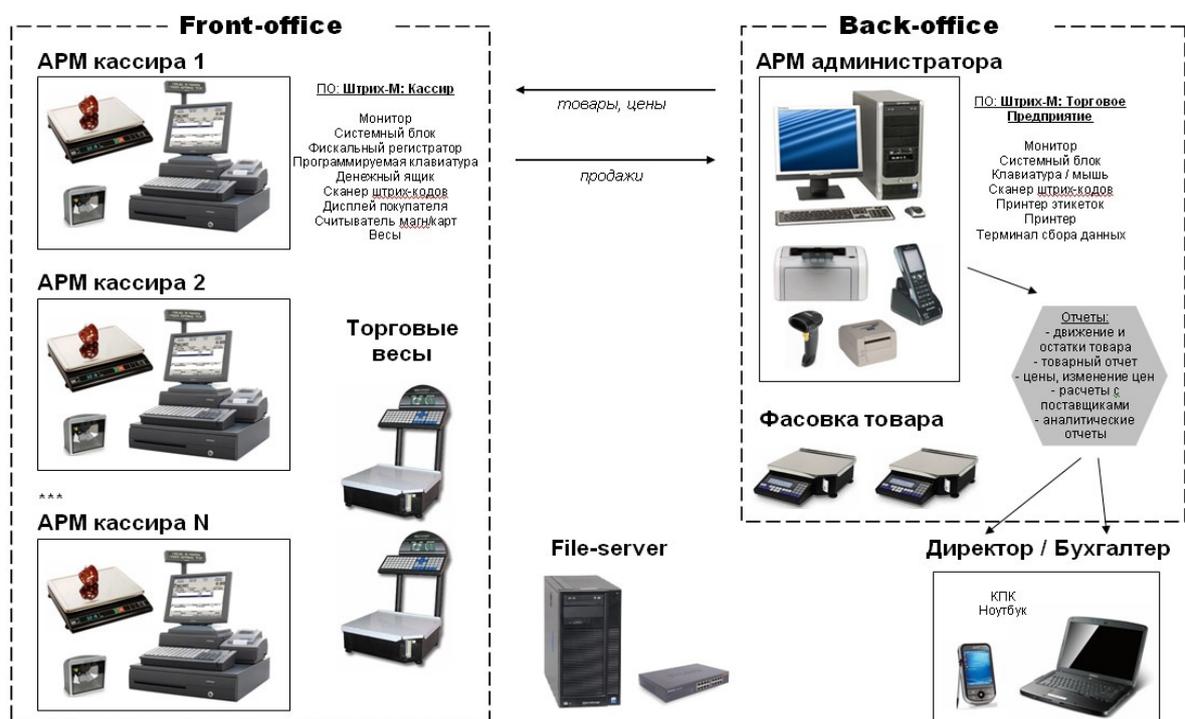


Рисунок 2 – Система программного обеспечения торговли

Back-office – это программное обеспечение (например, ERP-система), управляющее процессом торговли, в том числе и торговым оборудованием. Back-office координирует действия кассиров, управляет текущей отчетностью. Время покупки, сумма чека, наименование всех товаров, товары, привлечшие покупателя своей скидкой, – все эти данные являются ценной маркетинговой информацией, грамотное использование которой повышает прибыльность магазина.

Front-office – это место продаж, непосредственно связанное с Back-office. Основную роль здесь играет специальное оборудование – POS-терминалы.

Под POS-терминалом понимается контрольно-кассовая машина с фискальной памятью, обладающая возможностями персонального компьютера по вводу-выводу, хранению, обработке и отображению информации. POS-системы построены на базе фискальных регистраторов – ККМ (контрольно-кассовые машины), способных работать только в составе компьютерно-кассовых систем, получая данные через канал связи.

Использование компьютерно-кассовых систем в магазинах является важным элементом современной розничной торговли. Большой ассортимент товаров, увеличение объемов продаж и высокая конкуренция привели к тому, что учет товародвижения должен быть не только точным, но и быстрым. Включение кассы в единую информационную сеть торгового предприятия позволяет решить многие актуальные задачи современного магазина.

Основополагающей технологией является штриховое кодирование. Предназначение штрихового кода – однозначная идентификация самого товара либо какого-либо признака товара, например упаковки или серийного номера. Работа в системе розничной торговли с товарами, которые имеют штриховые коды, увеличивает скорость обработки данных, поступающих в систему учета, и резко снижает вероятность возникновения механических ошибок ввода данных в систему.

В розничной торговле сканеры штриховых кодов используются на складах и в торговом зале, где они применяются для идентификации товара на системных кассовых аппаратах, с помощью которых производится формирование данных для количественного учета в складской программе.

Принтеры штрихового кода занимают не последнее место в общей системе автоматизации розничной торговли. Они применяются при формировании внутренних штриховых кодов для товаров, которые не имеют штриховых кодов производителя. Таким образом, облегчается и ускоряется процесс приема, отпуска товара и его инвентаризации.

Важное место в автоматизации розничного магазина занимают электронные весы с возможностью печати этикеток со штриховым кодом, позволяющие облегчить процесс учета весового товара. Этикетка, сформированная на весах, обрабатывается на контрольно-кассовой машине, которая распознает код весового товара, производит поиск товара по базе систем автоматизации и, исходя из указанного количества товара на этикетке, рассчитывает стоимость весового товара.

Еще один инструмент автоматизации торговли – терминал сбора данных, позволяющий обрабатывать покупку, не привязываясь к POS-терминалу.

Терминал сбора данных – это специализированный промышленный мини-компьютер, используемый для сбора данных и инвентаризации в условиях крупных складов и большой товарной номенклатуры. Часто терминалы сбора данных применяют для организации выездной торговли и при обслуживании клиентов в организациях сферы услуг с выездом к клиенту. После накопления данных в терминале сбора данных производится автоматический перенос данных в центральную базу данных и дальнейшая обработка.

Все перечисленное оборудование, так или иначе, связано с программными комплексами посредством локальной сети, что позволяет отслеживать торговые операции в режиме реального времени.

Сегодня на рынке представлен широкий спектр подобного оборудования отечественных и зарубежных производителей. Надо отметить, что его стоимость достаточно высока. Поэтому в вопросе выбора аппаратной части стоит обратиться к специализированным фирмам. Также нельзя забывать и то, что программное обеспечение должно поддерживать приобретенное оборудование.

Существует несколько подходов к выбору программного решения для современного магазина.

*Во-первых*, это создание и внедрение собственной торговой программы. С этой целью руководство предприятия либо обращается к внешним ИТ-ресурсам, либо задействует

собственное ИТ-подразделение. Такой подход используется, в основном, крупными торговыми сетями и не годится для средних и небольших организаций. Разработка и внедрение собственных систем требует больших затрат и не позволяет в полной мере сосредоточиться на ключевых компетенциях компании, так как приходится брать на себя функцию разработки программного продукта со всеми сопутствующими этому проблемами и потерями.

*Второй подход* – интеграция в торговый бизнес корпоративных систем управления (ERP-систем). ERP (Enterprise Resource Planning, то есть система планирования ресурсов компании или планирование ресурсов в масштабе предприятия) – это универсальный конструктор управления практически любым предприятием, а, следовательно – очень дорогое программное обеспечение. Его тяжело и долго внедрять, оно требует больших временных затрат на обучение персонала. В результате, организация получит избыточную функциональность.

*И третий подход* – использование готовых специализированных отраслевых программных решений, то есть торговых систем, выполняющих задачу непосредственного управления торговым процессом (MRP – Material Requirements Planning). Это наиболее оптимальный инструмент для автоматизации оптовой и розничной торговли, так как он позволяет современному руководителю не отойти от первоначальной цели и реализовать дополнительные возможности (например, выгрузку в бухгалтерские программы), учесть специфику ассортимента, выполнить сложные дисконтные программы, передать данные в удаленный офис или склад и пр. В настоящий момент в большинстве магазинов применяются торговые системы класса MRP, обладающие хорошим функционалом, учитывающим формат торгового предприятия.

Применение автоматизации учета на предприятиях торговли позволяет:

- осуществлять централизованное управление магазинами;
- уменьшить трудозатраты;
- продажи всех магазинов видеть в офисе;
- использовать возможности собственного штрихового кодирования товара;
- обеспечить удобство для покупателей в покупке товара;
- увеличить пропускную способность магазинов;
- осуществлять подбор товара сканером, проверку остатка товара в магазине;
- управлять большим ассортиментом;
- ускорить проведение инвентаризации товаров и др.

В настоящее время в условиях развивающейся рыночной экономики наличие автоматизированных систем управления становится обязательным условием деятельности предприятия торговли.

Автоматизация торговли помогает осуществить оперативное управление деятельностью торговой организации, использовать в рамках единого информационного пространства разнообразное торговое оборудование, обеспечить учет и контроль на удаленных складах и в обособленных филиалах крупных магазинов и оптовых баз.

## Литература

1 Электронная энциклопедия [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизация\\_торговли](https://ru.wikipedia.org/wiki/Автоматизация_торговли). – Дата доступа: 20.04.2016.

2 Зачем нужна автоматизация торговли? [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://www.ramok.by/articles/avtomatizaciya\\_nebolshih\\_magazinov\\_i\\_torgovyh\\_tochek-47](http://www.ramok.by/articles/avtomatizaciya_nebolshih_magazinov_i_torgovyh_tochek-47). – Дата доступа: 20.04.2016.

3 Бесекерский, В. А. Теория систем автоматического управления / В. А. Бесекерский, Е. П. Попов. – 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Профессия, 2003. – 747 с.

*Т. А. Пузан*

### **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРЫ АКТИВОВ И ПАССИВОВ БАНКА**

*В статье рассмотрена структура активов и пассивов банков, как в теоретическом аспекте, так и в прикладном, в частности, на примере ОАО АСБ «Беларусбанк». Эффективное управление пассивами и активами в банках Республики Беларусь является залогом стабильной работы банковского сектора. Предлагаются возможные пути совершенствования структуры пассивов и активов банка.*

Активы и пассивы банка – понятия, которые идут рука об руку и в то же время являются полярно разными. Если объяснять на пальцах, то кредит – это актив, который приносит банку прибыль, а депозит клиента – пассив, поскольку банк вынужден из собственных средств платить клиенту процентное вознаграждение [1].

Управление активами и пассивами – постоянный процесс в любом коммерческом банке. Нестабильность денежных потоков, волатильность стоимости ресурсов заставляют руководство банков искать эффективные способы управления активами и пассивами банка. При этом основной задачей становится не просто управление активами и пассивами, но и нахождение оптимального соотношения структуры активов/пассивов, их стоимости, рисков и ликвидности банка в целом. Пассивные операции – это операции по формированию ресурсов, а активные – по их размещению. Следовательно, размер и структура активов и пассивов банка непосредственно взаимосвязаны.

Понятие структуры активов и пассивов банка является одним из основополагающих в теории банковского дела. Структура пассивов банка – это соотношение отдельных статей пассивов баланса банка к балансовому итогу. Соответственно структура активов банка – это соотношение конкретных статей активов к общему их объёму. Структура активов и пассивов разных банков может существенно различаться, так как зависит от множества факторов: состояния отечественной экономики и кредитного рынка; специализации организации или уровня её универсальности; особенностей функционирования финансовых учреждений и т. д. [2].

Наилучшая банковская политика состоит в том, чтобы распределить активы и пассивы так, чтобы обеспечить достаточный уровень надёжности. Ликвидности, рентабельности, агрессивности на рынке финансовых услуг, достаточную капитальность.

В настоящее время вопрос эффективного управления структурой активов и пассивой до сих пор не решен, как в отечественной, так и зарубежной практике банковского дела. Разработки западных ученых не подходят для нашей страны, и ощущается недостаток отечественных исследований в данном направлении. Проведенный анализ публикаций по данной теме выявил тот факт, что большинство исследователей рассматривают элементы структуры активов и пассивов обособленно, без установления необходимой логической связи между ними. Меньшая часть публикация посвящена вопросам оптимизации не отдельных составляющих, а структуре активов и пассивов в целом. В настоящее время в вопросе оптимизации структуры активов и пассивов принято выделять следующие составные элементы: управление пассивами в части собственных и привлеченных средств, а также управление рисками, управление ликвидностью, управление доходностью в рамках управления структурой активов.

Рассмотрение элементов управления структурой активов и пассивов следует начинать с вопроса управления пассивами, так как пассивные операции играют первичную роль по отношению к активным то есть, прежде чем разместить средства, он их должен привлечь [3].

Рассмотрим бухгалтерский баланс ОАО «АСБ Беларусбанк» на 1 января 2016 года (таблица 1). Пассивы представлены двумя разделами: обязательства и капитал, каждый из них включает в себя подстатьи

Таблица 1 – Бухгалтерский баланс пассивов ОАО «АСБ Беларусбанк» на 1 января 2016 года [4]

В миллионах рублей

Наименование статьи	На 01.01.15 г.	На 01.01.16 г.	Темп роста, %	Удельный вес на 01.01.2016 г., %
<b>Обязательства</b>				
Средства НБ	5 436 046	7 337 067	134,9	2,74
Средства банков	28 325 608	46 899 158	165,6	17,6
Средства клиентов	124 683 277	159 738 434	128,1	59,6
Ценные бумаги	13 364 666	17 539 680	131,2	6,55
Прочие обязательства	1 303 876	1 445 413	110,9	0,54
Всего обязательств	173 144 230	232 966 900	134,5	87,01
<b>Капитал</b>				
Уставный фонд	16 689 248	26 689 248	159,9	9,97
Эмиссионный доход	0	0	0	0
Резервный доход	1 205 945	1 871 569	155,2	0,69
Фонд переоценки статей баланса	2 119 258	2 001 250	94,4	0,74
Накопленная прибыль	4 326 969	4 216 004	97,4	1,57
Всего капитал	24 341 420	34 778 071	142,9	12,99
<b>Итого обязательств</b>	<b>197 485 650</b>	<b>267 744 971</b>	<b>135,6</b>	<b>100</b>

Анализируя структурные статьи бухгалтерского баланса можно сделать вывод, что собственный капитал банка составляет около 12,99 %, привлеченные средства составляют 87,1 % от всех пассивов, что соответствует мировым стандартам – 1:9.

Если же рассматривать удельный вес отдельных элементов в общем объеме, то наиболее весомыми в привлеченных средствах являются средства клиентов – почти 59,6 % от общей суммы пассивов, что говорит об активной работе банка с клиентурой.

Около 17,6 % в структуре пассивов составляют средства банков и около 2,74 % средства Национального банка, т. е. можно констатировать более активное кредитование у других коммерческих банков, по сравнению с Национальным банком Республики Беларусь.

Около 10 % приходится на уставный фонд банка, который является гарантом, определяет минимальный размер имущества банка, гарантирующего интересы его кредиторов.

Привлеченные средства банков за 2015 год значительно увеличились, об этом говорит темп роста, который составил 165,57 % (в денежном выражении средства увеличились на 18 573,5 млрд. руб.).

Средства клиентов имеют тенденцию к увеличению, в 2015 году темп роста составил 128,1 % и сумма средств клиентов повысилась на 35 055,1 млрд. руб. Средства клиентов занимают самый большой удельный вес в общей структуре баланса в 2015 году он составлял 59,6 %. Таким образом структура пассивов ОАО «АСБ Беларусбанк», за анализируемый период соответствует международным стандартам и активно развивается.

Наиболее оптимальным с точки зрения качества структуры пассивов явилось бы наращивание доли собственных средств, так как именно прибыль является источником прироста капитала банка, но наращивание собственных средств – процесс длительный, и в качестве тактической меры, направленный на оптимизацию структуры пассивов,

подобное направление недействительно. Следствием этого обстоятельства является то, что оптимизация структуры пассивов в своей основе производится путем воздействия на привлеченные ресурсы [3].

Важной задачей банка по-прежнему остается наращивание «длинных» денег, с целью их инвестирования в экономику страны на длительной основе. В данном направлении банк активно работает, несмотря на множество внешних и внутренних факторов сдерживающих процесс активного привлечения временно свободных средств граждан и субъектов хозяйствования. Процессу наращивания срочных вкладов банка будет способствовать Декрет № 7 Национального банка Республики Беларусь. Однако ситуация по привлечению ресурсов на депозитной основе для банка в дальнейшем будет во многом зависеть от состояния функционирования экономики и возможности, как следствие, юридических и физических лиц осуществлять сберегательную функцию.

Банк также наращивает выпуск ценных бумаг с целью привлечения средств, что является положительным моментом в его деятельности. Роль этой статьи пассивов банка должна возрастать.

Получение максимальной прибыли банка целиком и полностью зависит от правильного управления активами. При анализе структуры активов следует обращать внимание на: долю работающих активов в балансе банка, соотношение основных видов работающих активов (кредитов и ценных бумаг), структуры кредитного портфеля, структуры кредитных вложений по филиалам банка. Следует заметить, что белорусские банки осуществляют все ещё незначительное долгосрочное кредитование. Не исключение в это плане и рассматриваемый банк.

В основе бухгалтерского баланса ОАО «АСБ Беларусбанк» на 1 января 2016 года раздел активов представлен 13 подстатьями, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Структура и темпы роста статей активов бухгалтерского баланса банка в 2015 году [4]

В миллионах рублей

Наименование статьи	На 01.01.15 г.	На 01.01.16 г.	Темп роста, %	Удельный вес на 01.01.2016 г., %
Денежные средства	2 777 739	3 273 983	117,86	1,3
Драгоценные металлы и камни	5 983	6 813	113,87	0,0025
Средства в Национальном банке	16 271 013	14 092 944	86,61	5,28
Средства в банках	6 384 616	20 716 379	324,47	7,74
Ценные бумаги	17 803 521	59 735 991	335,52	22,31
Кредиты клиентам	142 317 245	158 466 980	111,347	59,18
Производные финансовые активы	6 015 728	4 665 203	77,55	1,74
Долгосрочные финансовые вложения	1 009 012	1 088 412	107,86	0,4
Основные средства и нематериальные активы	4 182 067	4 195 534	100,32	1,56
Имущество, предназначенное для продажи	13 451	15 673	116,51	0,005
Отложенные налоговые активы	6 496	6 805	104,75	0,0025
Прочие активы	698 779	1 480 254	211,83	0,05
<b>Итого активов</b>	<b>197 485 650</b>	<b>267 744 971</b>	<b>135,57</b>	<b>100</b>

Исходя из данных в таблице 2, можно заметить, что наибольший удельный вес занимают кредиты клиентам – 59,18 %. Значительно нарастили своё присутствие операции инвестиционного характера, связанные с ценными бумагами. Темп роста составил 335,52 %. Положительным является то обстоятельство, что кредиты клиентам и ценные бумаги являются, как ранее было отмечено, работающими активами. В сумме их удельный вес в статьях активов составляет почти 82 %. Статья «Долгосрочные финансовые вложения» и другие статьи баланса показывают незначительный рост.

