

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ**
Часть II

Брест 2016

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

Рецензент: к.т.н., профессор, зав. кафедрой ГиТК П.В. Шведовский

В сборнике представлены статьи по экономическим и социально-гуманитарным проблемам, отражающие результаты научных исследований и представленные на Республиканский конкурс научных работ студентов и магистрантов вузов Республики Беларусь.

Издаётся в 2 частях. Часть 2.

ISBN 978-985-493-375-7 (ч.II)

ISBN 978-985-493-373-3

Редакционная коллегия: главный редактор: к.ф-м.н., доцент В.С. Рубанов

зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П.В.

зам. главного редактора: к.т.н., профессор Муравьёв Г.Л.

зам. главного редактора: к.э.н., доцент В.С.Кивачук

Члены редколлегии: к.т.н., доцент Кандыбо С.Н.

к.т.н., доцент Монтик С.В.

доцент Шешко Н.Н.

ст. преподаватель Войцехович Л.Ю.

ст. преподаватель Хомицкая Т.Г.

УДК 624;628;+338:339

ISBN 978-985-493-375-7 (ч.II)

ISBN 978-985-493-373-3

© Издательство БрГТУ, 2016

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

ХЕДЖИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Динамика валютных курсов оказывает самое непосредственное влияние на результаты деятельности предприятий, осуществляющих ВЭД. Поэтому для обеспечения устойчивого положения предприятия необходимо тщательно отслеживать валютную динамику.

Цель данной работы заключается в разработке процедур внедрения производных ценных бумаг с целью уменьшения потерь предприятия, занимающегося ВЭД.

Проанализировав динамику изменения экспорта в Республике Беларусь за 2010-2015 гг., можно заметить, что на протяжении рассматриваемого периода экспорт имеет циклическое изменение, но по сравнению с 2010 годом экспорт в 2015 году увеличился на 5,5 % [3].

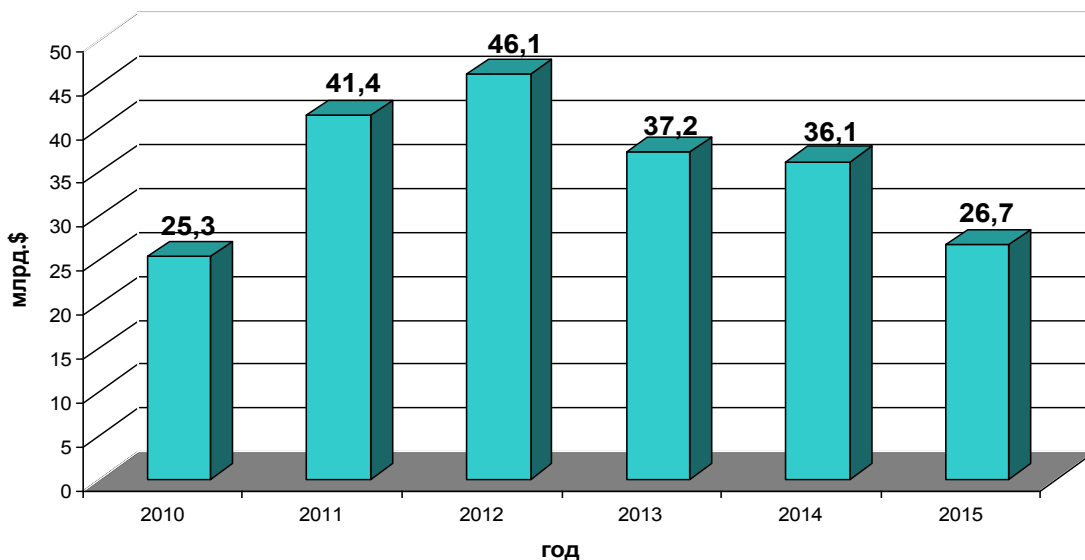


Рисунок 1 – Динамика экспорта в Республике Беларусь

Источник: собственная разработка на основании [3]

Несмотря на положительный рост экспорта, все же по Республике Беларусь наблюдается рост убыточных предприятий, в том числе предприятий, работающих на экспорт, в то же время прибыль от экспорта уменьшается и, как следствие, снижается рентабельность продаж [3].

Исследуя официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару за 01.04.2013-01.04.2016 года, наблюдаем постоянную девальвацию с короткими периодами небольшого укрепления белорусского рубля [4].

Влияние изменения валютного курса на результаты деятельности предприятия было проанализировано на примере ОАО “Кобринская птицефабрика”.

Отследив политику экспорта ОАО “Кобринская птицефабрика”, мы определили, что по данному предприятию необходимо, для получения запланирован-

ной прибыли при укреплении белорусского рубля, чтобы доля экспорта при данном курсе составляла 60,7%. Т. е. экспорт необходимо увеличить на 0,7%.

Проанализировав ряд предприятий, было выявлено, что чем меньше доля экспорта предприятий, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличить экспорт при укреплении рубля, для того чтобы предприятие получило запланированную прибыль. Так же чем на меньшую долю происходит изменение курса, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличивать долю экспортируемой продукции (таблица 1).

Таблица 1 – Зависимость между экспортом и валютным курсом

| Курс | Доля изменения курса | Доля экспортируемой продукции | | | | | | | |
|-------------|----------------------|-------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 60% | 50% | 40% | 30% | 20% | 10% | 5% | 3% |
| 20300/20200 | 0,49 | 0,30 | 0,25 | 0,20 | 0,15 | 0,10 | 0,05 | 0,02 | 0,01 |
| 20300/20100 | 1,1 | 0,59 | 0,49 | 0,39 | 0,30 | 0,20 | 0,10 | 0,05 | 0,03 |
| 20300/20000 | 1,5 | 0,89 | 0,74 | 0,59 | 0,44 | 0,29 | 0,15 | 0,07 | 0,04 |

Источник: собственная разработка

Для того, чтобы предприятие смогло эффективно и рационально принять решения в области ВЭД, необходимо изменить долю экспорта в сторону уменьшения или увеличения по разработанной мной формуле (1):

$$\Delta ex = dex * \frac{K_1}{K_0}, \quad (1)$$

где dex – удельный вес экспорта в выручке предприятия;

K_1, K_0 – валютный курс в период времени K_1, K_0 .