Вызывают интерес темпы роста активных операций с ценными бумагами банка. Эта положительная тенденция должна сохраниться и к этому есть все предпосылки. В обозначенный период Министерство финансов Республики Беларусь осуществляла неоднократно выпуск государственных ценных бумаг. Эмиссия продолжается, например, в период с 15 января по 8 апреля, с 18 апреля по 8 июля, с 18 июля по 12 октября 2016 года объявлено о прямой продаже государственных облигаций для физических и юридических лиц номинированных в иностранной валюте на сумму 100 000 000 (сто миллионов) долларов США. Рынок государственных ценных бумаг – важный компонент финансовых рынков мира. Государственные ценные бумаги считаются наиболее ликвидными и наиболее надежным видом капиталовложений, который привлекает предприятия и населения, используется как эталон свободного от риска дохода, как альтернатива другим вложениям капитала. И все же банку, на наш взгляд, не стоит игнорировать и корпоративные ценные бумаги, а также ценные бумаги государственных органов управления. Это даст возможность банку повысить не только доходность своих операций, но и возможность долевого участия в деятельности реального сектора экономики.

В случае, если доля средств клиентов банка будет падать, целесообразно создавать более комфортные условия привлечения вкладов. Например, по условиям программы Way2Save, действующей в крупном американском банке Wachovia, клиенты, разместившие в этом банке свои средства на срочных сберегательных счетах, получают бонус в размере 5 % за первый год пользования услугой сверх установленной процентной ставки, размер которой также составляет 5 %; величина бонуса снижается на 2 % в течение второго и третьего годов пользования счетом, кроме того, клиент получает доллар на свой сберегательный счет всякий раз, когда пользуется своей кредитной картой, к программе уже присоединилось свыше 272 тыс. пользователей, разместивших более 16 млн. (по состоянию на 1 февраля 2014 года). Представитель финансового учреждения Дженнифер Дарвин отмечает, что данная программа превзошла ожидания банкиров [5].

## Литература

- 1 Активы банка [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://myfin.by> (дата обращения: 26.04.2016).
- 2 Структура активов и пассивов банка [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://financial-crisis.ru> (дата обращения: 25.04.2016).
- 3 Дудка, А. Б. Подходы к управлению структурой активов и пассивов коммерческого банка [Электронный ресурс] / А. Б. Дудка. – 2016. – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 25.04.2016).
- 4 Национальный банк Республики Беларусь. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках за 2013–2015 гг. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 17.04.2016).
- 5 Мамонтов, А. Храните деньги в банках! / А. Мамонтов // Банковская практика за рубежом. – М., 2008. – № 6. – С. 48–52.

*Ю. Р. Рубан*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ БЕЛАРУСИ И РОССИИ В СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В ОБЩЕСТВО**

*В статье рассматриваются современные проблемы в социальной адаптации детей-инвалидов и молодых инвалидов в общество. Выделены современные тенденции в адаптации инвалидов в Республике Беларусь и Российской Федерации. Обозначена социальная значимость темы для обеих стран. В Республике Беларусь был реализован ряд мероприятий по улучшению социальной адаптации детей-инвалидов и молодых инвалидов. Чтобы преодолеть негативные тенденции в подготовке детей-инвалидов к интеграции в общество, требуется разработка новых теоретических подходов к их обучению, воспитанию и организации всей их жизнедеятельности.*

В последние годы в Республике Беларусь и Российской Федерации стало более заметным стремление к тому, чтобы изменить сложившуюся ситуацию с обучением и воспитанием детей-инвалидов в лучшую сторону.

Однако проблема обучения, воспитания, адаптации и реабилитации детей-инвалидов остается сложной. Сказывается теоретическая ограниченность подходов к развитию специального образования, имевшая место в прошлом по идеологическим соображениям. По этой причине забыты прогрессивные научные взгляды на личность ребёнка с нарушением развития, успешно используемые в зарубежной практике. К сдерживанию поиска и обоснования новых форм в адаптации таких детей-инвалидов привела односторонняя ориентация на их обучение, в основном, в специализированных учреждениях. В результате приходится констатировать, что сегодня теория обучения детей с ограниченными возможностями значительно отстаёт от практики. Но есть и позитивные тенденции в социальной адаптации детей-инвалидов и молодых инвалидов в общество.

За предыдущий год в Республике Беларусь были реализованы следующие мероприятия по улучшению социальной адаптации детей-инвалидов и молодых инвалидов:

1 В столице был создан информационный ресурс с картой доступности города, который будет запущен в 2016 году.

2 Открыта первая в Беларуси безбарьерная игровая площадка.

3 Созданы специальные программы для людей с ограниченными возможностями, которые кроме привычных функций-звонки, интернет, смс, умеют с помощью камеры определять цвет предметов или, к примеру, номинал денежных купюр.

4 В Минске презентовали звуковой навигатор для инвалидов по зрению. С помощью специального бесплатного приложения на смартфоне можно проложить более трёх тысяч маршрутов: к дому, поликлинике, магазину, музею или театру. Пользоваться таким помощником довольно просто: система включает звуковое оповещение на пути следования.

5 Школьники Солигорска разработали электронную карту-схему города, которая помогает инвалидам-колясочникам ориентироваться в городе. На карту нанесены социальные объекты, оборудованные пандусами: магазины, аптеки, почтовые отделения, гостиницы, библиотеки, медицинские центры. Карта находится в открытом доступе и постоянно обновляется.

6 Проведен семинар по теме: «Тьютор – профессия будущего». Тьютор – это своего рода посредник между традиционным педагогом и ребёнком. Он анализирует интересы и проблемы ребёнка, отслеживает, что в программе даётся с трудом, а к чему есть способности.

7 Принята Концепция по инклюзивному образованию. Документ направлен на обеспечение равных прав в получении образования и доступа к образованию для всех обучающихся, расширение возможностей социализации. Его реализация также позволит максимально включить обучающихся с особенностями психофизического развития в образовательный процесс основного и дополнительного образования, сформировать толерантность в образовательной среде и социуме, расширить и углубить профессиональную компетентность педагогических работников в полисубъектном образовательном пространстве. Также в числе ожидаемых результатов – обеспечение архитектурной доступности учреждений образования.

8 В территориальных центрах социального обслуживания населения Минска постепенно вводится штатная единица сурдопереводчика. Такие специалисты уже оказывают значительную помощь глухим и слабослышащим. Они сопровождают глухих в поликлинику, к нотариусу, в ЖЭС, помогают решать социально-бытовые проблемы, посещать культурные мероприятия в городе и районе.

9 Был расширен круг бесплатных социальных услуг. У людей с ограниченными возможностями теперь есть альтернатива проживанию в спецучреждениях. Так, незрячие могут рассчитывать на помощь поводыря. Ассистенты будут работать с инвалидами 2-й группы с умственными нарушениями. Если ранее бесплатно няни помогали ухаживать за детьми-инвалидами до 4 лет, то теперь – до достижения ими совершеннолетия [1].

Чтобы преодолеть негативные тенденции в подготовке детей-инвалидов к интеграции в общество, требуется разработка новых теоретических подходов к их обучению, воспитанию и организации всей их жизнедеятельности. Причём, эта задача должна решаться с учётом всего комплекса медицинских, педагогических, экономических, социальных, социально-психологических проблем, касающихся социальной защиты детей-инвалидов, их обучения, воспитания, реабилитации и адаптации в социальную среду.

Проблемы социальной адаптации должны рассматриваться с позиции деятельностного подхода, позволяющего более глубоко осмыслить личность ребёнка-инвалида. В рамках этого подхода развитие личности (независимо от внешних ограничений жизнедеятельности) рассматривается в процессе деятельности и взаимодействий с окружающими её людьми.

Центральная категория деятельностного подхода – полноценная жизнедеятельность – означает систему способов деятельности во всех её видах и формах соотнесения с условиями, в которых существует и действует индивид.

Первые уроки приспособления к взаимодействию с людьми ребёнок получает в семье, в кругу близких для него, доброжелательно настроенных людей. Но социальная жизнь не ограничивается рамками семьи. Важными ступенями для вхождения в социальную жизнь становятся дошкольное учреждение, школа, формальные и неформальные группы общения, включение в трудовую деятельность и другое.

В числе основных факторов, определяющих степень успешности вхождения ребёнка в социальную среду, выступают особенности самого ребёнка и особенности микросоциальной среды, в которую он включается. К индивидуальным особенностям ребёнка, от которых зависит эффективность его адаптации, относят его потребностно-мотивационную сферу, эмоциональные и интеллектуальные свойства, а также некоторые характерологические и типологические особенности. Возможность и умение соответствовать требованиям общественных отношений формируется в процессе целенаправленного воспитания, при обучении соответствующим навыкам поведения [2, с. 106].

Таким образом, можно констатировать, что деятельностный подход пронизывает процесс формирования личности ребёнка-инвалида. Личность формируется, существует и проявляется в общественной жизни, все её стороны проявляются в деятельности и общении с другими людьми, в обществе в целом. Учитывая, что в основе социальной дезадаптации детей лежат общие биологические и социальные причины, их

коррекция и профилактика должны включать комплекс целенаправленных воздействий, ориентированных как на семью, так и на лечение и профилактику нарушений, создание благоприятного климата в группах детей, нормализацию межличностных отношений.

В конце 2015 года специалисты и учёные при поддержке Правительства Москвы разработали уникальные интерактивные пособия, которые позволяют любому школьнику, вне зависимости от его физических возможностей, ознакомиться с лабораторными работами по физике и химии.

Основной задачей была разработка продукта, который мог бы понравиться школьникам, вызвать у них интерес к учёбе. Поэтому были приглашены молодые преподаватели, знаменитости, был сделан принципиально новый контент, и еще не забыли учесть потребности детей с нарушенным слухом, зрением и двигательными функциями.

Основными преимуществами нового продукта являются его качество и детализация проработки, а также наличие специальных возможностей для школьников с инвалидностью. Интерактивное пособие запускается на мобильном планшете и содержит рисунки, звук, видео, анимацию, тесты, справочные блоки, виджеты и т. д.

В этом проекте стояла интересная задача. С одной стороны, необходимо было создать яркое и запоминающееся визуальное решение, с другой стороны, должны были не забывать об аудитории – детях с ограниченными возможностями, которым иногда сложно воспринимать избыточно динамичное изображение. Было найдено наиболее оптимальное решение, позволяющее юным химикам и физикам на время перенестись в научную лабораторию и выполнить все предложенные задания.

Сейчас тестируется полученный продукт и он уже находит положительный отклик у преподавателей, специалистов и, что особенно важно, у школьников. Стоит отметить, что полученный продукт уже сейчас может использоваться в системе основного и среднего общего образования, а также полностью соответствует требованиям к организации дистанционного обучения. Параллельно идет разработка специальной адаптированной версии книги для незрячих пользователей. Контент и интерфейс адаптированной версии будут совершенно иными, что позволит учитывать особенности работы с электронными материалами как слабовидящих, так и полностью незрячих школьников.

В России в конце 2015 года был запущен первый в России VR-проект социальной направленности. Короткометражные фильмы, созданные по технологии видео 360 для очков виртуальной реальности, позволяют погрузиться в мир спортсменов, артистов и активистов с инвалидностью.

Основная цель проекта – создать эко-систему, в которой люди с инвалидностью и люди, проходящие реабилитацию, смогут получить индивидуальные, интересующие их видео в невероятном формате, которые помогут им получить эмоциональную и психологическую мотивацию развиваться и двигаться вперед.

Сейчас ведутся переговоры с фондами о включении проекта VRability в реабилитационные программы по процессу восстановления и поддержки людей с инвалидностью [3].

Демонстрируемый в стереорежиме контент и возможность вращать головой вокруг на все 360 градусов создает ощущение полного погружения в другую реальность. Именно эти преимущества мобильной виртуальной реальности и эмоциональной вовлеченности создатели проекта решили использовать, чтобы мотивировать людей к исследованию мира вокруг себя.

Также в России проводятся игры «Квест» для социальной адаптации детей-инвалидов, которые включают в себя посещение кинотеатра, бассейна, детской поликлиники, супермаркета. Финалом путешествия является поиск клада на территории Центра, и неисчерпаемая радость от сладкого сюрприза, упакованного для каждого персонально.

В России реализуется программа «Передышка». Программа дает возможность родителям детей с инвалидностью получить помощь специально обученной профессиональной семьи, на время доверив ей заботу о ребенке. Такой простой вид помощи

позволяет сохранить для ребенка семью, снизить психологическую напряжённость в семьях, повысить качество их жизни.

Инвалидность как социальное явление становится проблемой не одного человека, и даже не части населения, а всего общества в целом. Специфика работы с молодыми инвалидами должна строиться на учете того факта, что они значительно труднее адаптируются к негативным социальным изменениям, обладая пониженной способностью к самозащите, в силу чего они оказались самой малообеспеченной частью населения.

Экономическая нестабильность в Беларуси и России усугубила положение детей инвалидов и молодых инвалидов. Для большинства из них для того, чтобы включиться в активную жизнь общества, приходится преодолевать множество физических и психологических барьеров, сталкиваясь с той или иной формой дискриминации.

Большую роль в социальной адаптации инвалидов в социум играют общественные организации, создающие необходимые условия для выравнивания стартовых возможностей развития личности, открывающие молодому человеку максимум направлений для развития потенциальных творческих способностей с учетом его интересов, желаний и возможностей.

Таким образом, для Беларуси и России проблема оказания помощи лицам с ограниченными возможностями принадлежит к числу наиболее важных и актуальных, так как рост численности инвалидов выступает в качестве устойчивой тенденции нашего социального развития, и пока нет данных, свидетельствующих о стабилизации положения или об изменении этой тенденции. Кроме того, социальная значимость темы обусловлена тем, что инвалидность здесь выступает как важнейшая социальная проблема, масштабность которой зависит от множества факторов и решать которую приходится каждому обществу. Поэтому создание совершенной системы социальной работы с инвалидами, способной удовлетворить потребности лиц с ограниченными возможностями должно стать новой вехой в развитии государственной социальной политики в отношении инвалидов XXI века. Это позволит нашему обществу подняться на более высокую ступень цивилизации, в его основу должны быть положены истинно гуманистические ценности, равенства возможностей, право полноценно участвовать во всех сферах общественной жизни.

## Литература

1 Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by> (дата обращения: 01.05.2016).

2 Хисматуллина, З. Н. Принцип деятельности в социальной адаптации детей-инвалидов / З. Н. Хисматуллина // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 4. – С. 105–106.

3 Автономная некоммерческая организация «Лаборатория социальной рекламы [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.vrability.ru> (дата обращения: 01.05.2016).

УДК 001.895:658.11

*М. Н. Руева*

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*В статье представлена система показателей, рекомендуемых для комплексной оценки инновационной активности организации, на основе систематизации авторских подходов к методике ее анализа. Исследована целесообразность использования*

*интегрального показателя инновационной активности, для определения тенденций ее изменения и резервов роста.*

Проблема комплексной оценки инновационной деятельности организации постоянно находится в центре внимания ученых-экономистов и руководителей-практиков, так как эффективное использование инноваций – обязательное условие существенного продвижения субъекта хозяйствования на рынке товаров и услуг, повышения его экономической эффективности и, в конечном итоге, завоевания рынка.

В связи с этим довольно актуальной является проблема повышения инновационной активности субъектов хозяйствования, управление которой должно способствовать росту эффективности инновационной деятельности.

Под инновационной активностью большинство авторов понимает комплексную характеристику инновационной деятельности фирмы, включающую степень интенсивности осуществляемых ею действий и их своевременность.

Обзор и систематизация существующих методических подходов к оценке инновационной активности позволили выявить их разнообразие и констатировать факт, что комплексной её методики в настоящее время не существует. Условно эти подходы можно подразделить на две группы: традиционную, содержащую методики, основанные на формировании системы показателей для оценки инновационной активности (авторы Т. И. Юркова, А. А. Трифилова, Ю. П. Анискин и др.), и концептуальную, включающую оригинальные концепции методик (авторы Д. В. Лысенко, С. М. Бухонова, Ю. А. Дорошенко, В. П. Баранчев, О. В. Никитина, О. Н. Мельников, И. Рябов и др.).

Рассмотрим традиционные методики оценки инновационной активности. При анализе инновационной активности, в основном, принято оценивать развитие инфраструктуры предприятий в сфере научно-технических и опытно-конструкторских работ (НИОКР), а также определять их способности по коммерциализации инноваций. Такой подход применяется, главным образом, при формировании отчетных и статистических данных о состоянии и развитии инновационной деятельности в стране в целом. Вместе с тем, оценку инновационной активности можно использовать и в качестве исходного этапа в процессе разработки стратегий инновационного развития отдельных предприятий. В зависимости от оценки текущего состояния инновационной сферы в организации должны формироваться дальнейшая инновационная и связанные с ней стратегическая, инвестиционная, финансовая, производственная, маркетинговая политики. Такой подход представлен, например, А. А. Трифиловой и Т. И. Юрковой [1, 2].

Реализация оценки инновационной активности происходит на основе расчета и изучения динамики совокупности показателей, определяющих степень обеспеченности организации экономическими ресурсами в инновационной сфере, среди которых оба автора выделяют следующие:

1 Коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью – отношение стоимости интеллектуальной собственности в общей сумме долгосрочных активов. Он определяет наличие у предприятия интеллектуальной собственности и прав на нее в виде патентов, лицензий на использование изобретений, свидетельств на промышленные образцы, полезные модели, программные средства, товарные знаки и знаки обслуживания, а также иных, аналогичных с перечисленными, прав и активов, необходимых для эффективного инновационного развития.

2 Доля сотрудников, занятых в научно-исследовательской работе и опытно-конструкторских работах – отношение средней численности персонала занятого в научно-исследовательской работе и опытно-конструкторских работах к средней численности персонала. Он показывает долю персонала, занимающегося непосредственно разработкой новых продуктов и технологий, производственным и инженерным проектированием, другими видами технологической подготовки производства для выпуска новых

продуктов или внедрения новых услуг, по отношению к среднесписочному составу всех постоянных и временных работников, числящихся на предприятии.

3 Коэффициент освоения новой техники – отношение стоимости вновь введенных основных средств к среднегодовой стоимости основных средств организации. Он характеризует способность предприятия к освоению нового оборудования и новейших производственно-технологических линий.

4 Коэффициент освоения новой продукции – отношение выручки от реализации новой или усовершенствованной продукции и продукции, изготовленной с использованием новых технологий, к общей выручке от реализации продукции. Он оценивает способность организации к внедрению инновационной или подвергшейся технологическим изменениям продукции.

5 Коэффициент инновационного роста (инновационный потенциал организации) – отношение стоимости научно-исследовательских инвестиционных проектов инновационного характера в общей стоимости инвестиционных проектов организации. Он определяет устойчивость технологического роста и производственного развития и показывает долю средств, выделяемых предприятием на собственные и совместные исследования по разработке новых технологий; на обучение и подготовку персонала, связанного с инновациями; на хозяйственные договоры по проведению маркетинговых исследований в общем объеме всех инвестиций.

А. А. Трифилова дополняет эту систему коэффициентом имущества, предназначенного для НИР и ОКР, который определяется как отношение имущества экспериментального и исследовательского назначения, приобретенных машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями, к общей стоимости активной части основных средств, а Т. Н. Юркова – долей материальных ресурсов организации, используемых для научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в общей стоимости ее материальных ресурсов. При этом рост этих показателей в динамике свидетельствует о повышении инновационной активности организации в отчетном периоде.

Ю. П. Анискин предлагает определять уровень инновационной активности с помощью следующих показателей [3, с. 264]:

- коэффициент инновационной затроемкости как отношение объема инновационных затрат к объему продаж, позволяющий установить связь с устойчивостью организации;
- коэффициент обновления продукции (доля новых изделий в общем объеме выпуска), показывающий величину освоенных изделий;
- коэффициент интенсивности освоения новой продукции (количество освоенных изделий за определенный период);
- коэффициент прогрессивности используемых технологий (отношение степени прогрессивности технологии предприятия к среднеотраслевому значению);
- коэффициент новизны новых продуктов, определяемый путем учета динамического изменения потребляемых ресурсов в процессе освоения (кривые освоения).

Для определения конкретной величины индекса инновационной активности автор предлагает методику, основанную на взаимосвязи инновационной активности и устойчивости предприятия. Сначала определяются индексы относительного изменения частных показателей. Затем рассчитывается интегральный индекс инновационной активности как произведение относительных индексов частных показателей. Если его значение  $> 1$ , то это свидетельствует о положительном результате инновационной активности. Данный подход, по мнению автора, не только позволяет оценить инновационную активность организации, но и определить ее влияние на устойчивость предприятия. Однако, вызывает вопросы методика и источники информации для расчета отдельных показателей (например, коэффициента новизны новых продуктов), что затрудняет ее применение на практике.

Автор О. В. Никитина рассматривает возможность использования трех основных критериев инновационной активности предприятия: интеллектуальность (наличие у предприятия научно-технических достижений, интеллектуальных результатов для коммерческой реализации); инновативность (позитивное восприятие новшеств и в целом инновационной модели развития сотрудниками компании); инновационность (способность превращать интеллектуальный продукт в новшество, стремление к лидерству в инновациях) [4, с. 46].

Для количественной оценки инновационной активности автор рекомендует использовать расчетный метод, при котором интегральный показатель определяется как сумма взвешенных по значимости частных характеристик, определяемых экспертным путем в диапазоне от 0 до 1. Сопоставляя эталонное (равное 1) и фактическое значение, можно оценить динамику изменения уровня интенсивности инновационной деятельности предприятия. Данный подход представляет практический интерес, однако, использование в нем экспертных оценок снижает уровень объективности значений итоговых показателей.

Обобщая изложенный материал, можно отметить разнообразие существующих методических подходов к оценке инновационной активности организации. Наряду с их достоинствами (например, концептуальная оригинальность) следует отметить недостатки, присущие большинству из них: отсутствие конкретных методик расчета отдельных показателей и указания источников информации, в которых могут содержаться исходные данные для их расчета, что существенно снижает ценность этих методик с позиции их практической реализации.

Таким образом, в систему показателей для оценки инновационной активности организации можно включить следующие показатели, как предложенные авторами рассмотренных выше традиционных методик, так и дополнительно смоделированными:

- долю стоимости инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции;
- долю отгруженной инновационной продукции на внешний рынок в общем объеме отгруженной продукции;
- долю нематериальных активов в стоимости долгосрочных активов;
- долю затрат на технологические инновации в общем объеме инвестиций;
- долю средств, выделяемых предприятием на собственные и совместные исследования по разработке новой продукции и технологий, в общей сумме инвестиций предприятия;
- уровень затрат на обучение и подготовку персонала, связанных с инновациями, приходящийся на 1 работника научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений.

Однако при включении в методику такого количества показателей усложняется аргументация итогового вывода об общей тенденции изменения инновационной активности. В связи с чем для ее комплексной оценки целесообразно использовать интегральный показатель, который объединяет в себе всю систему указанных показателей и рассчитывается как корень « $n$ -й» степени из произведения « $n$ » коэффициентов роста предложенных выше показателей за два смежных периода. Его значение, превышающее единицу, можно оценивать как положительную тенденцию роста инновационной активности организации за год. Если же значение данного показателя меньше единицы, то – наоборот.

Таким образом, интегральный показатель инновационной активности позволит комплексно оценить ее тенденцию в динамике, а изменение каждого из показателей позволит – резервы роста инновационной активности в организации.

## Литература

1 Трифилова, А. А. Оценка инновационной активности предприятия / А. А. Трифилова // Инновации. – 2003. – № 10. – С. 51–55.

2 Юркова, Т. И. Экономика предприятия : учеб. пособие / Т. И. Юркова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 240 с.

3 Анискин, Ю. П. Управление корпоративными изменениями по критерию устойчивости / Ю. П. Анискин. – М.: Омега-Л, 2009. – 404 с.

4 Никитина, О. В. Методы оценки инновационной активности промышленных предприятий / О. В. Никитина // Современные проблемы экономики и управление народным хозяйством : сб. науч. статей аспирантов СПбГИЭУ ; под ред. Е. Б. Смирнова. – СПб.: СПбГИЭУ, 2004. – Вып. 120. – 2 п.л.

УДК 681.14

*А. А. Самойлович*

## YOUTUBE КАК СПОСОБ ЗАРАБОТКА

*В настоящей статье представлен способ получения прибыли на популярном видеохостинге YouTube, который предоставляет пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео. Определены начальные шаги построения канала и его наполнения, а также моменты подготовки канала к его монетизации. Выявлены важные факторы, влияющие на получение прибыли с YouTube. Рассмотрена специфика работы партнёрских медиасетей на примере AIR.*

YouTube – это популярный международный видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. Пользователи могут загружать, просматривать, оценивать, комментировать и делиться теми или иными видеозаписями. Благодаря простоте и удобству использования YouTube стал популярнейшим видеохостингом и третьим сайтом в мире по количеству посетителей. Например, в январе 2012 г. ежедневное количество просмотров видео на сайте достигло 4 млрд. На сайте представлены фильмы, музыкальные клипы, трейлеры, новости, образовательные передачи, а также любительские видеозаписи, включая видеоблоги, слайд-шоу, юмористические видеоролики и прочее [1].

Однако, YouTube – это не только сайт для развлечения. Достаточно большое количество пользователей данного видеохостинга используют его для заработка – так называемой монетизации своих видеороликов.

Рассмотрим основные шаги, которые должен предпринять пользователь, чтобы начать зарабатывать в YouTube.

Во-первых, следует определиться с тематикой канала: что пользователь будет показывать, рассказывать и чему учить других пользователей. Следует понимать, что тематика должна соответствовать контенту канала. Будущее наполнение канала должно быть интересно широкой массе людей и в первую очередь, самому начинающему блогеру. Желательно, чтобы он сам хорошо разобрался в выбранной теме.

Во-вторых, необходимо создать сам канал на видеохостинге YouTube. Название канала особой роли здесь не играет. Можно его назвать, как и именем владельца канала, так и наименованием, имеющим отношение к выбранной тематике канала. Затем пользователю следует оформить канал, назначить логотип, сделать описание.

Третьим шагом можно считать создание и загрузка видео-роликов на канал. Видео лучше всего начинать снимать сразу с хорошим качеством изображения и звука. После создания видео требуется его загрузка на канал. Для более широкой популярности контента и привлечения широкой аудитории следует правильно заполнять описание и теги к загруженным роликам.

Но для того, чтобы начать зарабатывать в видеохостинге YouTube этого недостаточно. В связи с тем, что основная прибыль на YouTube идёт от рекламы, для получения дохода нужна аудитория (подписчики). По статистике, чтобы собрать некоторую аудиторию на своём канале, необходимо выложить не менее пяти видео [2].

После того как на канал подпишется примерно от 100 до 500 человек следующим шагом будет включение монетизации канала – получения прибыли от просмотра видео. Для этого личный аккаунт на YouTube подключается к партнёрской медиасети. После подключения к партнёрской программе (медиасети) включается монетизация видеоматериалов и уже начинается заработок на видеороликах. Партнерская программа видеохостинга YouTube – это возможность монетизировать видео. Партнерские медиасети YouTube выступают посредниками между, так называемым, блогером и видеохостингом YouTube, помогают оптимизировать видео, разрешают монетизировать загруженные видеоролики. Партнёрская сеть распределяет рекламу различных товаров и услуг перед началом видео, либо в середине. В верхнем углу располагается реклама от Google, которую генерирует программа Google AdSense – сервис контекстной рекламы от Google. Программа Google AdSense автоматически размещает на веб-сайтах текстовые и графические объявления, подходящие по контексту.

Заработок владельца канала зависит от количества просмотров роликов. Просмотры на YouTube делятся на коммерческие и некоммерческие. Коммерческие просмотры – это просмотры видео, на которых уже стоит реклама. А некоммерческие – это просмотры тех видео, на которых нет рекламы. В среднем, за 1000 коммерческих просмотров заработок владельца канала составляет 1\$ [3].

Существует большое количество партнёрских медиасетей, к которым можно подключиться для включения монетизации канала, например AIR, ATG Media, Quiz Group, VSP Group, логотипы которых показаны на рисунке 1.



Рисунок 1 – Логотипы популярных партнёрских медиасетей

У каждой партнерской медиасети существуют свои требования и ограничения для подключения к ним.

Рассмотрим специфику партнёрских медиасетей на примере AIR (Agency of Internet Rights), которая имеет ряд особенностей и преимуществ:

- 1 реферальная программа: 1 уровень – 10 %, 2 уровень – 4 %, 3 уровень – 1 %, можно предлагать владельцам каналов рассмотреть заработок на AIR без развития своего канала;
- 2 удобный вывод средств: платежные системы PayPal, WebMoney, банковский перевод, денежные переводы по системам Юнистрим, SWIFT, Western Union;
- 3 максимум 3 предупреждения (страйка) от правообладателя за нарушения авторских прав. Под страйком (Strike) понимается наказание за грубое нарушение принципов сообщества YouTube или результат подачи жалобы правообладателем на видео, которое нарушает его права. Со страйком канал становится практически бесполезным;
- 4 наличие хорошей технической поддержки, помощи в развитии канала, улаживание конфликтных ситуаций, защита авторских прав;
- 5 возможность создания интернет-магазина, например, с атрибутикой канала [4].

Существуют минимальные требования для подключения канала YouTube к медиасети AIR: во-первых, наличие 3000 просмотров и 100 подписчиков, во-вторых, отсутствие нарушений правил на канале. При подключении второго канала необходимо 1500 просмотров и 50 подписчиков.

Выплаты проводятся один раз в месяц, при этом минимальная сумма на вывод составляет 0,5\$ со всех каналов. Формирование финансового отчета за отчетный месяц происходит с 10 по 15 число. Ранее при подключении требовалось заключение договора со сроком на 1 год. Теперь медиасеть AIR убрала этот пункт. Распределение дохода – 70 % владельцу канала, 30 % AIR.

Уровень дохода владельца канала зависит от разных факторов: тематики канала, количества коммерческих показов рекламы, уникального контента, места воспроизведения видео (в каждой стране разные расценки в расчете на 1000 коммерческих показов), сезонности.

Примечательно, что после года работы с данной медиасетью, владелец канала может провести переговоры с администрацией медиасети для увеличения своей прибыли. После чего распределение дохода может быть, например, следующим: владельцу канала от 75 % до 80 % и 25 % – 20 % партнёрской медиасети AIR.

Так же существует реферальная программа, по которой остальные блогеры могут подключиться к данной медиасети через канал владельца, и он будет получать 10 % от их дохода.

Помимо указанных партнёрских медиасетей, существует и официальная партнёрская программа от YouTube. Но у данной программы большие требования к каналу, низкие цены за рекламу и слабая защита авторских прав.

Ещё одним надежным способом заработать на рекламе является реклама напрямую с заказчиками. Заказчики могут связаться с владельцем канала сами, либо владелец может самостоятельно связаться с заказчиками. Договорившись о цене и условиях рекламы, владелец канала уже в самом видео может прорекламить продукт либо услугу заказчика. Кроме того, можно рекламировать каналы других блогеров. Данный вид рекламы приносит хороший доход.

В сети Internet существует множество ресурсов, на которых приведена статистика популярности каналов на видеохостинге YouTube, проводится анализ посещаемости каналов и просмотра видеороликов за выбранный период или за все время существования канала. Например, на сайте [whatstat.ru](http://whatstat.ru) (рис. 2) показан рейтинг русскоязычных каналов по следующим критериям: количество подписчиков, количество просмотров и примерная прибыль.

#	Канал	Подписчики	Просмотры	Прибл. доход, \$
1	 AdamThomasMoran	7 280 115	1 377 848 832	453.9K – 567.3K
2	 EeOneGuy	7 161 466	1 566 252 560	515.9K – 644.9K
3	 Get Movies	6 542 237	8 303 779 763	2.7M – 3.4M
4	 Маша и Медведь	6 007 516	7 616 062 870	2.5M – 3.1M
5	 This is Хорошо	5 426 862	1 045 094 711	344.3K – 430.3K
6	 FROST	4 766 578	1 895 851 019	624.5K – 780.6K
7	 TheKateClapp	4 314 001	440 461 489	145.1K – 181.4K
8	 SlivkiShow	4 150 695	490 140 783	161.5K – 201.8K
9	 TheBrainDit	4 053 953	1 216 510 931	400.7K – 500.9K
10	 MrLololoshka (Роман Фильченков)	3 925 554	943 744 567	310.9K – 388.6K

Рисунок 2 – ТОП-10 русскоязычных каналов на YouTube

Как видно из рисунка, на первом месте по количеству подписчиков находится канал «AdamThomasMoran». Однако, лидером по просмотрам и получаемой прибыли от деятельности на YouTube является канал «Get Movies».

Русскоязычный канал «Get Movies» содержит огромное количество разнообразных фильмов, мультфильмов, передач, развлекательных шоу и т. п. Канал был зарегистрирован 16 декабря 2006 года. На данный момент канал имеет 6 542 237 подписчиков, 2 474 видео и 8 303 779 763 просмотров. Приблизительный средний доход в сутки составляет 4 300\$. Средний прирост подписчиков за день составляет около 11 300 человек [5].

Статистика посещаемости канала «Get Movies» за вторую неделю апреля 2016 года показана на рисунке 3.



Рисунок 3 – Статистика канала Get Movies

Подводя итог можно сделать вывод, что при правильных действиях владельца канала, желания развивать его, должного качества контента и привлекательности для остальных зрителей, видеохостинг YouTube может стать отличным вариантом для получения прибыли.

## Литература

- 1 Как заработать на YouTube [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=DAZ7UV-zEAg>. – Дата доступа: 06. 04. 2016.
- 2 Видеохостинг YouTube [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=HR2u22VIaGQ>. – Дата доступа: 06. 04. 2016.
- 3 Список партнёрских медиасетей [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://vipyoutube.ru/spisok-partnerskich-programm-youtube>. – Дата доступа: 07. 04. 2016.
- 4 Сайт партнёрской медиа сети AIR [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.air.io>. – Дата доступа: 07. 04. 2016.
- 5 Статистика каналов на YouTube [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://whatstat.ru/channels/top100>. – Дата доступа: 12. 04. 2016.

*Я. И. Трезубова*

## ПУТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ГОРОДА ГОМЕЛЯ КАК РЕГИОНАЛЬНОГО БРЕНДА

*В статье рассматриваются пути позиционирования города Гомеля как регионального бренда. Обоснована необходимость брендинга города. Исследуются сложившиеся условия развития бренда города Гомеля по следующим слагаемым: политика, люди, культура, бизнес и инвестиции, экспортные бренды, туризм. По каждому исследуемому элементу бренда приводятся рекомендации, разработанные для повышения эффективности брендинга. Отмечены особенности позиционирования города как областного центра. Сделаны выводы о перспективах продвижения города Гомеля как территориального бренда.*

Процесс управления конкурентоспособностью региональной экономики предполагает, в том числе, и разработку стратегии создания и дальнейшего продвижения бренда территории. В системе эффективных инструментов управления конкурентоспособностью региона особая роль принадлежит инструментам, способствующим формированию положительного имиджа региона, а также повышению узнаваемости регионального бренда.

Успешное решение проблем брендинга областного центра – города Гомеля – выступает одним из условий дальнейшего социально-экономического развития региона, повышения благосостояния граждан.

Брендинг территорий – это стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов. В основе брендинга лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности и самобытности территории [3].

Бренд региона – это мощный инструмент реализации стратегии развития территории, позволяющий объединить интересы различных групп, от которых зависит ее успех: населения, инвесторов, бизнесменов, властей [1, с. 71]. Территориальный брендинг базируется на синергии стратегии и коммуникаций, а также взаимодействии вышеуказанных целевых аудиторий (являющихся и потребителями брендов регионов), нацелен на развитие и продвижение территорий и территориальных объектов [2]. При этом бренд региона выполняет как экономическую функцию рычага создания добавленной стоимости, так и важнейшую социальную роль инструмента повышения жизненной мотивации жителей региона [1, с. 71].

Для восприятия бренда целевой аудиторией формируют запоминающиеся, красочные образы, основанные на ассоциативных связях, легко воспринимаемых и проверяемых фактах, подтверждающих идею бренда. Вокруг культурных объектов или мероприятий, ставших брендами региона, начинает формироваться инфраструктура: гостиницы, дороги, пункты питания и т. д. В эти объекты будут поступать частные инвестиции [3]. В этой связи партнерство государства и бизнеса позволит решить многие проблемы создания объектов туристической инфраструктуры, социально-экономического развития региона на основе историко-культурного наследия.

Брендинг г. Гомеля взаимосвязано с формированием положительного имиджа Республики Беларусь в целом. На сегодняшний день в данном направлении государство уже достигло позитивных результатов. Примерами тому могут служить успешное проведение Чемпионата мира по хоккею в 2014 году, завоевание трех золотых медалей

на зимних Олимпийских играх в 2014 году биатлонисткой Дарьей Домрачевой, строительство Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» и другие достижения в различных сферах общественной жизни страны.