Данная формула может использоваться в странах, где не предусмотрена обязательная продажа части экспортной выручки.

Т. к по законодательству Республики Беларусь предприятиям в обязательном порядке необходима продажа экспортной выручки в размере 30%, следовательно необходимо в данной формуле еще учесть и 30%.

Проанализировав ряд показателей, было определено, что изменение экспорта необходимо откорректировать на процент изменения валютных курсов, по которым будет учтена обязательная продажа валюты (формула (2)).

$$\Delta ex = (dex * \frac{K_1}{K_0}) + (\frac{K_3}{K_2} * 30\%), \quad (2)$$

где dex – удельный вес экспорта в выручке предприятия;

K_1, K_0, K_3, K_2 – валютный курс в период времени K_1, K_0, K_3, K_2 .

Использование данных расчетов позволит предприятиям-экспортерам получить запланированную прибыль путем корректировки удельного веса экспорта продукции.

Данные формулы могут иметь место, однако могут возникнуть следующие проблемы:

- существует значительный временной разрыв между датой отгрузки и датой поступления денежных средств;

- поиск специалиста, который будет отслеживать постоянное изменение курса;

- курс спрогнозировать в условиях Республики Беларусь достаточно сложно.

В связи с чем для получения запланированной величины прибыли мы предлагаем осуществить хеджирование посредством производных ценных бумаг. Производными ценными бумагами являются фьючерсы и опционы [2].

Но в Республике Беларусь производные ценные бумаги не развиты. Однако, т. к. Республика Беларусь не является изолированным государством, т. е. предприятия осуществляют экспорт, мы предлагаем выйти на одну из бирж ближайших государств. Таковой является Московская биржа.

Для того чтобы выйти на Московскую биржу, необходимо:

- 1) выбрать брокера;
- 2) заключить договор с брокером;
- 3) открыть счет (торговый счет);
- 4) установить программу для торговли – торговый терминал (если сделки совершаются регулярно);
- 5) открыть демосчет;
- 6) открыть гарантийный депозит, чтобы начать работать на торговой платформе.

Заключив опцион на покупку, у предприятия есть два хода решения: исполнять условия, указанные в контракте в определенный срок либо же нет. Для выбора решения необходимо знать: базис (сумма сделки - \$), курс, стоимость опционной сделки, себестоимость и прибыль.

На примере ОАО “Кобринская птицефабрика” рассмотрим данную ситуацию. Контракт заключен по курсу 20 300 руб., в этом случае запланированная прибыль равняется 2 855 млн руб.

Затем рассмотрим две ситуации:

1. Если произошло ослабление белорусского рубля на 200 руб., то предприятие при исполнении опциона получит прибыль в размере 2 855 млн руб., а при данном курсе при не исполнении опциона предприятие получит 2 886 млн руб., т. е. на 31 млн руб. больше запланированной. В данной ситуации не требуется исполнение опциона.

2. Если произошло укрепление белорусского рубля на 200 руб., то предприятие при исполнении опциона получит прибыль в размере 2 855 млн руб., а при данном курсе при неисполнении опциона предприятие получит прибыль 2 820 млн руб., т. е. на 35 млн руб. меньше запланированной прибыли. В данной ситуации требуется исполнение опциона.

Таким образом, предприятие себя страхует от возможности неполучения запланированной прибыли.

Список цитированных источников

1. Пашуто, В.П. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / В.П. Пашуто, О.В. Пашуто. – Минск: ИВИ Минфина, 2009. – 360 с.

2. Финансы и финансовый рынок : учеб. пособие / О.А. Пузанкевич [и др.]; под ред. О. А. Пузанкевич. – Минск: БГЭУ, 2010. – 313 с.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>

4. Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nbrb.by.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО РЕЗУЛЬТАТА ОТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В Республике Беларусь в последнее время даётся установка на ориентацию продукции предприятий на экспорт. А выгодно ли экспортеру наращивать величину экспорта в условиях постоянно меняющегося валютного курса? Этот вопрос вызывает значимый интерес у многих субъектов хозяйствования, которые осуществляют внешнеэкономическую деятельность.

В данной научной работе цель заключается в разработке процедур внедрения производных ценных бумаг с целью уменьшения потерь предприятия, занимающегося ВЭД.

Проанализировав динамику экспорта в Республике Беларусь за 2010-2015 гг., наблюдаем циклическое изменение за анализируемый период, но по сравнению с 2010 годом экспорт в 2015 году увеличился на 5,5 % [3].

Несмотря на положительный рост экспорта, все же по Республике Беларусь наблюдается рост убыточных предприятий, в том числе предприятий, работающих на экспорт, в то же время прибыль от экспорта уменьшается и, как следствие, снижается рентабельность продаж [3].

Постоянная динамика изменения курса национальной валюты является результатом динамического развития экономики Республики Беларусь, которая имеет направления увеличения или уменьшения.

Исследуя официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару за 01.04.2013-01.04.2016 гг., наблюдаем постоянную девальвацию с короткими периодами небольшого укрепления белорусского рубля [3].

Проанализировав ряд предприятий, было выявлено, что чем меньше доля экспорта предприятий, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличить экспорт при укреплении рубля, для получения запланированной прибыли (таблица 1).