На данный момент на сайте Министерства спорта и туризма Республики Беларусь опубликован проект концепции Государственной программы по развитию туризма в стране на 2016–2020 годы. Концепцией предусмотрен комплекс мероприятий по продвижению и развитию образа Беларуси как привлекательного туристического региона, что позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей экономики страны. Маркетинговая политика, как и прежде, будет основываться на «темах года». Еще одно важное направление – развитие воздушного сообщения с Беларусью, привлечение новых бюджетных авиаперевозчиков и модернизация существующих аэропортов [4]. Например, в конце октября 2014 года было принято решение о ребрендинге авиакомпании «Белавиа» [5]. Авторский дизайн с использованием василька как истинно белорусского образа, созданный Ильёй Андреевым, олицетворяет мирную и красивую страну. В связи с этим нельзя не согласиться со словами дизайнера: «Продвигать флагман гражданской авиации в какой-то мере равно продвигать страну». Действительно, когда иностранцев просят описать национальный характер белорусов, они неизменно характеризуют наших граждан как трудолюбивых, порядочных, дружелюбных и отзывчивых людей. Таким образом, имидж Республики Беларусь уже сформирован на довольно высоком уровне.

Эффективность созданного бренда территории может оцениваться по таким критериям, как индивидуальность, ассоциативность бренда, особенности его позиционирования.

Для исследования сложившихся условий развития бренда г. Гомеля необходимо обозначить элементы, из которых складывается бренд региона. Современная теория брендинга территорий предлагает концепцию конкурентной идентичности, разработанную одним из ведущих мировых специалистов в области брендинга Саймоном Анхольтом. Учёный предложил альтернативу специализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте (например, туризме) подходу – комплексный, диверсифицированный подход к брендингу территорий. Концепция конкурентной идентичности представлена в виде шестиугольника, совокупности шести элементов современного бренда территории: политика, люди, культура, бизнес и инвестиции, экспортные бренды, туризм [3].

Исследуем элементы, формирующие бренд г. Гомеля, и по каждому элементу разработаем предложения (рекомендации).

**1 Политика.** Власти г. Гомеля активно формируют положительный образ региона в средствах массовой информации. Широким списком представлены города-партнеры и города-побратимы Гомеля [6]. Информированию населения способствует сайт Гомельского городского исполнительного комитета, на котором своевременно появляется описание происходящих в городе событий; оформлены рубрики по всем важнейшим сферам, перечень рубрик достаточный; дизайн сайта современный; фон и заставки способствуют восприятию информации.

**Рекомендации.** Целесообразно предусмотреть перевод материалов сайта: три языковые версии (рус., бел., англ.) будут привлекательны для различных слоев населения нашего общества, будут способствовать продвижению бренда Гомеля в глобальном информационном пространстве.

Для проведения единой политики продвижения бренда г. Гомеля целесообразно утверждение концепции брендинга города, предусматривающей общие требования к наполнению сайтов районных администраций. Концепция брендинга служит основой для разработки стратегии формирования бренда региона. Оптимальный период реализации стратегии – 15–20 лет.

**2 Люди.** Наиболее распространенным за рубежом (и в то же время важнейшим внутри страны) является представление о талантливом и инициативном населении

региона, среди которого немало одаренных художников, музыкантов, писателей, ученых и исследователей, успешных спортсменов и прочих деятелей культуры, искусства, науки и спорта. Жизненный путь выдающихся личностей является объектом внимания СМИ, что способствует повышению чувства гордости, патриотизма гомельчан, а в памяти иностранцев надолго остаются известные люди, с которыми ассоциируются страна и регион их происхождения.

Рекомендации. Целесообразно активизировать работу по поиску «неординарных и талантливых», развивать местные инициативы путем организации и проведения различных конкурсов во всех сферах, включая сферу предпринимательства. Важным является составление книги с документальными материалами о выдающихся личностях, связанных с Гомелем. В конечном счете талантливые жители города получают признание не только в Беларуси, но и за рубежом.

3 *Культура*. В г. Гомеле функционирует и развивается широкий ряд учреждений культуры, искусства, спорта. Гомельский дворцово-парковый ансамбль Румянцевых и Паскевичей представлен в предварительный список Всемирного наследия ЮНЕСКО [7]. Гомель отличается высоким уровнем развития науки и образования. Особенностью города является ухоженность и почти идеальная чистота улиц. 2016 год в Республике Беларусь объявлен Годом культуры, что подчеркивает необходимость проведения большого числа фестивалей, выставок, концертов. В Гомеле проводятся Международный фестиваль хореографического искусства «Сожскі карагод», Международный фестиваль театрального искусства «Славянские театральные встречи», Фестиваль инструментальной музыки «Ренессанс гитары» и прочие масштабные мероприятия [6].

Рекомендации. Целесообразной видится организация Фестиваля рок-музыки, т. к. Гомель славится большим количеством рок-музыкантов. Фестиваль привлечет в областной центр множество поклонников данного жанра музыки из других городов Беларуси и зарубежных стран. При проведении мероприятий – с целью стимулирования развития событийного туризма – гостиницам города целесообразно пересматривать ценовую политику (снижение цен позволит увеличить объем гостиничных услуг и, следовательно, показатели рентабельности), а также оптимизировать время работы объектов общепита в г. Гомеле, расписание общественного транспорта.

Предлагается создание креативного логотипа города посредством организации открытого конкурса творческих работ. Такие логотипы являются дополнением к гербам городов: не конкурируют с ними и позволяют решать ежедневные вопросы продвижения бренда города, а также продвижения организаций, учреждений, продукции, туристических объектов, социально значимых проектов.

Важной видится дальнейшая популяризация гимна города.

4 *Бизнес и инвестиции*. В 2014 году Гомель занимал второе место в республике после г. Минска в рейтинге инвестиционной активности, что свидетельствует о высоком уровне инвестиционной привлекательности региона [8].

Рекомендации. Целесообразно проведение промышленных туров и промышленных экскурсий на предприятия г. Гомеля в рамках обмена опытом, а также для привлечения инвесторов. По окончании таких туров и экскурсий рекомендуется публиковать на официальных сайтах предприятий яркие, живые фотоотчеты, чтобы продемонстрировать открытость и инициативность сотрудников, а также их стремление к активному сотрудничеству с партнерами.

Необходимо проводить различные бизнес-форумы, а также курсы и семинары по обучению персонала передовым методам управления.

5 *Экспортные бренды*. Гомель характеризуется высоким уровнем экспортного потенциала, что находит отражение в таких широко известных (в том числе за рубежом) брендах, как «Белоруснефть», «СтанкоГомель», «Гомсельмаш», «Гомельстекло», «Кристалл», «Беккер-систем», «Гомельдрев», «Спартак», «8 марта», «Коминтерн», «Труд» и других [6]. Интересный проект по созданию тематических туристических

маршрутов Belarus N, предложенный сотрудниками РУП ПО «Белоруснефть», может быть включен в Государственную программу развития туризма на 2016–2020 годы [9]. Предполагается, что хозяева агроусадеб, руководители предприятий, представители органов власти и мест отдыха будут создавать тематические маршруты для путешествий. Связующим звеном на них выступят заправочные станции, которых у «Белоруснефти» на данный момент около 550 по всей стране. Они станут информационными и экипировочными центрами, где туристы смогут заказать путешествие по направлению и купить карты, сувениры, связанные с маршрутом. Реализация данного проекта будет способствовать увеличению экспортного потенциала г. Гомеля и развитию туристской отрасли в регионе одновременно.

Рекомендации. Для дальнейшего позиционирования областного центра в качестве региона с развитыми производственными мощностями и качественной выпускаемой продукцией (оказываемыми услугами) гомельским предприятиям следует усиливать ориентацию на экспорт. Для этого необходимо разработать эффективные маркетинговую и сбытовую стратегии на каждом отдельно взятом предприятии с привлечением квалифицированных специалистов.

6 *Туризм*. На территории г. Гомеля находится множество историко-культурных ценностей: Гомельский дворцово-парковый ансамбль, дворец Румянцевых и Паскевичей, «Охотничий домик», Часовня-усыпальница князей Паскевичей, Костел Рождества Божией Матери, Гомельский парк и другие [6].

Рекомендации. Целесообразно создать 3D-панорамы каждой относительно крупной достопримечательности города. На данный момент на сайте Национального агентства по туризму уже представлены некоторые 3D-панорамы – виртуальные туры по достопримечательностям страны, в том числе Мирский и Несвижский замки, Национальная библиотека, Гомельский дворцово-парковый ансамбль и другие [10]. Оптимальным будет расширение и пополнение списка таких 3D-панорам, так как это вдохновит иностранцев и белорусов из других городов увидеть эти объекты историко-культурного наследия воочию.

Перспективно проведение квест-экскурсий, которые от традиционной обзорной поездки по достопримечательностям отличаются познавательно-развлекательным характером и элементами игры в стиле поиска сокровищ. Так, группа туристов делится на несколько команд, и каждой из них вручается индивидуальный квест-маршрут для самостоятельной интерактивной экскурсии по городу. В конце все игроки собираются в условленном месте, где выявляется победитель.

Таким образом, разработанные предложения по формированию бренда будут способствовать позиционированию г. Гомеля как активно развивающегося, уникального, неповторимого современного города, привлекательного для инвестиций, перспективного для международного сотрудничества областного центра.

Важным моментом при формировании бренда г. Гомеля является взаимодействие всех субъектов местного сообщества: местных органов самоуправления, региональных средств массовой информации, широкой общественности.

В результате брендинг г. Гомеля позволит воспитывать и усиливать чувство гордости за свой город и позитивно воздействовать на социальное самочувствие населения, а также способствовать удовлетворению интересов и предпочтений населения путем достижения достойного уровня жизни. Грамотно сформированный бренд, четкое позиционирование областного центра позволит органам власти и представителям бизнеса региона наиболее эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами: инвесторами, туристами, собственным населением. Мощный региональный бренд будет способствовать привлечению инвестиций, выходу гомельских предприятий на новые рынки, а также расширению уже имеющихся рынков сбыта продукции и услуг.

Для города Гомеля, как и для Республики Беларусь в целом, процесс формирования и продвижения территориального бренда – это процесс инвестирования в благоприятный

имидж, позволяющий реализовать конкурентные преимущества в борьбе за ресурсы всех видов.

В условиях бюджетных ограничений формирование территориального бренда может восприниматься как необязательный и дорогостоящий процесс. Вместе с тем реальность конкуренции такова, что действительно «дорогим» может оказаться отсутствие брендинга: уменьшение притока в регион денежных (включая инвестиционные) ресурсов, ухудшение условий продвижения продукции промышленности города, условий продвижения туристических услуг и др., как следствие – замедление социально-экономического развития региона, обострение проблем формирования городского бюджета. Важно определить приоритеты брендинга города, распределить затратную нагрузку посредством привлечения организаций, учреждений, общественности. Создание бренда региона не осуществляется стихийно за один-два года, оно может продолжаться десятилетия, поскольку данный процесс охватывает все сферы общественной жизни.

В долгосрочной перспективе бренд региона послужит основой благоприятного психологического микроклимата и будет являться источником гордости жителей за свою малую родину, что, в свою очередь, будет способствовать дальнейшему развитию и процветанию региона и, как следствие, страны в целом.

### Литература

1 Селюков, М. В. Развитие регионального брендинга как маркетинговой технологии / М. В. Селюков, Н. П. Шалыгина, Т. О. Шалыгина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6. – С. 69–73.

2 Интернет-проект Marketing.by [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.marketing.by> (дата обращения: 21.04.2016).

3 Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.marketing.spb.ru> (дата обращения: 21.04.2016).

4 Исполнительный комитет СНГ [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.cis.minsk.by> (дата обращения: 21.04.2016).

5 Портал путешествий [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.traveling.by> (дата обращения: 21.04.2016).

6 Гомельский городской исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.gorod.gomel.by> (дата обращения: 21.04.2016).

7 Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belarus.by> (дата обращения: 21.04.2016).

8 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 21.04.2016).

9 ПО «Белоруснефть» [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belorusneft.by> (дата обращения: 21.04.2016).

10 Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belarustourism.by> (дата обращения: 21.04.2016).

УДК 339.543:34

*Н. С. Ушкова*

### **ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ ТОВАРОВ ДЛЯ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ**

*В статье изложены основные вопросы, касающиеся изменений лимита на ввоз физическими лицами беспошлинных посылок из-за рубежа в Республику Беларусь;*

*рассмотрены особенности определения таможенной стоимости посылок, взимания таможенных пошлин и сборов, установления места их уплаты; определения даты месячного лимита в целях ужесточения контроля за соблюдением норм ввоза товаров.*

Сегодня следует отметить, что в соответствии с Указом Президента № 40 от 11 февраля 2016 года в Беларуси изменен лимит на беспошлинные посылки из-за рубежа.

Документ вносит изменения в Указ № 360 от 21 июля 2014 года «О перемещении через таможенную границу Таможенного союза в Республике Беларусь товаров для личного пользования». Таким образом, теперь для беспошлинного ввоза необходимо чтобы вес посылки не превышал 10 кг, а таможенная стоимость не более 22 евро в эквиваленте.

Получатель посылки вправе не оплачивать ввозную пошлину на посылку, либо несколько посылок, если лимит по установленным требованиям не превышен в течение календарного месяца [1], а ранее можно было беспошлинно ввозить до 31 кг при стоимости, не превышающей 200 евро.

В данной статье рассмотрим основные вопросы, интересующие сегодня граждан нашей республики по поводу изменений в законе и решение некоторых спорных моментов, на которые был получен ответ с помощью сотрудников государственного таможенного комитета (ГТК).

#### **Во-первых, как таможня будет определять стоимость посылок?**

Расчет таможенной стоимости производится исходя из документов, сопровождающих посылку, а также объявленной стоимости международного почтового отправления (МПО), которую указывает отправитель в документах, установленных актами Всемирного почтового союза. Если таможенная стоимость не указана либо при наличии у таможенного органа обоснованных причин полагать, что представленные документы и (или) сведения не являются достоверными, должностное лицо таможенного органа, руководствуясь пунктом 2 статьи 361 Таможенного кодекса Таможенного союза, определяет таможенную стоимость товаров на основании имеющейся в распоряжении таможенного органа ценовой информации на аналогичные товары, в том числе на основании данных, указываемых в каталогах иностранных фирм, осуществляющих розничную продажу аналогичных товаров.

#### **Во-вторых, где оплатить пошлины и сборы на посылки?**

Таможенные платежи подлежат уплате получателем в почтовом отделении, в котором будет выдаваться МПО. Информирование получателя о необходимости уплаты таможенных платежей осуществляется оператором почтовой связи.

**Товар стоит 34 доллара, а доставка из США – 98 долларов. Вес – 8 килограммов. С какой суммы будет браться пошлина?**

В соответствии с частью второй пункта 1 статьи 361 ТК ТС при ввозе товаров для личного пользования физическими лицами на таможенную территорию ЕАЭС в таможенную стоимость товаров не включаются расходы по перевозке и страхованию товаров до их прибытия и после их прибытия на такую территорию. Сумма подлежащих уплате таможенных платежей составит 8,1 евро.

#### **В-третьих, нужно ли платить пошлину за подарки?**

Каких-либо особенностей (отдельных норм) по пересылке указанной категории товаров (подарков) указом № 40 не предусмотрено. При превышении лимитов в совокупности суммы, и общего веса, будут облагаться таможенными пошлинами.

**В-четвертых, можно ли заказать посылки на один адрес, но на нескольких членов семьи?**

Указанная норма рассчитывается для каждого получателя при поступлении товаров в его адрес.

В отношении товаров, ввезенных в МПО и размещенных на временное хранение до 13 апреля (включительно), применяются нормы беспошлинного ввоза €200 и 31 килограмм.

**В-пятых, акционный товар был приобретен за 20 евро. Посылка пришла через две недели, месяц, и этот товар уже стоит на сайте 35 евро. Как таможня будет оценивать стоимость? Какие факты надо предъявлять?**

Физическое лицо вправе доказывать достоверность сведений, представленных для определения таможенной стоимости. Для этого ему необходимо предоставить документы, подтверждающие заявленную стоимость (договор, спецификация, счет-фактура, товарный чек, квитанция об оплате и так далее).

При несогласии с таможенной стоимостью, определяемой таможенным органом для расчета таможенных платежей, получатель товара вправе предоставить в таможенный орган документы, на основании которых может быть определена таможенная стоимость пересылаемого товара (договор, спецификация, счет-фактура, товарный чек, квитанция об оплате и так далее).

В качестве дополнительных документов таможенным органом могут быть приняты интернет-каталоги с публично размещенной информацией о стоимости пересылаемых товаров, распечатки страниц банковских переводов и прочее.

**А если получатель не согласен со стоимостью посылки, можно ли ее оспорить?**

Если при выпуске МПО стоимостный и весовой лимиты не были превышены и данное МПО было выдано оператором почтовой связи получателю, таможенная стоимость таких товаров впоследствии пересмотрена быть не может.

Но если получатель не согласен со стоимостью, указанной отправителем, он имеет право не получать такое МПО и информировать оператора почтовой связи о необходимости возвращения его в место (учреждение) международного почтового обмена, в котором осуществлялся выпуск. После этого получатель может письменно обратиться в таможенный орган и приложить оригиналы документов, подтверждающих стоимость пересылаемых товаров.

**В-шестых, от какой даты нужно считать месячный лимит по посылкам?**

Указом № 360 определено, что в целях контроля за соблюдением норм ввоза товаров, пересылаемых в МПО, освобождаемых от уплаты таможенных платежей, таможенными органами принимается во внимание дата регистрации МПО на складе временного хранения.

**В-седьмых, будут ли при провозе товаров через границу учитываться несовершеннолетние?**

Нормы беспошлинного ввоза распространяются на товары независимо от возраста лица, их перемещающего. Возраст гражданина учитывается только при перемещении алкогольной продукции, пива и табачных изделий. Следует отметить, что алкоголь и табачные изделия могут ввозить только совершеннолетние граждане.

Таможенное декларирование товаров для лица, не достигшего шестнадцатилетнего возраста, производится лицом, сопровождающим его (одним из родителей, усыновителем, опекуном или попечителем этого лица, иным сопровождающим его лицом либо представителем перевозчика при отсутствии сопровождающих лиц, а при организованном выезде (въезде) группы несовершеннолетних лиц без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей, иных лиц – руководителем группы либо представителем перевозчика).

**В-восьмых, нормы будут распространяться на транспортное средство или на человека?**

Нормы беспошлинного ввоза распространяются на товары, перемещаемые конкретным гражданином, а не транспортным средством.

**В-девятых, как будут проверять превышение лимита в 300 евро у тех, кто ездит за границу чаще трех раз в месяц?**

В случае если вами будет осуществляться ввоз нескольких единиц товаров, в том числе видов продуктов питания, то вы самостоятельно будете определять среди них товары (продукты питания), общая таможенная стоимость и (или) вес которых не превышает 300 евро и 20 килограммов.

**В-десятых, нужно ли платить пошлины на посылки из ЕЭП России и Казахстана?**

Следует полагать, что вопрос касается МПО, пересылаемых между государствами – членами ЕАЭС, в который в настоящее время входят Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация.

В данном случае такие МПО считаются внутрисоюзными почтовыми отправлениями, не подлежат таможенному контролю, в отношении них не совершаются таможенные операции и не уплачиваются таможенные платежи.

**Могут ли помочь эти меры белорусской экономике? Такая ли фатальная ситуация с посылками и покупкой товаров за границей, чтобы вводить пошлины и урезать лимиты?**

По мнению старшего аналитика «Альпари» Вадим Иосуба: «В краткосрочной перспективе польза есть: больше валюты останется в стране. Но при этом, как я уже говорил, консервируется структурное отставание, низкое качество продукции. Более того, убираются стимулы, чтобы что-то менять. В рыночной экономике неэффективное производство, как правило, банкротится. И ресурсы идут туда, где получается дешево и качественно. А так консервируется неэффективное использование ресурсов. Придумывают, как бы заставить нас пользоваться дорогими и некачественными товарами вместо того, чтобы наладить производство недорогих и качественных. В целом это долгосрочный вред для экономики».

### Литература

1 Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 27.03.2016).

2 Как будут определять стоимость посылок и проверять их на границе после 14 апреля [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [https:// people.onliner.by](https://people.onliner.by) (дата обращения: 28.04.2016).

УДК 001.895:33(476)

*В. А. Федоренко*

### ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*В современных условиях инновации представляют собой ключ к устойчивому росту и экономическому развитию в глобальном масштабе. Наука и инновации превратились в важнейший фактор социально-экономического развития. Для регионов Республики Беларусь успешное развитие науки и инновационной деятельности имеет стратегическое значение. Инновации служат сегодня основой экономической безопасности страны, в значительной степени определяют экономический рост субъектов рыночной экономики, а, следовательно, и занятость населения, и рост производительности труда, а также являются существенным фактором социально-экономического развития региона.*

В 2007 году руководством Республики Беларусь провозглашен курс, предусматривающий перевод национальной экономики на путь инновационного развития. В рамках данного курса основные усилия научно-инновационного комплекса Республики Беларусь были сконцентрированы на реализации двух Государственных программ инновационного развития на 2007–2010 гг. и на 2011–2015 гг. Реализация этих программ оказала положительное влияние на динамику инновационного развития национальной экономики.

Ключевым достижением государственной инновационной политики в 2007–2015 гг. стало формирование законодательства в сфере инновационного развития Республики Беларусь: закон «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь»; указы Президента Республики Беларусь «О дополнительных мерах по стимулированию научной, научно-технической и инновационной деятельности» и «О мерах по повышению эффективности использования объектов интеллектуальной собственности» и др.

В национальной инновационной системе важное место отводится совершенствованию региональной научно-технической политики, обеспечению оптимального сочетания общереспубликанских, отраслевых и региональных интересов в научно-технической сфере. Основная цель региональной научно-технической программы Гомельской области «Научно-техническое обеспечение социально-экономического развития Гомельской области» – повышение конкурентоспособности промышленного и сельскохозяйственного производства с использованием ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий, разработка информационных и телекоммуникационных технологий для улучшения уровня жизни населения, увеличение доли интеллектуальной собственности в отечественных изделиях, снижение импорта и наращивание экспорта.

Важнейшими показателями результативности инновационной деятельности, связанной с трансформацией идей в новые или усовершенствованные продукты, услуги, технологические процессы, внедренные на рынке, являются уровень инновационной активности предприятий и организаций отраслей экономики, а также объемы выпуска новой продукции. Именно инновационно активные предприятия уже сейчас определяют будущее развитие экономики страны и ее регионов.

Гомельская область удерживает позицию индустриального лидера. В 2015 году в регионе произведено промышленной продукции на 9,5 млрд. долл. США. За последнюю пятилетку – более чем на 60 млрд. долл. США. По результатам прошлого года темп роста валового регионального продукта (ВРП) сложился на уровне 95,5 % с объемом 91 трлн. руб., что составляет десятую часть валового внутреннего продукта (ВВП) республики. По этому показателю наша область занимает третье место после Минска и Минской области. Экономика региона является экспортно ориентированной – 60 % всей произведенной продукции идет на экспорт, на рынки 100 стран ближнего и дальнего зарубежья. Впервые продукция поставлена в Албанию, Доминиканскую Республику, Камбоджу, Кувейт, Судан.

В числе важнейших задач – привлечение инвестиций. В 2015 году в экономику вложено около 40 трлн. руб. Объем прямых иностранных инвестиций превысил 234 млн. долл. США. Сейчас в области работает капитал из 40 стран мира, действует более 300 предприятий с иностранными инвестициями [5, с. 2].

Завершена реализация крупных проектов на ОАО БМЗ, СП ОАО «Спартак», УП «Калинковичский молочный комбинат» и ряде других предприятий. В ближайшем будущем в строй будут введены другие важные объекты в нефтеперерабатывающей и целлюлозно-бумажной отраслях. На проектную мощность должны выйти ОАО «Гомельдрев», ОАО «Речицадрев» и РПУП Мозырский ДОК.

За минувшие годы проведена значительная работа по формированию и развитию инновационной инфраструктуры в Гомельской области. Гомельская область по научному и научно-техническому потенциалу занимает второе место в республике, а по

промышленному – первое. В Гомельской области более 1 500 человек с учеными степенями доктора и кандидата наук работают в 42 научных, учебных и проектных учреждениях. Здесь расположены Гомельский филиал НАН, 8 вузов, более 20 отраслевых научных и проектных институтов, специальных конструкторских и конструкторско-технологических бюро, Гомельский научно-технологический парк [2, с. 8].

В г. Гомеле действуют региональное отделение Республиканского центра трансфера технологий, Региональный центр маркетинга (РЦМ) при Гомельском государственном университете им. Ф. Скорины и центры трансфера технологий (ЦТТ) Белорусского государственного университета транспорта, Гомельского технического университета имени П. О. Сухого, оказывающие содействие субъектам научной, инновационной и хозяйственной деятельности в проведении маркетинговых исследований, трансфере технологий, коммерциализации научно-технических разработок и объектов интеллектуальной собственности, в организации научно-технического и производственного сотрудничества, в реализации продукции и услуг.

Много внимания уделяется вопросам, связанным с повышением конкурентоспособности продукции региональных производителей, созданием благоприятных условий для развития наукоемких производств и организаций, оказанием помощи государственным организациям по разработке инвестиционных проектов и продвижению их на рынок.

Так, если в 2013 году затраты на технологические инновации по Гомельской области составили 2 203 494 млн. руб., то в 2014 году они составили 4 107 198 млн. руб. Кроме того, в 2014 году 58,2 % всех затрат на технологические инновации составили расходы на продуктовые инновации, т.е. расходы на разработку и внедрение технологически новых и технологически усовершенствованных продуктов. В 2013 году эти затраты составили 64,2 %. При этом основным источником финансирования технологических инноваций по Гомельской области в 2014 году являлись средства бюджета – 94 652 млн. руб. (2013 г. – 74 956 млн. руб.), средства иностранных инвесторов, включая иностранные кредиты и займы – 60 348 млн. руб. (в 2013 г. – 50 434 млн. руб.), средства других организаций – 128 924 млн. руб. (2013 г. – 125 830 млн. руб.) [1].

При этом низкий уровень инновационной активности остается характерной чертой развития инновационной деятельности в регионе. Анализ показателей, характеризующих инновационную деятельность организаций промышленности в регионах 2014 года показал, что удельный вес инновационно-активных организаций, осуществлявших затраты на технологические инновации, в общем числе обследованных организаций промышленности в Гомельской области, самый низкий среди регионов – 14,4 %. По удельному весу отгруженной продукции в общем объеме отгруженной продукции промышленности в 2014 г. Гомельский регион (18,5 %) опережает только Витебская область (27,8 %). Если в 2013 году число организаций промышленности, осуществлявших технологические инновации, составило 53, то в 2014 г. – 38 [4, с. 586–587]. Эти показатели свидетельствуют о невысокой активности предприятий в осуществлении инновационной деятельности.

В Гомельской области позитивные изменения в инновационной сфере идут медленно. Вместе с тем, на фоне достаточно низкого уровня инновационной активности в регионе прослеживается тенденция повышения эффективности инновационной деятельности.

Несмотря на созданную в Республике Беларусь в 2007–2014 гг. нормативную правовую базу, к настоящему времени не удалось добиться главного: обеспечить перевод белорусского общества, его ключевых подсистем на путь инновационного развития и повысить на этой основе уровень национальной (региональной) конкурентоспособности в системе международного разделения труда. В 2015 году не выполнено пять из девяти важнейших параметров прогноза социально-экономического развития – по росту ВВП, производительности труда, экспорта и реальных доходов населения, а также по объему строительства жилья с господдержкой. Не удалось обеспечить запланированную

динамику в отраслях и экономике в целом. По сравнению с уровнем 2014 года снижены объемы промышленного производства, строительства, сельскохозяйственного производства, торговли.

Не удалось преодолеть проблемы, тормозящие инновационное развитие Гомельской области [3, с. 37]:

- отсутствие у местных органов власти реальных механизмов организационной и достаточной финансовой поддержки научно-технической и инновационной деятельности;
- необходимость формирования механизмов управления инновационными процессами в регионах и создание соответствующих управленческих структур;
- недостаток в регионах квалифицированных кадров, способных создавать и осваивать инновационную продукцию;
- низкий уровень информационного обеспечения для отбора и оценки научно-исследовательских, инновационных и инвестиционных проектов;
- недостаточное методическое обеспечение основных элементов инновационной инфраструктуры как в Гомельской области, так и в республике в целом;
- высокий уровень физического и морального износа активной части основных производственных фондов, который является одним из основных факторов, ограничивающих выпуск современной конкурентоспособной продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках;
- слабая развитость рыночных институтов и рыночной инфраструктуры, недостаточное развитие инновационной сферы, что не позволяет достичь необходимого уровня конкурентоспособности экономики и является в современных условиях одним из главных препятствий экономического роста;
- необходимость решения ряда экономических, экологических и медико-биологических вопросов, связанных с катастрофой на Чернобыльской АЭС.

Для совершенствования механизма инновационного развития региональной (национальной) экономики целесообразно предложить следующие пути решения проблем:

- для реализации имеющегося научно-технического потенциала необходимо увеличить объем внедрения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в реальное производство и добиться максимального их использования в экономике региона;
- ускоренное внедрение инноваций на всех стадиях производства, в первую очередь за счет отмены налоговых и других выплат на новое оборудование и новейшие технологии (в том числе и ресурсосберегающие);
- увеличение государственного финансирования НИОКР;
- в полной мере задействовать в регионе все возможные источники финансирования, сегодня – это в основном собственные средства организаций и кредиты банков;
- повышение собственных финансовых возможностей предприятий в сфере технического перевооружения посредством сокращения сроков амортизации активного оборудования (до 5–7 лет) и переход к заявительному принципу ускоренной амортизации;
- использование передового опыта стимулирования инновационной активности новаторов и их поддержка на предприятии;
- стимулирование участия малых и средних компаний в государственных научно-технических программах, а научно-технические программы сделать более открытыми для такого участия;
- внедрение принципов клиентоориентированного бизнеса;
- использование мирового опыта повышения инновационной активности предприятий, в частности: сформировать систему специализированных внебюджетных фондов, предоставляющих условно-возвратные кредиты, которые погашаются при достижении коммерческих результатов либо компенсируются из централизованных фондов в случае негативного результата, или безвозвратные субсидии предприятиям для целевого использования финансирования НИОКР и инновационной деятельности;

– система государственной поддержки инноваций в Республике Беларусь должна допускать более высокий уровень риска и проявлять большую терпимость к неудачам отдельных проектов путём предоставления финансовой помощи – гранты и субсидии на выполнение НИОКР независимо от результатов инновационного процесса, коммерциализацию;

– обучение и внедрение в практику стратегического маркетинга, основной задачей которого является поиск рынков сбыта продукции;

– дальнейшее совершенствование системы защиты прав на результаты интеллектуальной собственности, т. е. создать патентные суды. Необходим рынок патентов и лицензий;

– наличие системы экспертизы идей, оценки их эффективности и перспектив;

– сформировать механизм венчурного финансирования в государстве;

– осуществлять государственную поддержку венчурных фирм;

– создать банки, которые специализировались бы на кредитной поддержке инновационной деятельности.

Таким образом, инновационное развитие Гомельской области тесно связано с особенностями развития региона в условиях международной интеграции и во многом определяется проводимой в Республике Беларусь государственной инновационной политикой. Для того чтобы инновации стали движущей силой экономического роста, необходимо создание отлаженной системы, в которой новые знания будут воплощаться в готовые, востребованные обществом и экономикой результаты. Гомельская область в силу своего высокого научного и промышленного потенциала, географического расположения и экологического положения может и должна находиться в авангарде развития научно-инновационной деятельности среди регионов страны.

### Литература

1 Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь. Эталонный банк данных правовой информации // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015. – URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 08.04.2016).

2 Пирштук, Б. К. Важно удержать позиции / Б. К. Пирштук // Народная газета. – 2015. – 11 декабря (спец. вып.). – С. 8.

3 Пугачева, О. В. Региональные аспекты инновационной деятельности в научно-образовательной сфере / О. В. Пугачева // Потребительская кооперация. – 2012. – № 4. – С. 40–47.

4 Регионы Республики Беларусь. Социально-экономические показатели : стат. сб. – Т.1 / Нац. стат. комитет РБ. – Минск: Нац. стат. комитет РБ. – 2015. – 756 с.

5 Старовойтов, Р. А. Мы живем во времена экономического патриотизма / Р. А. Старовойтов // Гомельская правда. – 2016. – №33 (март). – С. 2.

УДК 657.6:336.532.2

*А. П. Харламова*

### АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

*Аудит эффективности, доказавший свою действенность в части оптимизации государственных расходов, на сегодняшний день является преобладающим в деятельности*

*высших органов государственного финансового контроля большинства развитых стран мира, а также активно внедряется в ряде развивающихся стран, что обусловлено его особой актуальностью в условиях предельной ограниченности ресурсов, учитываемая цели его осуществления.*

Важнейшим элементом системы эффективного управления в финансово-хозяйственной сфере является финансовый контроль, в структуре которого принято различать государственный, ведомственный, внутрихозяйственный, независимый (аудит) и общественный контроль. Выше названные виды финансового контроля предполагают проверку законности и правильности распределения финансовых ресурсов и ведения бухгалтерского учета.

В современных условиях хозяйствования, такой подход к проведению контрольных мероприятий в сфере финансов является весьма ограниченным, поэтому мировые тенденции развития финансового контроля направлены на своевременное выявление негативных отклонений от намеченных заданий, обоснование методов их устранения, а также формирование предложений по повышению эффективности деятельности проверяемого субъекта хозяйствования.

Этим требованиям отвечает такой вид финансового контроля как аудит эффективности, который получил широкое распространение в экономически развитых странах (США, Канаде, Великобритании, Австралии и др.), а сейчас активно внедряется в ряде развивающихся стран мира (Пакистане, Индии, Бангладеш и др.) [1, с. 27].

Понятие аудита эффективности в мировой экономической практике не новое. Впервые о нем заговорили почти 40 лет назад, когда в 1977 г. на Конгрессе Международной организации высших органов финансового контроля (ВОФК) (INTOSAI) была принята Лимская декларация руководящих принципов контроля. В данной декларации говорилось о том, что в дополнение к аудиту законности и правильности финансового управления и бухгалтерского учета, который сохраняет свое значение, имеется и другой, в равной степени важный тип аудита, который ориентирован на проверку эффективности, экономичности и результативности государственного управления [2, с. 4].

С тех пор в мировой экономической практике был накоплен немалый положительный опыт. На сегодняшний день в экономической литературе различают несколько разновидностей аудита эффективности (аудит выполнения, аудит соотношения цены и качества, аудит эффективности использования государственных средств, операционный аудит, аудит управления), которые имеют отношение как к использованию государственных средств, так и частного капитала, а объединены они одним понятием благодаря общей целевой направленности, предполагающей оценку экономичности, продуктивности и результативности произведенных затрат на осуществление различных видов деятельности и программ. Выше названные цели и отличают аудит эффективности от финансового аудита, который направлен на установление достоверности и правильности составления бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Наиболее широкое применение в мировой практике аудит эффективности нашел в деятельности ВОФК, что является результатом признания его возможностей оказывать значительное положительное воздействие на качество управления в общественном секторе, чем традиционный финансовый аудит.

Начиная с 2002–2003гг. Россия также приступила к внедрению аудита эффективности в практику деятельности Счетной палаты Российской Федерации и контрольно-счетных органов Российской Федерации, который получил название «аудит эффективности использования государственных средств». Методика его проведения была разработана с учетом положений Аудиторских стандартов INTOSAI и на основе изучения и обобщения опыта ВОГК ряда зарубежных стран по созданию методологии и проведению аудита эффективности, что обусловило абсолютное соответствие содержания

аудита эффективности использования государственных средств и его целей международным формулировкам [1, с. 41].

Особенная актуальность аудита эффективности именно в общественном секторе обусловлена рядом причин:

- в общественном секторе нет единой ключевой меры успеха, аналогичной мере прибыли в частном секторе, используемой для оценки эффективности деятельности;
- используемые в общественном секторе ресурсы – это ресурсы, принадлежащие всему обществу, сформированные в основном за счет средств налогоплательщиков, поэтому их экономное, продуктивное и результативное использование олицетворяет ответственность власти, государства перед обществом;
- в общественном секторе конкуренция, как правило, традиционно ограничена, что не способствует созданию соревновательной (конкурентной) среды, создающей условия для повышения эффективности функционирования организаций;
- на деятельность в общественном секторе часто большое влияние оказывает потребность в достижении чисто политических целей, а также достижение социально значимых результатов в ущерб экономическим.

По сравнению с финансовым аудитом, который продолжает сохранять свое значение, аудит эффективности обладает следующими преимуществами:

- ориентирует органы управления и организации на введение лучших средств и новых систем управления, которые помогают реализовать более экономное и продуктивное, а, следовательно, эффективное управление затратами;
- улучшает осуществление существующих инструкций и процедур управления, выявляет факты несоблюдения внутренних инструкций и процедур управления, и предпринимает меры, направленные на устранение их негативных последствий и недопущение подобных фактов в будущем;
- сокращает случаи растрат, хищений и коррупции;
- способствует повышению ответственности при использовании государственных средств;
- способствует выявлению и распространению «лучших практик» работы.