Таблица 1 – Зависимость между экспортом и валютным курсом

| Курс | Доля изменения курса | Доля экспортируемой продукции | | | | | | | |
|-------------|----------------------|-------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 60% | 50% | 40% | 30% | 20% | 10% | 5% | 3% |
| 20300/20200 | 0,49 | 0,30 | 0,25 | 0,20 | 0,15 | 0,10 | 0,05 | 0,02 | 0,01 |
| 20300/20100 | 1,1 | 0,59 | 0,49 | 0,39 | 0,30 | 0,20 | 0,10 | 0,05 | 0,03 |
| 20300/20000 | 1,5 | 0,89 | 0,74 | 0,59 | 0,44 | 0,29 | 0,15 | 0,07 | 0,04 |

Источник: собственная разработка

Так же, чем на меньшую долю происходит изменение курса, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличивать долю экспортируемой продукции (рисунок 1).

Для того чтобы предприятие смогло эффективно и рационально принять решения в области ВЭД и получить запланированную прибыль, необходимо изменять долю экспорта в сторону уменьшения или увеличения.

Посредством хеджирования производных ценных бумаг предприятие будет получать запланированную величину прибыли.

Хеджирование – форма страхования цены и прибыли при совершении фьючерских сделок, когда продавец (покупатель) одновременно производит закупку (продажу) соответствующего количества фьючерских контрактов. Хеджирование дает возможность застраховать себя от возможных потерь к моменту ликвидации сделки на срок, обеспечивает повышение гибкости и эффективности коммерческих операций, снижение затрат на финансирование торговли реальными товарами. Хеджирование позволяет уменьшить риск сторон: потери от изменения цен на товар компенсируются выигрышем по фьючерсам [1].

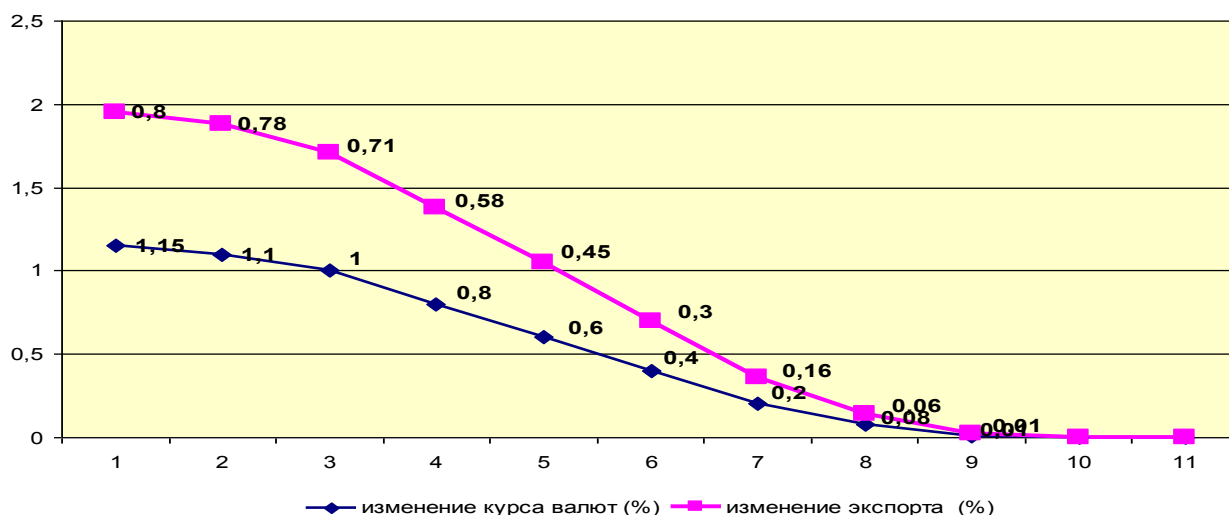


Рисунок 1 – Динамика изменения валютного курса и экспорта в Республике Беларусь

Источник: собственная разработка на основании [3]

Производные ценные бумаги – это такие ценные бумаги, механизм выпуска и обращения которых связан с правом на приобретение или продажу на протяжении срока, установленного договором, ценных бумаг, других финансовых и/или товарных ресурсов.

К таким бумагам относятся опционы, варранты, фьючерсные и форвардные контракты. Будучи специфичными по своей природе, в условиях нестабильной экономики и инфляции они являются тем инструментом, который позволяет инвесторам не только сохранить, но и приумножить свой капитал путем заключения срочных контрактов по активам предприятий, создавая основу для последующей устойчивой их работы [1].

Особенности производных ценных бумаг:

- их цена базируется на цене лежащего в их основе биржевого актива;
- имеют ограниченный временной период существования;
- их купля-продажа позволяет получать прибыль при минимальных инвестициях по сравнению с другими ценными бумагами, поскольку инвестор оплачивает не всю стоимость актива, а только гарантийный (маржевой) взнос.

Но в Республике Беларусь производные ценные бумаги не развиты. Однако т. к. Республика Беларусь не является изолированным государством, т. е. предприятия осуществляют экспорт, мы предлагаем выйти на одну из бирж ближайших государств. Таковой является Московская биржа.

Для того чтобы выйти на Московскую биржу необходимо:

- 1) Выбрать брокера;
- 2) Заключить договор с брокером;
- 3) Открыть счет (торговый счет);
- 4) Установить программу для торговли – торговый терминал;
- 5) Открыть демосчет;
- 6) Открыть гарантийный депозит, чтобы начать работать на торговой платформе.

Заключив опцион на покупку, у предприятия есть два хода решения: исполнять условия, указанные в контракте, в определенный срок либо же нет. Для выбора решения необходимо знать: базис (сумма сделки - \$), курс, стоимость опционной сделки, себестоимость и прибыль.