Вышеперечисленные аргументы позволяют констатировать необходимость внедрения и в практику деятельности высших контролирующих органов Республики Беларусь процедуры проведения аудита эффективности использования государственных средств с целью повышения эффективности государственных расходов.

Следует отметить, что определенные шаги в этом направлении сделаны уже достаточно давно. Чтобы пресечь неэффективное использование государственных финансов, Комитет государственного контроля (КГК) в октябре 2010 г. обратился в Правительство с предложением ввести ответственность за неэффективное использование бюджетных средств. Однако это предложение в Совете министров не поддержали, обосновав это тем, что оценка эффективности использования бюджетных средств носит в большинстве случаев субъективный характер, и проводится исходя из образовательного уровня и опыта работы сотрудников контролирующих органов, и, как следствие, может быть оспорена. Тем не менее, Совмин предложил КГК четко определить понятия «неэффективное», «нерациональное» и «неэкономичное использование бюджетных средств», а также утвердить критерии оценки эффективности их использования. Однако законодательство, регулирующее отдельные сферы экономики, уже содержит меры ответственности за неэффективное использование бюджетных средств, но факт такого использования по-прежнему квалифицируется или как использование с нарушением законодательства, или как нецелевое использование.

Следует также отметить, что около 10 лет тому назад распоряжением председателя Комитета государственного контроля были утверждены Методические рекомендации о порядке организации и проведения органами Комитета государственного контроля

аудита эффективности, в которых аудит эффективности был определен как комплекс проверочных мероприятий, при осуществлении которых изучаются экономичность, продуктивность и результативность использования юридическими лицами бюджетных средств, иного государственного имущества, а также средств, высвобождаемых в результате предоставления мер государственной поддержки. В свою очередь *экономичность* в данном документе трактуется как наилучшее соотношение между ресурсами и результатами их использования, *продуктивность* – как рациональность использования ресурсов, а *результативность* предполагает степень достижения намеченных целей или решения поставленных задач. Целью же аудита эффективности определено формирование предложений по повышению эффективности деятельности проверенного юридического лица, осуществляемой с использованием государственных средств.

Вместе с тем, невзирая на такие активные шаги в данном направлении, работа по внедрению аудита эффективности в деятельность контролирующих органов Республики Беларусь продвигается не так быстро и в рамках государственного финансового контроля аудит эффективности до сих пор применяется в виде отдельных элементов. Причин сложившейся ситуации называют несколько. Одна из них – отсутствие прочной законодательной базы, из-за чего недостаточно развит понятийный аппарат и система показателей. Вторая – значительный период времени (от 12 до 16 месяцев), который требуется для планирования и проведения аудита эффективности, подготовки рекомендаций, отслеживания хода их выполнения. Третье – отсутствие подвижек во внедрении в практику бюджетного планирования программно-целевых методов [3].

Таким образом, следует констатировать тот факт, что в нашей стране аудит эффективности может пока проводиться лишь факультативно. И до тех пока законодательно не будут урегулированы соответствующие вопросы, применение аудита эффективности в системе финансового контроля Республики Беларусь останется эпизодическим, а его потенциал не будет использован в полной мере.

### Литература

1 Иванова, Е. И. Аудит эффективности в рыночной экономике : уч. пособ. для студ. спец-тей «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Е. И. Иванова. – М.: КНОРУС, 2009. – 328 с.

2 Лимская декларация руководящих принципов контроля INTOSAI [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.eurosa.org> (дата обращения: 20.04.2016).

3 Курлыко, А. Аудит эффективности. Новый этап в осуществлении контрольной деятельности / А. Курлыко // Государственный контроль. – 2012. – № 1 (3). – С. 57–59.

УДК 336.74

*К. О. Шершень*

### ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ РАСЧЁТОВ ПЛАТЁЖНЫМИ КАРТОЧКАМИ

*Статья посвящена проблеме организации расчетов банковскими платежными карточками. Изучен соответствующий опыт работы отечественных и зарубежных банков, сделан вывод о том, что дистанционное банковское обслуживание является одним из самых современных и перспективных направлений в данной сфере. К проблемам его развития в Республике Беларусь отнесены недостаточное информирование потенциальных пользователей, их опасения по поводу безопасности данных услуг, недостаточная прибыльность маркетинговых стратегий и другие.*

Развитие экономики невозможно без создания высокоэффективной системы денежного обращения и использования современных платежных инструментов. В современном мире дистанционное банковское обслуживание является перспективным направлением развития платежных систем, построенных на использовании банковских платёжных карточек (БПК).

На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединенных общим термином – «дистанционное банковское обслуживание» (ДБО). Это технологии предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом. ДБО является в большей степени актуальным для владельцев банковских платёжных карточек (БПК), так как без БПК невозможно воспользоваться всем спектром услуг, предоставляемых дистанционным банковским обслуживанием.

Далее, опираясь на традиционную классификацию рынка ДБО с точки зрения способов оказания услуг (Интернет-банкинг, мобильный банкинг, SMS-банкинг (SMS-оповещение), телефонный банкинг (call-центры), внешние сервисы (инфо-киоски, банкоматы, АТМ [1]), исследуем его текущее состояние и перспективы развития с позиции увеличения объемов расчетов с использованием банковских платежных карточек.

В настоящее время наиболее востребованный и распространенный вид ДБО в мире – Интернет-банкинг. Сегодня число пользователей Интернет-банкинга растет на 40–60 % в год, и наиболее продвинутые системы позволяют совершать практически все необходимые банковские операции через сеть. В странах ЕС число пользователей данной услуги приближается к 30 % при общем количестве пользователей услуг банков в 98 %. В США этот показатель составляет 44,4 %. По сравнению с развитыми странами Республика Беларусь значительно отстает как в предложении подобной услуги, так и в спросе на нее. Так, услугами банков пользуется 90 % населения республики, а Интернет-банкингом – лишь 3 %.

Интернет-банкинг позволяет:

- отправлять в банк все виды финансовых документов;
- получать выписки и документы по всем счетам в банке за любой период времени;
- отслеживать все этапы обработки платежных документов в банке в режиме реального времени;
- оперативно получать сообщения об ошибках;
- работать в одном интерфейсе со счетами в разных банках;
- осуществлять просмотр и печать входящих и исходящих платежных документов [2, с. 15–18].

Преимущества для клиентов банка:

- простота в использовании (не нужны специальные навыки и знания, дополнительное ПО);
- удобство (работа по одинаковому принципу, возможность получать и осуществлять платежи в адрес любого контрагента, не опасаясь ошибок при заполнении платежных поручений, возможность получать самую оперативную информацию о состоянии своего банковского счета и многое другое);
- оперативность (взаиморасчеты в режиме реального времени);
- возможность контроля (отчеты о проведенных операциях, выписки по счетам, квитанции, подтверждающие платежи и иные документы, заверенные ЭЦП сторон);
- конфиденциальность (использование протокола SSL международного формата, электронные цифровые подписи).

Второй по популярности вид услуг ДБО в мире – мобильный банкинг. Мобильный банкинг – это дополнительная функция SIM-карты, позволяющая получить доступ к денежным средствам на банковском счете (банковской карточке) с мобильного телефона. С помощью мобильного телефона клиенты банка смогут не только получать информацию об изменениях счета, но и покупать и продавать валюту, делать переводы, пополнять суммы на пластиковых картах, оплачивать коммунальные услуги, сотовую связь,

доступ в Интернет, междугородные и международные переговоры и т. д. Пользователей мобильного банкинга ежегодно становится на 30 % больше. Это связано с распространением смартфонов в жизни современного человека. Все банки стараются разработать наиболее удобные варианты приложений для смартфонов для быстрой оплаты в Интернете. Именно приложения для Android, iPhone и WindowsPhone могут составить конкуренцию традиционному Интернет-банкингу. В соответствии с планом развития, к 2020 году количество абонентов, использующих «мобильный банкинг» вырастет на 75 %. Использование мобильных устройств для выполнения тех или иных банковских операций по мнению аналитиков, является гораздо более удобным для пользователей. На текущий же момент число граждан страны, которые пользуются мобильным банкингом, составляет около 0,7 млн. человек [3, с. 4–8].

SMS-банкинг (SMS-оповещение) – одно из определений технологий дистанционного банковского обслуживания, при котором доступ к счетам и операциям по счетам предоставляется в любое время и с использованием номера мобильного телефона клиента, предварительно зарегистрированного в банке. Как правило, услуги SMS-банкинга включают:

- списание или зачисление средств, блокировка суммы;
- запрос информации о состоянии счета, а также о последних операциях по счету;
- временное блокирование и разблокирование платёжной карты;
- напоминание об окончании срока действия карты, об обязательных платежах и т. п.

По данным аналитической компании GartnerInc. количество пользователей мобильных платежей в мире выросло на 70 % в 2015 году и превысило 180,6 млн. человек по сравнению с 54 млн. 2012 года. На данный момент многие банки Республики Беларусь по Рекомендациям по безопасному использованию банковских платёжных карточек, разработанных Национальным банком Республики Беларусь, подключают услугу SMS-оповещения автоматически при изготовлении карточки, клиент самостоятельно может её отключить при получении карточки.

Сдерживающим фактором развития мобильного банкинга на данный момент являются опасения пользователей в части его безопасности. Эксперты утверждают, что в настоящее время клиенты Интернет-Банкинга рискуют не больше владельцев карточек, пользующихся банкоматами. Прежде чем получить доступ к системе любой клиент проходит идентификацию и аутентификацию. Безопасность достигается, главным образом, с помощью пароля или электронной подписи. Применяются также переменные коды и карты доступа, дополнительно страхующие компьютеры клиентов [4].

Телефонный банкинг – голосовое общение клиента банка с оператором контакт-центра, который работает с программным обеспечением фронт-офиса с возможностью управления очередью звонков. Данный канал является наиболее универсальным из дистанционных, так как клиент общается с живым представителем банка, как и в отделении, хотя этот способ общения является довольно затратным и неэффективным (оплата труда работников call-центров, телефонная связь, настройка необходимого оборудования, риски непонимания клиента и работника банка из-за отсутствия визуальной информации и т. д.). Следовательно, телефонный банкинг должен присутствовать в дистанционном банковском обслуживании, но предоставлять широкий спектр банковских услуг посредством этого канала для большого количества клиентов банка – неэффективно. На данный момент возможностью решения проблемы неэффективности работы контакт-центра может являться система интерактивного автоответчика (IVR) – наиболее простые и востребованные скрипты обслуживания клиентов могут быть автоматизированы за счёт оборудования и программного обеспечения, обрабатывающего в тональном режиме нажатия клавиш на телефоне клиента. Посредством интерактивного автоответчика не создаётся нагрузка на оператора контакт-центра, клиент может получить необходимые сведения по счёту, узнать об условиях многих программ банка (кредитные, депозитные), прослушать рекламу и т. д. [5].

Последним из каналов дистанционного банковского обслуживания являются устройства самообслуживания: платежно-справочные терминалы, инфокиоски, некоторые виды банкоматов, которые рассчитаны на обслуживание физических лиц. Эти устройства необходимы для снятия наличных денежных средств, быстрой оплаты услуг в Едином расчётно-информационном пространстве (ЕРИП), пополнения карт без посещения банков и т.д. Развитие данного направления дистанционных банковских услуг требует на начальном этапе существенных вложений на развитие инфраструктуры банка, приобретение соответствующего оборудования, организацию технического обслуживания и инкассации данных устройств. Тем не менее, эти устройства становятся все более и более популярны среди населения, а их число и перечень возможных операций постоянно растут [6].

В целом по Республике Беларусь наблюдается положительная тенденция в сфере осуществления безналичных расчетов с использованием банковских платежных карточек. Увеличивается количество платежных карточек в обращении, растет общий объем операций с использованием карточек, а также доля безналичных операций в общем объеме операций. Кроме того, улучшается техническая оснастка, позволяющая как снимать наличные денежные средства, так и совершать безналичные операции по оплате товаров и услуг и прочие безналичные операции. От года к году увеличивается количество банкоматов, инфокиосков, пунктов выдачи наличными, возрастает количество организаций, обслуживающих держателей карт, а также качество их обслуживания.

Таким образом, на сегодняшний день белорусские банки предоставляют практически все виды услуг дистанционного банковского обслуживания, хотя некоторые из них находятся на стадии внедрения, что связано с рядом проблем: недостаточное информирование потенциальных пользователей, их опасения по поводу безопасности данных услуг, недостаточная прибыльность маркетинговых стратегий по внедрению ДБО. Индикатором эффективного развития рынка дистанционных банковских является увеличение объемов расчетов с использованием банковских платежных карточек, что требует реализации комплекса мер по повышению цифровой и финансовой грамотности населения, использования механизмов стимулирования и побуждения к осуществлению безналичных розничных платежей (например, предоставление скидок), обеспечения достаточного уровня информированности населения о преимуществах данного вида услуг.

## Литература

- 1 Развитие в Республике Беларусь рынка банковских платёжных карточек [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 22.04.2016).
- 2 Терешко, Л. / Использование возможностей сети Интернет банками Беларуси / Л. Терешко // Банковский вестник. – 2012. – № 19. – С. 15–18.
- 3 Захарова, А. О. / Оценка уровня развития услуг дистанционного банковского обслуживания в Республике Беларусь / А. О. Захарова // Банковский вестник. – 2014. – № 13. – С. 4–8.
- 4 Кот, А. Карты, банки и безнал [Электронный ресурс] / А. Кот // Экономика Беларуси: итоги, тенденции, прогнозы. – 2015. – № 1. – URL: <http://belarus-economy.by> (дата обращения: 22.04.2016).
- 5 Стратегия развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс] : постановление Правления Национального банка Республики Беларусь, 03.03.2011, № 73. – 2015. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 23.04.2015).
- 6 Рекомендации по безопасному использованию банковских платёжных карточек, разработанные Национальным банком Республики Беларусь: Национальный банк Республики Беларусь, 2016. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 23.04.2016).

*Н. В. Шершень*

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Статья посвящена проблеме снижения качества кредитных портфелей банков Республики Беларусь. Рассматриваются основные пути и методы повышения их качества. Сделан вывод о том, что основной проблемой управления кредитными рисками в современных условиях являются отсутствие системы всестороннего и глубокого анализа кредитного процесса, солидной методологической базы и принятие неправильных управленческих решений в условиях неполной информации.*

Процессы трансформации экономики РБ объективно повышают значения наличия у банков хорошо сформированных кредитных портфелей. Это связано с расширением сферы применения кредита в экономике и развитием в стране сети банковских учреждений, в структуре активных операций которых кредитование играет главную роль.

Качественная оценка кредитного портфеля учитывает соблюдение сроков кредитования и уровень кредитного риска, долю проблемной задолженности в его составе. Рассмотрим динамику изменения доли проблемной задолженности в составе кредитных портфелей банков Республики Беларусь в 2015–2016 гг.

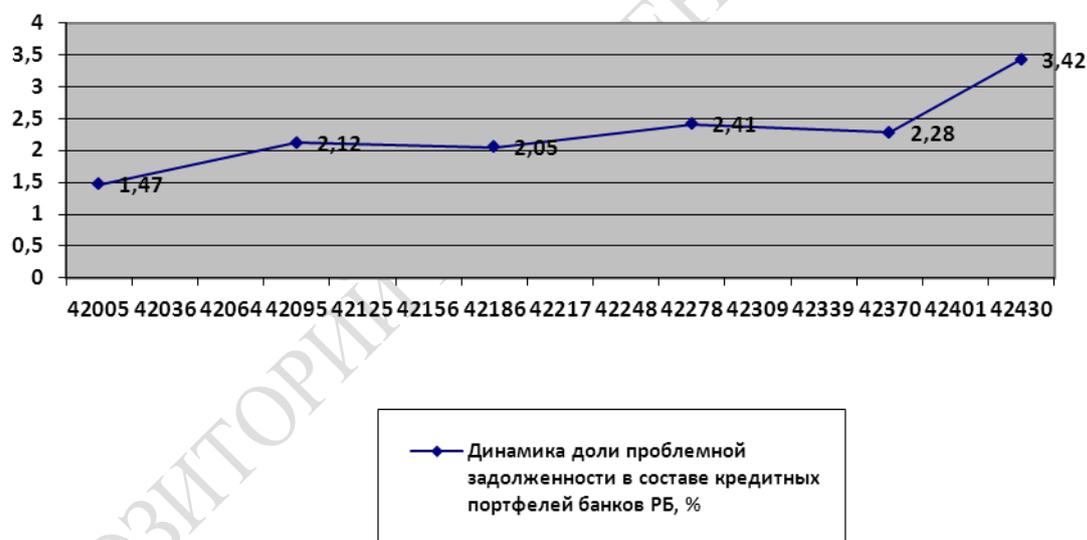


Рисунок 1 – Динамика изменения доли проблемной задолженности в составе кредитных портфелей банков Республики Беларусь в 2015–2016 гг. [1]

Как видно из графика, доля проблемной задолженности в составе кредитных портфелей банков Республики Беларусь за период с 01.01.2015 по 01.03.2016 гг. выросла более чем в 2 раза, с 1,47 % до 3,42 %, что свидетельствует о реальном ухудшении их качества.

Формирование качественного кредитного портфеля является одним из условий эффективной работы банка. В банковском учреждении ему следует уделять особое внимание и принимать меры по его улучшению. Для этого должна быть выработана соответствующая кредитная политика. Кредитным организациям в целях построения эффективной системы управления качеством кредитного портфеля необходимо обеспечить проведение комплекса мероприятий, в частности:

- формирование кредитного портфеля в соответствии с выбранной стратегией кредитования, периодически корректируемой на рыночную ситуацию, а также удовлетворяющего оптимальным показателям кредитного риска, ликвидности и рентабельности;
- проведение подбора квалифицированного персонала, который будет выполнять свои функции под руководством опытных менеджеров при наличии четкой мотивации труда;
- возложение на руководство банка ответственности за формирование в банке кредитной культуры, позволяющей выполнять поставленные цели;
- разработка четкого механизма по исследованию рынка, управлению продаж, подготовке персонала, идентификации потенциальных клиентов и анализу перспектив их кредитования;
- проведение постоянного мониторинга кредитных активов, учитывая относительную нестабильность кредитного портфеля, в первую очередь, на предмет выявления ухудшающихся кредитов и отказа от них (вызывающий опасение кредит нужно выявить до его перехода к разряду проблемного – чтобы своевременно принять решение о сохранении или прекращении кредитных отношений);
- достижение устойчивой рентабельности за счет регулирования концентрации кредитов и определения целевых показателей кредитования таких, например, как максимальный уровень объема проблемных кредитов от общего объема текущих кредитов;
- установление лимитов максимального объема кредитов с просрочкой по платежам (с разбивкой по срокам просрочки);
- установление лимитов максимального объема кредитов, проценты по которым не выплачиваются;
- установление лимитов максимального объема убытков от списания проблемных кредитов;
- регулярное проведение анализа ретроспективного и текущего состояния кредитного портфеля для своевременного информирования руководства банка об отступлениях от стратегии кредитования и формирования объективной управленческой информации [2, с. 14].