Таким образом, предприятие себя страхует от возможности неполучения запланированной прибыли.

Список цитированных источников

1. Шелег, Е.М. Рынок ценных бумаг: Учебное пособие - Мн., 2008. – 187 с.
2. Батяева, Т.А. Рынок ценных бумаг: уч. пос.- М., 2006.
3. Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nbrb.by.

УДК 330.36

Кирилук О.Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ЖИЛИЩНЫЕ ОБЛИГАЦИИ КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ НЕДВИЖИМОСТИ

После значительного сокращения в стране объемов льготного кредитования решать жилищный вопрос сегодня большинству белорусских граждан приходится самим, не рассчитывая на государственную поддержку. Государство и финансовые институты со своей стороны готовы предложить механизмы приобретения жилья, а какой путь предпочесть – решает каждый сам для себя. На сегодняшний день наиболее распространенными способами приобретения жилья в Беларуси являются:

- покупка
- кредит
- аренда
- лизинг

Покупка: средняя заработная плата по РБ за февраль 2016 составила 6 129 100 бел. руб., по данным белорусского статистического комитета, данная сумма расходуется ее владельцами на питание, одежду, оплату различных услуг, транспорт и другие потребности граждан (рисунок 1) [1]. В среднем месячная экономия составляет не более 31% заработной платы. Хорошая квартира в среднем стоит 60 000 \$, используя элементарные математические вычисления, можно убедиться, что срок ожидания равен 52 года (без учета инфляции).

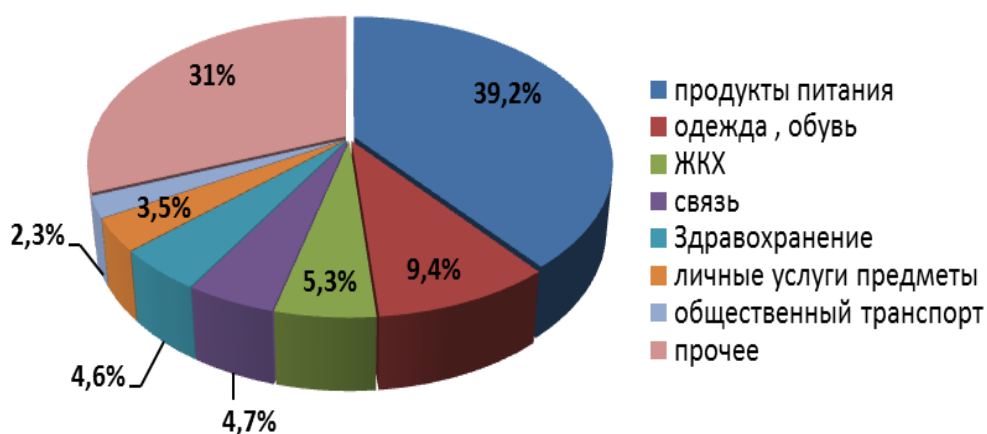


Рисунок 1 – Распределение заработной платы граждан Республики Беларусь
 Источник: собственная разработка на основании [1]

Кредит: ставка по кредиту на приобретение жилья в ОАО «АСБ Беларусбанк» 32 %, кредитуемая часть 75%, срок 15 лет. Для накопления самостоятельно вносимой суммы по кредиту жилья среднестатистическому работнику необходимо 13 лет с средней зарплатой по Республике Беларусь. Сумму к возврату рассчитываем по формуле простых процентов, исходя из которой видно, что ежемесячный платеж – не удовлетворяющая нас сумма (таблица 1)

Аренда: на рынке Республики Беларусь различают государственную и коммерческую аренду. Аренда государственного жилья в Бресте обойдется в 252 000 белорусских рублей, если же коммерческого - дороже приблизительно 2 000 000 белорусских рублей. Недостаток данного варианта – жилье не станет собственностью.

Таблица 1 – Расчет кредитного платежа

| | | |
|--------------------------------------|--|------------------------|
| Самостоятельно вносимая сумма | <i>Стоимость квартиры x 15%</i> | 304 000 000 бел. руб. |
| Кредитуемая сумма | <i>Стоимость квартиры x 75%</i> | 912 000 000 бел. руб. |
| Нарощенная сумма по кредиту | <i>Формула простых процентов(1)</i> | 5 289 600 000 бел. руб |
| Ежемесячный платеж | <i>Нарощенная сумма / срок пользования в месяцах</i> | 29 387 000 бел. руб. |

Источник: собственная разработка

Лизинг. Ставки по лизингу жилья в среднем 48% на 30 лет, но руководствуясь налоговым кодексом, можно оперировать тем фактом, что лизинговые операции по государственному жилью не признаются объектом налогообложения, то есть ставка снижается до 28% [2]. Рассчитаем ежемесячный платеж по формуле (1) простых процентов [3]:

$$S = P \times (1 + i \times n), \quad (1)$$

где [S]-нарощенная сумма;

[P]- сумма по лизингу;

[i]-процентная ставка;

[n]-срок договора лизинга.

Ежемесячный платеж по данному источнику составляет 31 750 000 белорусских рублей, ситуация как с кредитом - сумма велика, единственный плюс, что кредитуются 100% стоимости жилья.

Новый способ решения проблемы жилья – жилищные облигации.

Жилищная облигация – это ценная бумага, подтверждающая внесение ее владельцем денежных средств на строительство жилья определенной площади, номинал которой эквивалентен квадратным метрам площади жилья.

Особенности выпуска жилищных облигаций:

– объем эмиссии жилья в эквиваленте площади жилья не может превышать общую площадь самого жилья;

– номинальная стоимость 1 облигации не может быть меньше 0,1 кв. м жилого помещения.

Рассмотрим внедрение жилищных облигаций на примере ОАО «Брестский мясокомбинат»:

Жилищная облигация – это ценная бумага, обладающая доходностью в виде купона, а так как выпуском данной облигации будет заниматься предприятие, необходимо купон приравнять к величине рентабельности продаж, тем самым стимулируя работников к повышению производительности труда.

Рассчитаем купон на основе данных о прибылях и убытках. Купон, приравненный к рентабельности продаж, равен 7,28 % годовых.

В таблице представлены предложенные мной виды жилищных облигаций соответствующей стоимостью и рассчитанными сроками, через которые предприятие гарантирует своим сотрудникам заселение в новые квартиры. В среднем срок строительства жилого дома 18 месяцев, то есть предприятие может пользоваться накопленными деньгами от жилищных облигаций период времени, равный разнице срока ожидания работника момента заселения и сроком строительства. Срок пользования деньгами – период времени, рассчитанный в таблице 2, в соответствии от вида облигации.

Таблица 2 – Виды жилищных облигаций предложенные к выпуску ОАО «БМК»

| КВАРТИРЫ | Площадь кв. м. | Стоимость 1 кв. м. | Номинал кв. м. | Номинал бел. руб. | Срок ожидания работников (лет) | Срок пользования деньгами предприятием (лет) |
|----------|----------------|--------------------|----------------|-------------------|--------------------------------|--|
| | 40 | 7400000 | 0,1 | 740000 | 31,1 | 29,6 |
| 0,3 | | | 2220000 | 10,4 | 8,9 | |
| 0,5 | | | 3700000 | 6,2 | 4,7 | |
| 0,7 | | | 5180000 | 4,4 | 2,9 | |
| 1 | | | 7400000 | 3,1 | 1,6 | |

Источник: собственная разработка

Механизм приобретения жилищных облигаций будет выглядеть следующим образом: 1 – предприятие продает выпущенные жилищные облигации по номинальной стоимости сотрудникам; 2 – покупка ценной бумаги работниками ОАО «Брестский мясокомбинат»; 3 – сумма денег, полученная от продажи облигаций, направляется в производство на срок пользования деньгами предприятием; 4 – заключение договора на строительство жилого дома; 5 – после окончания срока пользования деньгами предприятием деньги из производства

направляются на строительство; 6 – по истечении 18 месяцев строительная компания передает готовые квартиры предприятию; 7 – обмен жилищных облигаций на готовые квартиры (рисунок 2).

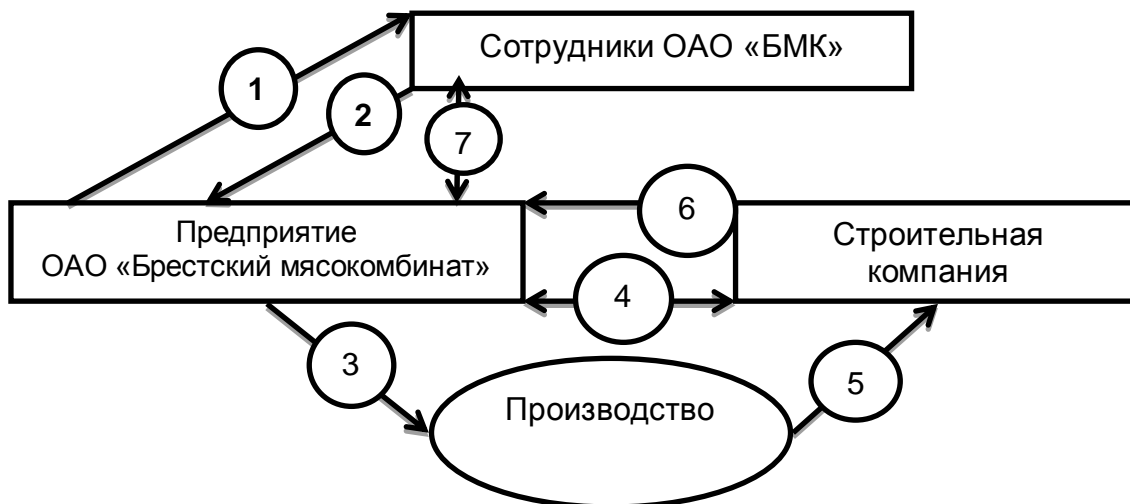


Рисунок 2 - Механизм движения денежных средств в процессе приобретения жилищных облигации

Плюсы для работников:

- фиксированная цена;
- возможность постепенной оплаты;
- свободный выбор квартиры и этажа;
- гарантированные сроки строительства.

Плюсы для предприятия:

- повышение производительности труда на предприятии в связи со взаимосвязью рентабельности и купонного дохода;
- возможности привлечения и использования денежных средств в хозяйственный оборот предприятия.

Список цитированных источников

1. Белорусский статистический комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 02.05.2016.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь*(Особенная часть) – 2014 г.
3. Рынок ценных бумаг Республики Беларусь и тенденции развития / Т.М. Алексеева, А.Ф. Галлов, Ю.И. Енин [и др.]. – Мн.: РИВШ БГУ, 2001.

УДК 330.36

Кирилюк О.Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ВЫПУСК ЖИЛИЩНЫХ ОБЛИГАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЕМ – РЕШЕНИЕ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ РАБОТНИКОВ

Основная цель научной работы заключается в определении возможности внедрения и перспективы развития такого источника финансирования недвижимости, как жилищные облигации. Жилищная проблема уже длительное время является одной из самых важных для граждан Республики Бела-

реть. В первую очередь это вызвано свертыванием практики предоставления бесплатного жилья государством и недоступное из-за дороговизны жилье на свободном рынке нашего государства. Поэтому я считаю, что выявление новых источников финансирования жилья способно решить социальные проблемы многих белорусов.