Рассматривая проблему улучшения качества управления кредитным портфелем, важно понимать, что во многом качество кредитной деятельности зависит от качества управления кредитными рисками.

Основной проблемой управления кредитными рисками в современных условиях являются отсутствие системы всестороннего и глубокого анализа кредитного процесса, солидной методологической базы и принятие неправильных управленческих решений в условиях неполной информации.

Из-за потенциально опасных для кредитной организации последствий кредитного риска важно регулярно осуществлять всесторонний анализ процессов оценки, администрирования, наблюдения, контроля, возврата кредитов, авансов, гарантий и прочих инструментов.

Поэтому основное содержание процесса управления совокупными кредитными рисками должно включать в себя оценку и анализ политики и практики работы кредитной организации и принятие необходимых мер по следующим направлениям:

- управление совокупным риском кредитного портфеля;
- управление организацией кредитного процесса и операциями;
- управление проблемным кредитным портфелем;
- оценка политики управления кредитными рисками;
- оценка политики по ограничению кредитных рисков и лимитам;
- оценка классификации активов;
- оценка политики по резервированию возможных потерь по кредитным рискам.

На современном этапе в стране улучшаются условия кредитования благодаря совершенствованию национального законодательства в области кредитных рисков и залога. Весьма значимым фактором повышения уровня управления кредитным риском является доступность кредитной информации. Для этого в Беларуси создано и уже работает Бюро кредитных историй. Функционирование данного института направлено на снижение кредитных рисков, укрепление платежной дисциплины физических и юридических лиц путем повышения их заинтересованности в надлежащем исполнении обязательств перед банками. Наличие объективной информации о кредитополучателях позволяет более четко идентифицировать риски кредитования, что повышает устойчивость кредиторов.

При экстенсивной кредитной политике и ориентации на беззалоговые виды кредитования для банков особенно актуальной становится проблема управления высоким уровнем кредитных рисков. Банки должны активно внедрять новые системы риск-менеджмента, изыскивать источники финансирования под их формирование на фоне общего стремления к диверсификации и повышению качества кредитных портфелей.

Разработка эффективной системы риск-менеджмента позволит банкам повлиять на уровень кредитных рисков в долгосрочной перспективе. Подходящим инструментом мониторинга кредитоспособности кредитополучателей и снижения кредитных рисков может стать внедрение скоринговых программ. Они позволяют добиться минимизации расходов за счет сокращения затрат на экспертов, выполняющих аналогичную работу, плюс нивелировать некоторую степень субъективности, присущую экспертным оценкам.

Еще один вариант для снижения кредитного риска банков – это страхование. В развитых странах популярным классическим видом страхования, позволяющим кредитным организациям снизить уровень риска, является страхование риска невозврата кредита. На белорусском рынке такая практика применяется мало. Это связано с отсутствием статистической базы данных по уровню невозвратов, нежеланием банков выступать самостоятельно в роли страхователя и нежеланием страховщиков принимать на себя столь высокий риск без возможности его мониторинга [3, с. 16].

Таким образом, при рассмотрении проблем улучшения качества управления кредитным портфелем важно понимать, что во многом качество кредитной деятельности зависит от качества управления кредитными рисками. Основной проблемой управления кредитными рисками в современных условиях являются отсутствие системы всестороннего и глубокого анализа кредитного процесса, солидной методологической базы и принятие неправильных управленческих решений в условиях неполной информации. Система управления кредитным риском должна включать планы действий по обеспечению безопасной и бесперебойной деятельности в экстремальных ситуациях, в том числе планы восстановления нормального функционирования, основанные на различных сценариях реализации рисков. Использование системы управления кредитным риском позволит принимать более обоснованные решения по выдаче кредитов, идентификации проблемной задолженности, созданию резервов, установлению лимитов, осуществлению мониторинга кредитного портфеля и формированию управленческой отчетности банка, а также улучшать качество планирования и прогнозирования.

## Литература

1 Статистический бюллетень НБРБ [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 22.04.2016).

2 Шеврук, Л. Н. Качество кредита и кредитного портфеля / Л. Н. Шеврук // Банковское дело. – 2015. – № 1. – С. 13–15.

3 Фальянова, А. А. Анализ методов моделирования управления кредитным портфелем / А. А. Фальянова // Банковский вестник. – 2015. – № 7. – С. 14–18.

*В. А. Школяр*

## **НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

*В статье проводится сравнительная характеристика отечественного и зарубежного опыта налогообложения деятельности производителей сельскохозяйственной продукции. Исходя из специфики организации сельского хозяйства в Республике Беларусь, сделан вывод о целесообразности применения особого режима налогообложения. Рассматриваются условия перехода на уплату единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции, основные элементы данного налога и его эффективность с позиции динамики налоговой нагрузки.*

В Республике Беларусь для производителей сельскохозяйственной продукции предусмотрена возможность применять особые режимы налогообложения, в частности – переход на уплату единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции.

Плательщиками единого налога являются организации, производящие на территории Республики Беларусь сельскохозяйственную продукцию.

Общие условия применения: организации, производящие сельскохозяйственную продукцию, выручка, от реализации которой составляет не менее 50 % общей выручки.

Для плательщиков сохраняется общий порядок исчисления и уплаты: акцизов; НДС; налогов, сборов (пошлин), взимаемых при ввозе (вывозе) товаров на территорию Республики Беларусь; государственной пошлины; патентных пошлин; консульского сбора; оффшорного сбора; гербового сбора; сбора за проезд автомобильных транспортных средств иностранных государств по автомобильным дорогам общего пользования Республики Беларусь; налога на прибыль в отношении дивидендов и приравненных к ним доходов; обязательных страховых взносов и иных платежей в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь; земельного налога за земельные участки, предоставленные во временное пользование и своевременно не возвращенные в соответствии с законодательством, самовольно занятые, используемые не по целевому назначению; налога за добычу (изъятие) природных ресурсов; экологического налога; утилизационного сбора.

Объектом налогообложения единым налогом признается валовая выручка. Налоговая база единого налога определяется как денежное выражение валовой выручки. Валовая выручка – сумма выручки от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав и внереализационных доходов.

Сумма единого налога исчисляется нарастающим итогом с начала налогового периода как произведение налоговой базы и ставки единого налога.

Ставка единого налога устанавливается в размере 1 %. При несоответствии за календарный год процентной доли выручки установленному размеру, исчисление единого налога производится по ставке 3 % исходя из налоговой базы единого налога за календарный год, за который допущено указанное несоответствие [1].

Применение особого режима налогообложения и наличие льгот по другим налогам оказывает существенное влияние на уровень налоговой нагрузки на предприятия, производящие сельскохозяйственную продукцию (рисунок 1). Показатель налоговой нагрузки на данные предприятия является самым низким из всех и за 9 месяцев 2015 г. составил 2,7 %, увеличившись по сравнению с 2014 г. на 0,1 п.п. [2].

Сумма поступлений единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции с каждым годом увеличивается и на 2015 г. составила 840,1 млрд. руб. (таблица 1). Однако доля единого налога в доходах бюджета незначительна, в 2015 г. снизилась по сравнению с 2011 г. на 0,1 п.п. и составила 0,4 %. Это говорит о том, что существуют проблемы с реализацией сельскохозяйственной продукции [3].



Рисунок 1 – Налоговая нагрузка на организации Республики Беларусь по видам экономической деятельности за 9 месяцев 2014–2015 гг.

Налоговые льготы для производителей сельскохозяйственной продукции существуют также и в других странах. В Российской Федерации организации и индивидуальные предприниматели, у которых доля дохода от реализации произведенной сельскохозяйственной продукции составляет не менее 70 % от общего дохода, могут перейти на уплату единого сельскохозяйственного налога (далее – ЕСХН).

Организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на уплату ЕСХН, освобождаются от обязанности по уплате: налога на прибыль организаций (на доходы физических лиц, полученные от предпринимательской деятельности); налога на имущество организаций (на имущество физ. лиц, используемое для осуществления предпринимательской деятельности; НДС (за исключением НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на территорию РФ и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией).

Объектом налогообложения признаются доходы, уменьшенные на величину расходов. Налоговой базой признается денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов.

Таблица 1 – Доходы бюджета Республики Беларусь, контролируемые налоговыми органами по видам доходных источников в 2011–2015 гг.

Показатели	2011 год		2012 год		2013 год		2014 год		2015 год	
	млрд. руб.	уд. вес, %								
Доходы бюджета, всего	53 817,1	100	101 387,5	100	133 900,5	100	168 148,8	100	193 198,2	100
Налоговые доходы в том числе:	45 708,5	85,0	88 593,9	87,4	114 553,5	85,6	142 832,7	84,9	157 303,6	81,4
Единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции	255,1	0,5	519,6	0,5	599,7	0,4	756,3	0,4	840,1	0,4

Единый сельскохозяйственный налог исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы.

Налоговая ставка устанавливается в размере 6 %.

Законами Республики Крым и города федерального значения Севастополя налоговая ставка в отношении налоговой базы, определяемой по деятельности на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя, может быть уменьшена для всех или отдельных категорий налогоплательщиков:

- в отношении периодов 2015–2016 гг. – до 0 %;
- в отношении периодов 2017– 2021 гг. – до 4 % [4].

Следует отметить, что налоговые системы развитых зарубежных стран, которые будут рассматриваться далее, не имеют, как например, в Республике Беларусь, особых режимов налогообложения, куда включается единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции. Сельскохозяйственные производители данных стран уплачивают подоходный налог, который из-за специфики их деятельности либо имеет льготы, либо пониженные ставки.

Во *Франции* действует 3 режима налогообложения производителей сельскохозяйственной продукции в зависимости от уровня их дохода:

- фермеры, средний доход которых за 2 последних года не превышает 250 тыс. евро, уплачивающие совокупный налог, рассчитываемый исходя из стандартного налога в данном районе и расчетной ставки. Фермеры данной категории не обязаны вести никакой бухгалтерии;

- фермеры, чей средний доход за 2 последних года составил от 250 тыс. евро до 500 тыс. евро. Для этой категории предусмотрена упрощенная схема уплаты налога. Размер дохода определяет сам фермер, который обязан вести упрощенную бухгалтерию – журнал учета затрат и выручки;

- фермеры, средний доход которых за 2 прошедших года превышает 500 тыс. евро. На них распространяется нормальный режим налогообложения. Они обязаны вести и представлять в налоговую инспекцию всю необходимую документацию.

В *Германии* все производители сельскохозяйственной продукции также разделены на 3 категории:

- фермеры, имеющие годовой доход свыше 30 тыс. евро или посевную площадь свыше 32 га. Они ведут полную бухгалтерскую отчетность;

- фермеры, имеющие доход от 20 до 30 тыс. евро в год или посевную площадь – 25–32 га. Эта категория фермеров освобождается от ведения полной бухгалтерии, составления баланса имущества. Однако они ведут простой учет (приход–расход) и на основе этого определяют прибыль, подлежащую налогообложению;

– фермеры, имеющие годовой доход менее 20 тыс. евро или посевные площади менее 25 га. Они вообще не ведут никакой отчетности по результатам хозяйственной деятельности. Налог определяется исходя из единой ставки совокупного дохода. Эта категория фермеров может и вовсе не платить налог, поскольку доход на семью (из 2 человек) может быть меньше облагаемого налогом минимума.

Льготой в аграрном секторе является принцип льготного налогообложения совместного дохода. облагаемый доход супругов делится пополам, налог начисляется с половины дохода, а потом его сумма удваивается. Этот порядок снижает прогрессивность налогообложения.

В *Великобритании* подоходный налог в сельском хозяйстве исчисляется по тем же ставкам, что и вне сельского хозяйства и в зависимости от дохода также выделяют 3 типа налогоплательщиков:

- налогоплательщики, получающие доход до 4 100£. Для этой категории ставка подоходного налога составляет 20 %;
- налогоплательщики с доходом от 4 100 до 26 100 £ – 23 %;
- налогоплательщики с доходом свыше 26 100 £ – 40 %.

Фермеры не имеют льгот по уплате подоходного налога, отличных от льгот для малого бизнеса, в виде льготной ставки. Может применяться ставка 10 %, если доходы не превышают 1 500 £ в год, но в сельском хозяйстве Великобритании практически нет мелких хозяйств: основная часть сельхозпроизводителей в сельском хозяйстве – это достаточно крупные хозяйства.

Фермеры в сельском хозяйстве *Соединенных Штатов Америки* не имеют льготной ставки подоходного налога, в отношении их используется аналогичная с другими налогоплательщиками ставка. Льготный характер налогообложения состоит в том, что основная часть фермеров имеет низкий доход по сравнению с доходами в несельскохозяйственных отраслях, а, следовательно, уплачивают подоходный налог по минимальной ставке, принятой для всех налогоплательщиков. Однако фермеры имеют ряд других льгот по уплате налога, которые состоят в том, что им разрешается уменьшать налогооблагаемую базу, или из базы вычитается необлагаемый налогом минимум или выплаты в социальные фонды, или, например, они имеют возможность платить налог со среднего за 3 года дохода [5].

Таким образом, в развитых странах подоходный налог дифференцирован в зависимости от величины получаемого дохода. При этом сельскохозяйственные производители пользуются дополнительными налоговыми льготами по сравнению с лицами, занятыми в других отраслях экономики.

Основными привилегиями сельскохозяйственных производителей в развитых странах являются:

- снижение основной ставки налога;
- упрощенный порядок расчета налога для фермеров с низкими доходами и упрощение их бухгалтерской отчетности;
- введение не облагаемого налогового минимума;
- снижение налогооблагаемой части дохода за счет предварительных вычетов;
- выведение из налогообложения ряда поступлений (выплаты в фонд социального страхования, пособия на детей, расходы на профобразование и пр.).

В Республике Беларусь система налогообложения производителей сельскохозяйственной продукции несколько отличается от выше рассмотренных режимов развитых стран. Главным различием является единая ставка налога, несмотря на размер предприятия и величину полученного дохода. Необходимо также отметить добровольность перехода на уплату единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции как в Республике Беларусь, так и в России и предоставление льгот всем предприятиям аграрной отрасли в зарубежных странах.

## Литература

1 Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г.: одобр. Советом Республики 18 дек. 2009 г. [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://etalonline.by> (дата обращения: 18.04.2016).

2 О налоговой нагрузке на организации Республики Беларусь по итогам работы за 9 месяцев 2015 г. [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.nalog.gov.by> (дата обращения: 18.04.2016).

3 Доходы бюджета Республики Беларусь, контролируемые налоговыми органами, по видам доходных источников за 2011–2015 гг. [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.nalog.gov.by> (дата обращения: 18.04.2016).

4 Налоговый кодекс Российской Федерации (Вторая часть) [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.nalkod.ru> (дата обращения: 18.04.2016).

5 Налоговые системы зарубежных стран : учебник для магистров / Л. Н. Лыкова, И. С. Букина. – М.: Юрайт, 2013. – 428 с.

УДК 339.543(476.2):004.9

*Н. В. Щемелёва*

### ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОМЕЛЬСКОЙ ТАМОЖНЕ

*В статье рассмотрены основные информационные технологии, применяемые в Гомельской таможне, анализ их использования, преимущества для участников внешнеэкономической деятельности и для сотрудников таможни. Отмечена эффективность использования информационных технологий для пользователей. Выявлены наиболее важные проблемы, в использовании информационных технологий, предложены возможные пути решения этих проблем.*

Гомельская таможня входит в единую систему таможенных органов Республики Беларусь и осуществляет возложенные на нее задачи и функции в пределах закрепленной за ней зоны оперативной деятельности. Таможня является правоохранительным органом. Таможня непосредственно подчинена Государственному таможенному комитету Республики Беларусь.

В Гомельской таможне создан отдел информационных технологий и информационной безопасности. Внедрение информационных систем и информационных технологий осуществляется с учетом соответствующих международных стандартов и обеспечения требований информационной безопасности, установленных законодательством государств – членов Таможенного союза.

В Гомельской таможне применяют следующие основные информационные технологии: национальная автоматизированная информационная система электронного декларирования, функциональная подсистема учета движения таможенных платежей, система электронного предварительного информирования.

Национальная автоматизированная информационная система электронного декларирования (НАСЭД) – система, осуществляющая информационную поддержку и автоматизацию таможенных операций, совершаемых должностными лицами таможенных органов и заинтересованными лицами (декларантами), с использованием письменных и электронных документов, а также обеспечивающая информационное взаимодействие таможенных органов Республики Беларусь с заинтересованными лицами и таможенными

службами иных государств. НАСЭД является самостоятельной системой, входящей в состав единой автоматизированной информационной системы таможенных органов Республики Беларусь. К плюсам электронного декларирования можно отнести: безбумажную систему оформления; высокую скорость полную прозрачность процесса таможенного оформления и статистического декларирования; возможность проводить таможенный контроль в автоматическом режиме.

Внедрение системы электронного декларирования в Гомельской таможне началось в 2009 году.

Первой реализованной таможенной процедурой стала таможенная процедура экспорта, что обусловлено небольшим количеством ограничений, ставок вывозных таможенных пошлин, а также заинтересованностью государства в продаже произведенных в стране товаров. С 2010 года производится электронное декларирование товаров, помещаемых под таможенные процедуры временного вывоза, выпуска для внутреннего потребления, реэкспорта. Также начато электронное статистическое декларирование (экспорт и импорт). В 2011 году в системе электронного декларирования реализована таможенная процедура свободная таможенная зона, в 2012 – реимпорт и таможенный склад [1].

Для проведения исследования развития системы электронного декларирования проанализируем изменение доли оформления ЭДТ в Гомельской таможне с момента внедрения системы электронного декларирования: с 2009 года по 2015 год.



Рисунок 1 – Структура предоставляемых в Гомельскую таможню деклараций за 2009–2015 гг.

Для этого отобразим долю ЭДТ в общем объеме предоставленных деклараций (рисунок 1). На сегодняшний день, количество ЭДТ не уменьшается, а практически достигает 100 %. Исходя из рисунка 1, можно сказать, что в 2015 году количество поданных электронных деклараций почти приблизилось к 100 % и составило 99,8 % от общего количества поданных деклараций. Таким образом, динамика развития электронного декларирования в Гомельской таможне положительная: на протяжении анализируемого периода количество ЭДТ увеличивается, а количество ДТ, предоставленных в бумажном виде, уменьшается.