Жилищная облигация является именной ценной бумагой, удостоверяющей внесение ее владельцем денежных средств на строительство определенного размера общей площади жилого помещения в многоквартирном жилом доме.

Законодательно закреплено, что жилищные облигации могут иметь стоимость как в белорусских рублях, так и в долларах. Однако в Беларуси такие облигации, как правило, выпускают только в белорусских рублях.

Механизм жилищных облигаций прост: облигации эмитируются одним или несколькими выпусками, при этом четко регламентировано количество облигаций, срок их обращения и погашения, общий объем эмиссии. Стоимость одной облигации твердо привязана к цене одного квадратного метра в строящемся доме, а их количество – к запроектированной жилой площади.

Эмитентом жилищных облигаций вправе выступать юридическое лицо, зарегистрированное на территории Республики Беларусь, являющееся заказчиком (застройщиком), при наличии:

- отсутствия ограничений по выпуску облигаций законодательством;
- утвержденной в установленном законодательством порядке проектной документации на объект жилищного строительства.

Преимущества жилищных облигаций:

1) фиксированная цена: во-первых, цена на жилье по облигациям обычно ниже, чем цена на жилье на вторичном рынке или при долевым строительстве. Во-вторых, оплатив определенное количество облигаций, вы можете быть уверены, что за эти квадратные метры вам уже ничего доплачивать не придется;

2) возможность постепенной оплаты: возможность выкупать жилищные облигации частями;

3) свободный выбор квартиры и этажа: приобретение жилищных облигаций дает вам возможность выбрать любую квартиру на любом этаже еще до начала строительства;

4) гарантированные сроки строительства: застройщик несет материальную ответственность за несоблюдение сроков, а также за неисполнение иных существенных условий договора.

При применении схемы приобретения жилищных облигаций для предприятия данное предприятие будет выступать эмитентом жилищных облигаций, а держателями облигаций будут сотрудники. Механизм будет выглядеть следующим образом: предприятие продает выпущенные жилищные облигации по номинальной стоимости сотрудникам, сумма денег, полученная от продажи облигаций направляется в производство на срок, равный разнице срока ожидания работника момента заселения и срока строительства. Предприятие заключает договор на строительство жилого дома с строительной компанией, а после окончания срока пользования деньгами предприятием деньги из производства направляются на строительство, по истечении 18 месяцев готовые квартиры поступают в распоряжение предприятия, в результате чего происходит обмен жилищных облигаций сотрудников на готовые квартиры.

Такая ценная бумага, как жилищная облигация, предусматривает доходность для ее владельца – купон. В связи с чем предприятию целесообразно установить размер данного купона на уровне рентабельности продаж, тем самым стимулируя работников к повышению производительности труда. Исходя из выше сказанного можно выделить следующие плюсы для предприятия, желающего заняться выпуском жилищных облигаций для своих сотрудников:

- 1) повышение производительности труда;
- 2) возможности привлечения и использования денежных средств в хозяйственный оборот предприятия.

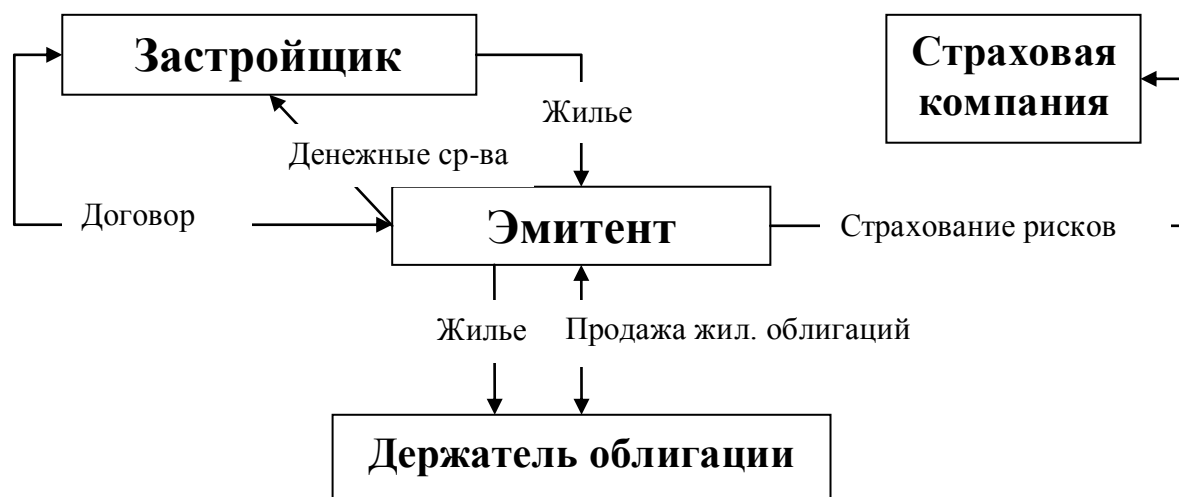


Рисунок 1 – Общепринятая схема приобретения жилищных облигаций

Источник: собственная разработка на основании [1]

Номинальная стоимость жилищной облигации для сотрудников определяется предприятием самостоятельно, исходя из стоимости одного квадратного метра жилого помещения и заработной платы работников данного предприятия.

Выпуск облигаций может содержать жилищные облигации разных номиналов для всех категорий работников. Но важно понимать зависимость между номиналом и сроком облигации: чем ниже номинал, тем больше срок и наоборот.

Жилищные облигации в условиях кризиса для предприятия можно рассматривать как хороший источник привлечения свободных средств работников, ведь для них — это способ решения квартирного вопроса. В условиях, когда банковскими кредитами пользоваться не только дорого, но и рискованно, предприятие может ориентироваться на новые механизмы. Государство Республики Беларусь готово поддержать данное направление. В 2009 г Министерство финансов своей инструкцией, утвержденной постановлением № 115, установило правила выпуска, обращения и погашения жилищных облигаций.

Список цитированных источников

1. Рынок ценных бумаг Республики Беларусь и тенденции развития / Т.М. Алексеева, А.Ф. Галлов, Ю.И. Енин [и др.]. – Мн.: РИВШ БГУ, 2001.

АУТСТАФФИНГ ПЕРСОНАЛА: АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ

На современном этапе развития рынка труда все больше ужесточается конкуренция. Компании стремятся снизить издержки по основным статьям: оплата труда и отчисления в фонд социальной защиты населения. Сохранение штата сотрудников не позволяет сократить издержки, что негативно влияет на финансовую стабильность компании и ее конкурентоспособность.

Аутстаффинг – один из инструментов в управлении персоналом, позволяющий компаниям регулировать число работников, не изменяя при этом официальную численность персонала. Аутстаффинг - перевод части работников в штат провайдера. При этом сотрудники продолжают работать на прежнем месте и выполнять свои прежние обязанности. Работодателем для них становится кадровое агентство.

К услуге аутстаффинга прибегают компании разных сфер деятельности: производственные, сферы услуг, банки. Часто аутстаффинг используется оптовыми и розничными торговыми компаниями. Выбор данной услуги определяется целями, которые хочет решить компания с помощью аутстаффинга. Он выгоден для компаний, которые не имеют возможности увеличить штатную численность сотрудников, но нуждаются в них для выполнения определенных задач.

Например, малые предприятия или предприятия, находящиеся на упрощенной системе налогообложения, имеют штатные ограничения, но решили открыть торговую точку. Для того чтобы принять на работу новых сотрудников, не обязательно регистрировать еще одно юридическое лицо и вести по нему отчетность. Можно зачислить этих сотрудников в штат провайдера. При этом работать они будут в новом магазине, а находиться в штате у компании-провайдера. Компания-провайдер – это компания, специализирующаяся на предоставлении услуг аутстаффинга.

Также аутстаффинг удобен для компаний, которым нужны сотрудники для выполнения краткосрочных проектов, например, для автоматизации системы управления предприятием. В настоящее время автоматизация управления компанией используется не только в банках, она внедрилась фактически в каждую компанию, особенно в торгово-производственную сферу. Компании, внедряющие систему автоматизации, чтобы не расширять штат, прибегают к услугам провайдера. В этом случае провайдер сам подбирает необходимый персонал, зачисляет его в штат, а сотрудники фактически работают у заказчика. Таким образом, реализуется услуга лизинга персонала, являющаяся составной частью аутстаффинга.

Некоторые компании пользуются этой услугой для привлечения высококлассного специалиста, например, хорошего специалиста по работе с корпоративными клиентами.

Компании, пользующиеся аутстаффингом, основную выгоду для себя видят в возможности концентрироваться на своем бизнесе, не расплываясь на побочные задачи. Компании начинают использовать аутстаффинг обычно в тех случаях, когда имеется определенная непредсказуемость бизнеса, когда нужна переменная рабочая сила или слишком большой штат сотрудников.

Кроме того, для бухгалтеров и кадровиков большим плюсом является то, что нет нужды рассчитывать зарплату, ходить по судам, общаться с профсоюзами и трудовой инспекцией.

Выделим основные предпосылки для вывода персонала за штат:

– намерение сократить количество штатных единиц без потери квалифицированных кадров;

– желание сэкономить средства при расчете единого социального налога, снизить административные расходы на ведение кадрового учета и расчет заработной платы;

– юридическая защищенность в решении кадровых вопросов. В штате компании есть персонал, который чаще всего подвергается проверкам различных контролирующих органов, например, у продавцов - медицинские книжки. При приеме иностранных граждан компания должна, как минимум, получить разрешение на работу по каждому из них, что дорого и хлопотно;

– вывод за штат новых сотрудников на время их испытательного срока для оценки их профессиональной пригодности.

По нашему мнению, преимущества компаний, использующих эту услугу, сводятся к следующему:

1. Оформление кадровых процедур и кадровой документации в соответствии с трудовым законодательством РБ.

2. Кадровое агентство выплачивает заработную плату сотрудникам, открывает и ведет банковские счета.

3. Кадровое агентство рассчитывает и перечисляет налоги и взносы в государственные фонды.

4. Кадровое агентство выплачивает пособия по временной нетрудоспособности, компенсации, рассчитывает отпускные, декретные.

5. Кадровое агентство предоставляет резервных работников в случае болезни или отсутствия основных.

6. Кадровое агентство решает конфликтные ситуации с сотрудниками.

7. Кадровое агентство сдаёт квартальные и годовые отчеты по единому социальному налогу, по страховым взносам на обязательное пенсионное страхование, сведения о доходах физических лиц.

8. Возможность сконцентрироваться на основном бизнесе.

9. Повышение конкурентоспособности компании.

Следует обратить внимание и на существенный недостаток аутстаффинга – его высокая стоимость. Как правило, счет, предъявляемый заказчику, включает следующие позиции: начисленная заработная плата, отчисления в ФСЗН, страховка, стоимость услуг аутстаффера (от 10-25% от фонда оплаты труда).

Несмотря на существующую дороговизну данной услуги, ее развитие имеет широкие перспективы в связи с тем, что экономика требует быстрого роста компаний, имеющих стабильное конкурентное преимущество. А для этого, в свою очередь, недопустимо тратить драгоценные временные, финансовые и человеческие ресурсы на непрофильные виды деятельности.