Далее сравним долю ЭДТ в общем количестве деклараций, предоставленных в отношении товаров, помещаемых под таможенные процедуры, реализованные в системе электронного декларирования в таможенных органах Республики Беларусь за период 2012 год и 2015 год (рисунок 2).

Исходя из рисунка 2, можно сделать вывод о постепенном росте доли ЭДТ, предоставляемых в таможенные органы Республики Беларусь. В 2012 году минимальный удельный вес ЭДТ отмечен в Брестской таможне, который составил 59 %; максимальный – в Гомельской таможне (92 %). В 2015 году доля ЭДТ предоставляемых практически достигает 100 %. Минимальная доля ЭДТ составила 86 % на таможне Минск-2, а максимальная – 99,9 % на Гомельской таможне. Таким образом, Гомельская таможня занимает ведущую позицию по удельному весу ЭДТ в общем количестве деклараций, предоставленных в отношении товаров, помещаемых под таможенные процедуры, реализованные в НАСЭД.

Таким образом, на протяжении исследуемого периода количество предоставляемых в бумажном виде ДТ постепенно уменьшается по сравнению с количеством ЭДТ. К причинам бумажного декларирования можно отнести:

- вывоз товаров через Российскую Федерацию;
- дозагрузка товара;
- сборный груз;
- отсутствие денежных средств у субъекта;
- отказ субъекта.

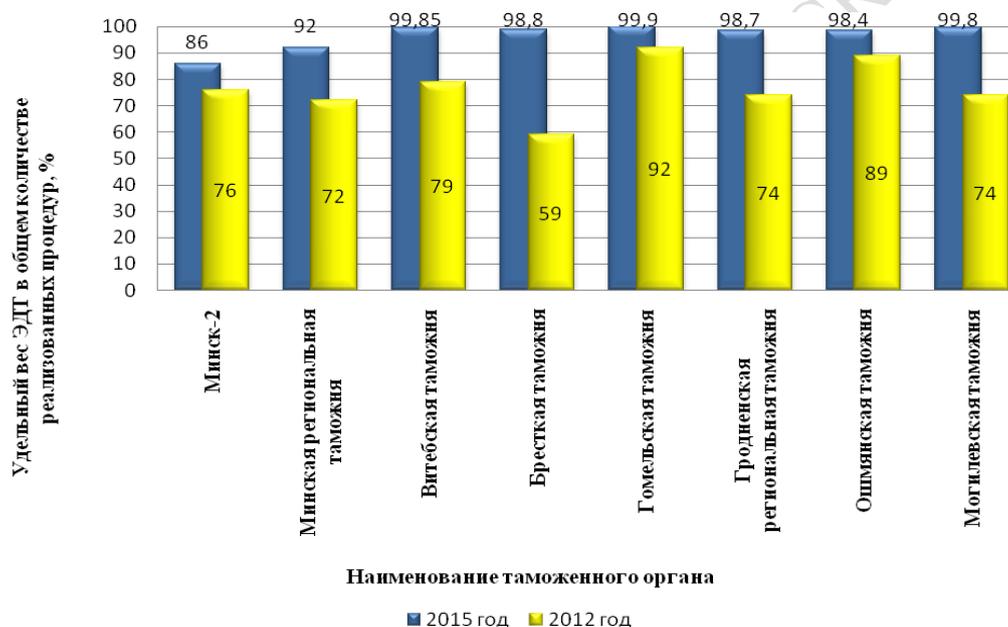


Рисунок 2 – Удельный вес ЭДТ в общем количестве деклараций, реализованные в НАСЭД в таможенных органах Республики Беларусь за 2012 и 2015 годы

Функциональная подсистема учета движения таможенных платежей (ФПУДТП) в рамках функциональных возможностей НАСЭД обеспечивает реализацию учета и контроля расходования уплаченных таможенных платежей на центральном уровне в режиме реального времени до выпуска товаров.

Задачи ФПУДТП:

- создание и применение при таможенном контроле автоматизированной системы анализа и управления рисками, в том числе в области тарифного регулирования;
- минимизация контроля на стадии выпуска товаров и его поэтапный;
- создание АИС УТП МЦТ с использованием функциональных возможностей НАСЭД, в том числе, создание центрального хранилища данных о состоянии лицевых счетов плательщиков;
- обеспечение централизованного ведения лицевых счетов физических лиц-резидентов Республики Беларусь, в перспективе – иных физических лиц (нерезидентов)

Республики Беларусь), в отношении которых документально определен личный, идентификационный номер;

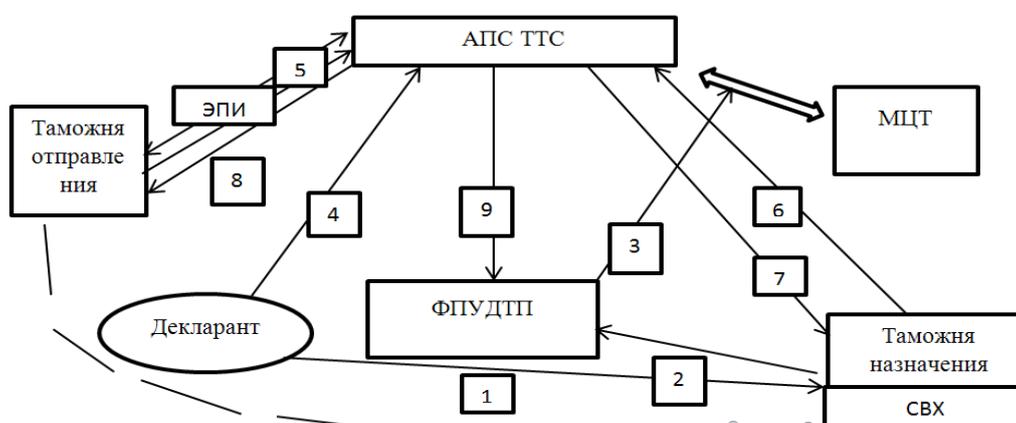
– использование в реальном времени возможностей, предоставляемых в рамках реализации информационного взаимодействия с АИС «Расчет» Единого расчетного информационного пространства (ЕРИП).

– контроль соблюдения мер тарифного регулирования, взиманием таможенных платежей и правомерностью использования налоговых льгот на основании сформированных профилей риска с использованием программных средств;

– отражение сведений об использовании (расходовании) уплаченных таможенных платежей в данных центрального хранилища АИС УТП МЦТ, в день совершения таможенных операций и т. д.

В соответствии с электронным предварительным информированием (ЭПИ) уполномоченные экономические операторы, перевозчики, в том числе таможенные перевозчики, таможенные представители или иные заинтересованные лица (далее – заинтересованные лица) представляют информацию в отношении ввозимых автомобильным транспортом товаров не менее чем за два часа до их ввоза на таможенную территорию Таможенного союза.

Технология, применяемая при предварительном информировании таможенных органов Республики Беларусь, основана на использовании возможностей оформления электронных таможенных деклараций (ЭТД) в Национальной Автоматизированной Системе Электронного Декларирования (НАСЭД) и подразделена на несколько этапов [2]. Схема прохождения электронной предварительной информации представлена на рисунке 3.



Условные обозначения: — путь прохождения автомобиля; 1) передача сертификата обеспечения; 2) регистрация сертификата обеспечения; 3) передача информации в систему АПС ТТС; 4) передача предварительной информации в систему АПС ТТС; 5) начало таможенного транзита; 6) передача информации о начале перевозки; 7) завершение таможенного транзита; 8) таможенный транзит завершен; 9) информация о погашении сертификата обеспечения.

Рисунок 3 – Схема действия предварительной информации

Преимуществами использования системы ЭПИ таможенных органов Республики Беларусь являются:

- оптимизация и ускорение совершения таможенных операций;
- сокращение очередей при пересечении таможенной границы Таможенного союза;
- устранение предпосылок для подмены документов;
- минимизация возможности коммерческого мошенничества на границе;
- повышение эффективности при осуществлении таможенного контроля;
- создание атмосферы взаимодействия, взаимного доверия и прозрачности.

- сокращение влияния субъективных факторов при принятии должностным лицом таможенного органа решения о выдаче разрешения на таможенный транзит в пункте ввоза;
- приоритетное оформление должностным лицом таможни;
- использование ЭПИ и получение уникального номера перевозки означает, что представленных сведений достаточно для получения разрешения на таможенный транзит.

Отдельно выделить влияние той или иной информационной технологии на эффективность работы невозможно. Эффект достигается в совокупности всех информационных систем, сглаженной работы сотрудников, от оперативности и точности информации, поданной субъектами и т. д.

Проанализировав работу информационных систем можно сказать, что внедрение информационных технологий позволило сократить время совершения таможенной операции. На данный момент в среднем на оформление одного транспортного средства в пункте пропуска уходит 53 минуты. Если же все «звезды сложились удачно» (когда перевозчик представил всю необходимую предварительную информацию, не является искомым, везет один товар, не имеет запретов и ограничений, предел гарантии не превышен), то время оформления составляет около 30–35 минут.

Увеличение пропускной способности пункта пропуска. Если раньше пропускная способность составляла около 700 машин в сутки, то теперь нормой стало 1500 автомобилей.

Увеличение прохождения потока большегрузного транспорта. Так раньше через пункт пропуска могло пройти около 350–360 грузовых автомобилей, то теперь проходит около 420–430 грузовых автомобилей.

Сокращение очередей перед пунктом пропуска. Так если раньше очереди на границе составляли в 200 грузовых автомобилей, то теперь они сократились до 120 грузовых машин.

Следует отметить, что увеличение пропускной способности пункта пропуска, увеличение прохождения потока большегрузного транспорта, сокращение очередей произошло не только за счет внедрения информационных технологий, но и за счет увеличения полос, модернизации пунктов пропуска. Так же на ситуацию с очередями повлияла политическая ситуация на Украине.

Анализируя информационные технологии, можно увидеть следующие: не существует единой системы видения лицевых счетов. При ошибке декларанта или субъекта хозяйствования по уплате таможенных платежей на счет другой таможни, то та таможня, через которую следует груз или товар, не видит этого платежа. Нужно значительное время для перебрасывания денежных средств на счет нужной таможни. Эту проблему можно решить, внедрив систему ведения единых лицевых счетов участников внешнеэкономической деятельности.

Сегодня все больше увеличивается роль международных перевозок. Следовательно, увеличивается поток транспорта, следующий через пункты пропуска. В таком случае нужно контролировать очереди на границе, бронировать время въезда в системе электронной очереди. Контролировать очереди можно внедрив систему электронной очереди транспортных средств в пунктах пропуска.

С целью сокращения времени на осуществление оплаты сумм таможенных платежей предлагаю внедрить систему расчетов по специальным микропроцессорным пластиковым таможенным картам.

## Литература

1 Сайт Государственного таможенного комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gtk.gov.by/ru/eldeclaration\\_new/informacija\\_o\\_NASED](http://gtk.gov.by/ru/eldeclaration_new/informacija_o_NASED). – Дата доступа: 31.03.2016.

2 Сайт Минской региональной таможни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mrt.customs.gov.by/default.aspx?pg=7d56aead-6c2e-4901-a759-34d7c7de7da0>. – Дата доступа: 20.04.2016.

## АВТОРЫ

### *Экономические науки*

**Алексейков П. С.** Оценка франчайзинга во внешнеторговой деятельности СП ЗАО «Милавица». Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Шнып И. А., ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Афанасенко С. В.** Совершенствование мерчандайзинга розничного предприятия торговли. Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Шнып И. А., ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Балацун О. А.** Налоговая система Республики Беларусь: состояние, проблемы, перспективы. Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Иванова Т. И., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Богомолова А. С.** Ликвидность белорусских банков в контексте функционирования экономики. Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Федосенко Л. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Бородина Е. И.** Кредитные деривативы как инструмент снижения риска в кредитном портфеле банка. Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Башлакова О. С., зав. кафедрой финансов и кредита, к.э.н., доцент, тел. 57-33-45.

**Володько А. В.** Состояние и развитие кредитного рынка Республики Беларусь. Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Федосенко Л. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Глушакова П. П.** Упрощённая система налогообложения в Республике Беларусь и особенности её применения в 2016 году. Экономический факультет, 5 курс. Научный руководитель Предыбайло С. Д., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Голубева К. И.** Механизмы взаимодействия на покупательское решение. Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Корнеев О. Е., ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Горбачев А. А.** Тенденции развития белорусского карточного рынка. Заочный факультет, 4 курс. Научный руководитель Шердакова Т. А., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Дробышевская И. А.** Девять источников роста экономики Беларуси в 2016-2020 годах. Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Арашкевич О. В., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Дятловская Е. С.** Эффективное управление материальными ресурсами на основе применения методов экономического анализа Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Ковальчук В. В., зав. кафедрой бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, к.э.н., доцент, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Железнякова И. Б.** Снижение зависимости региона от межбюджетных трансфертов. Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Войтишкина А. В., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Задорожнюк Т. О.** Оценка деловой репутации организации и проблемы её отражения в бухгалтерском учёте. Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Ковальчук В. В., зав. кафедрой бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, к.э.н., доцент, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Ивандикова Е. А.** Проблемы страхового рынка Республики Беларусь. Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Башлакова О. С., зав. кафедрой финансов и кредита, к.э.н., доцент, тел. 57-33-45.

**Иванькова Ю. А. Социальная адаптация инвалидов: опыт Голландии.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Орлова А. В., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Игнатович А. В. Угрозы региональной экономической безопасности (на примере Гомельской области)** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Минчукова Л. А., доцент кафедры экономики и управления, к.э.н., доцент, тел. 60-32-03.

**Каминская Ю. С. Оценка потенциала строительного комплекса отдельных районов Гомельской области и его влияние на экономику региона.** Экономический факультет, 5 курс. Научный руководитель Предыбайло С.Д., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Ключко Т. А. Генезис подоходного налогообложения.** Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Иванова Т. И., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Колеснева Т. Н. Подходы к оценке инновационных объектов** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Панова Т. И., доцент кафедры бухгалтерского учета, контроля и АХД, к.э.н., доцент, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Куцья К. С. Инвестиционные фонды в Республике Беларусь: опыт создания и перспективы развития.** Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Башлакова О. С., зав. кафедрой финансов и кредита, к.э.н., доцент, тел. 57-33-45.

**Кучерова А. С. Пути совершенствования системы управления затратами в сфере распределительной логистики на ОАО «Речицкий метизный завод».** Экономический факультет, 5 курс. Научный руководитель Шаповалов Н. С., ассистент кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Лис О. С. Мировой опыт оценки кредитоспособности заёмщика.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Федосенко Л. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Махсудова Я. У. Использование эконометрических моделей для оценки индекса инфляции Еврзоны.** Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Пугачева О.В., к.э.н., доцент, доцент кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Минкинен Ю. П. Компетенция институтов поддержки малого предпринимательства Гомельской области, входящих в систему местных органов власти.** Экономический факультет, 5 курс. Научный руководитель Предыбайло С. Д., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Мисевич И. Ю. Инфляция в Республике Беларусь: динамика, последствия, пути снижения.** Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Федосенко Л. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Митько М. В. Арендное жильё в Республике Беларусь: современное состояние.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Глухова И. В., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Можеева К. Д. Сравнение подходов к оценке финансовых результатов.** Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Панова Т. И., доцент кафедры бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, к.э.н., доцент, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Мордвинова Е. И. Подходы к прогнозной оценке аддитивной модели прибыли.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Ковальчук В. В., зав. кафедрой бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, к.э.н., доцент, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Морозов Д. В. Совершенствование депозитной политики банка.** Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Башлакова О. С., зав. кафедрой финансов и кредита, к.э.н., доцент, тел. 57-33-45.

**Мухина Н. А. Особенности составления и представления отчетности хозяйственными обществами.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Бабына В. Ф., профессор кафедры бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, к.э.н., профессор, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Петрашенко Н. П. Оптимизация расчетов по лизинговым платежам в банках.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Будникова О. Н., ассистент кафедры бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Протченко Ю. А. Автоматизация учета на предприятиях розничной и оптовой торговли.** Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Шнып И. А., старший преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Пузан Т. А. Проблемы формирования структуры активов и пассивов банка.** Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Федосенко Л. В., к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Рубан Ю. Р. Современные достижения Беларуси и России в социальной адаптации людей с ограниченными возможностями в общество.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Орлова А. В., старший преподаватель кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Руева М. Н. Методические подходы к оценке инновационной активности организации** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Метлушко С. К., старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, контроля и анализа хозяйственной деятельности, тел. (8-0232) 57-80-08.

**Самойлович Л. А. YouTube как способ заработка.** Экономический факультет, 2 курс. Научный руководитель Дорошев Д. В., ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

**Трегубова Я. И. Пути позиционирования города Гомеля как регионального бренда.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Шоломицкая Т. М., ассистент кафедры экономики и управления, тел. 60-32-03.

**Ушкова Н. С. Особенности таможенного регулирования перемещения физическими лицами товаров для личного пользования.** Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Арашкевич О. В., доцент кафедры экономики и управления, к.э.н., тел. 60-32-03.

**Федоренко В. А. Инновационное развитие Гомельской области: проблемы и пути их решения.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Геврасёва А. П., доцент кафедры экономики и управления, к.э.н., доцент, тел. 60-32-03.

**Харламова А. П. Аудит эффективности как разновидность финансового контроля.** Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Ярош Е. В., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Шершень К. О. Дистанционное банковское обслуживание как способ организации расчетов платежными карточками.** Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Костенко А. К., к.э.н., доцент, декан экономического факультета, тел. 57-330-19.

**Шершень Н. В. Пути повышения качества кредитного портфеля коммерческих банков в Республике Беларусь.** Экономический факультет, магистрант. Научный руководитель Костенко А. К., к.э.н., доцент, декан экономического факультета, тел. 57-330-19.

**Школяр В. А. Налогообложение деятельности производителей сельскохозяйственной продукции: отечественный и зарубежный опыт.** Экономический факультет, 3 курс. Научный руководитель Иванова Т. И., старший преподаватель кафедры финансов и кредита, тел. 57-33-45.

**Щемелева Н. В. Применение информационных технологий в Гомельской таможне.** Экономический факультет, 4 курс. Научный руководитель Шнып И. А., ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике, тел. 60-30-67.

*Научное издание*

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ ' 2016**

Сборник научных работ

*В четырех частях*

*Часть 2*

Подписано в печать 07.09.2016. Формат 60x84 1/8.  
Бумага офсетная. Ризография. Усл. печ. л. 20,9.  
Уч.-изд. л. 18,2. Тираж 10 экз. Заказ 495.

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования  
«Гомельский государственный университет  
имени Франциска Скорины».

Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/87 от 18.11.2013.  
Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.  
Ул. Советская, 104, 246019, г. Гомель.