Также нами было изучено трудовое законодательство Республики Беларусь – понятие аутстаффинга в нём отсутствует. Соответственно из-за несовершенства нормативно-правового регулирования предприятия компании оформляют подобные сделки с некоторым опасением. Однако большое количество преимуществ аутстаффинга берет верх, и вспоминается истина: "Что не запрещено, то разрешено". При документальном оформлении сделок по

аутстаффингу мы предлагаем использовать формулировку "услуга по предоставлению персонала".

Выделим основные препятствия на пути развития аутстаффинга в Беларуси:

- Несовершенная законодательная база.
- Консервативность руководителей.
- Неправильное понимание сути аутстаффинга.
- Лоббирование интересов профсоюзами.

Профсоюзы Беларуси считают необходимым ограничение заемного труда. Их стремление понятно: выведение сотрудников компаний за штат делает их незаинтересованными в каких-либо объединениях. Поэтому дальнейшее развитие данной тенденции приведёт к тому, что в обозримом будущем профсоюзы могут утратить свою роль на социально-политической арене страны.

Мы провели социологическое исследование, посвященное аутстаффингу. Было опрошено более 100 студентов, обучающихся на разных специальностях. Опрос показал, что представления студентов о преимуществах занятости по договору аутстаффинга распределились следующим образом:

– в спектре предпочтений лидирующее положение предсказуемо занимают варианты «возможность официального трудоустройства» и «стабильность заработка»;

– однако, отдельного внимания заслуживает вариант ответа «нет преимуществ» — так считают около 30 % опрошенных. Т. е. каждый пятый работник считает, что аутстаффинг ничем не отличается от обыкновенной работы, а значит, он мотивирован, во всяком случае, не хуже, чем штатный работник;

– около 20% студентов считают временную занятость преимуществом, а не недостатком аутстаффинга. Можно предположить, что со временем количество таких работников будет возрастать, работники будут все лучше адаптироваться к условиям аутстаффинга.

Данные по недостаткам работы по аутстаффингу распределились так:

- 1 место – отсутствие гарантий постоянной занятости;
- 2 место – нет недостатков;
- 3 место – отсутствие перспективного роста;
- 4 место – низкий уровень заработной платы.

Здесь следует обратить внимание на два момента. Во-первых, вариант ответа об отсутствии перспектив роста дали 45 % опрошенных. Так что, если директор по персоналу имеет дело с лицами, работающими по договору аутстаффинга, следует особое внимание обращать на то, чтобы перспективные работники знали о возможности перехода на штатную должность и карьерного роста.

Во-вторых, следует обратить внимание на вариант ответа «низкий уровень зарплаты». Дело в том, что это утверждение противоречит объективным фактам (по данным того же исследования, почасовая оплата труда работающего по аутстаффингу почти вдвое выше, чем средняя по стране). Вероятно, работники, считающие, что их заработная плата низка, просто не осознают, что работают на порядок меньше, чем штатные сотрудники компаний, получая чуть меньшую заработную плату. Поэтому, чтобы ликвидировать негативное влияние этого убеждения, следует особое внимание уделить объяснению сотруднику структуры его заработной платы.

Обобщение результатов исследования позволяет описать шесть типов отношения к аутстаффингу: 3 положительных и 3 отрицательных.

1. Положительные оценки аутстаффинга:

а) «Надежная работа» — около 20 % студентов;
б) «Мобильная работа» — 15 % опрошенных охарактеризовали аутстаффинг как современный тип работы, который позволяет работать нерегулярно, в разных компаниях и дает возможность иметь доход в период безработицы.

в) «Работа со справедливой оплатой» — около 14% опрошенных особо отметили, что плата за работу по аутстаффингу в компаниях, специализирующихся на предоставлении услуг разнорабочих, оплачивается справедливо.

2. Отрицательные оценки аутстаффинга:

а) «Работа без гарантий» — около 23 % студентов считают, что работа по аутстаффингу не подкрепляется достаточными социальными гарантиями.

б) «Работа без перспектив» — 18 % опрошенных студентов убеждены, что аутстаффинг не дает им возможности роста, кроме того, они считают, что работники компании-заказчика никогда не будут считать их полноправными членами коллектива.

в) «Опасная работа» — 2 % считают, что обязательства их нанимателя по выплате зарплаты и обеспечению социальных гарантий могут быть не выполнены.

Результаты опроса показывают, что молодые специалисты в основном положительно относятся к аутстаффингу. Отрицательные же стороны, скорее, связаны с недоверием, вызванным относительно новой, непривычной, для населения формой трудоустройства. С приобретением опыта работы по договору аутстаффинга, их отношение должно измениться в лучшую сторону

В данной работе был рассмотрен эффективный и популярный в западных странах и США способ сокращения самых больших расходных статей бюджета предприятия – заработная плата работников и административные расходы. Этим способом является аутстаффинг.

Из всего вышесказанного очевидно, что данный метод не только упрощает процесс деятельности той или иной организации, но и экономически эффективен, так как позволяет избежать многих рисков.

И если даже в настоящий период еще не совсем стабильной экономики аутстаффинг имеет место быть, можно сделать вывод, что с дальнейшим ее развитием он станет неотъемлемой частью белорусского бизнеса.

Список цитированных источников

1. Аникин, Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учеб. Пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.

2. Аутсорсинг и аутстаффинг по-белорусски / Т. Гаенкова // Главный бухгалтер. — 2013. — № 47. — С. 22.

3. Лазанюк, И.В. Управление контрактами: учеб. пособие / Под общ. ред. В.М. Матюшка. – М.: РУДН, 2010.

УДК 330.36

Ковальчук Т.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Кивачук В.С.

АУТСОРСИНГ – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ XXI ВЕКА

Аутсорсинг имеет очень древние корни. Пробразом нынешних кадровых агентств были группы рекрутеров, нанимавших матросов на гребные суда еще в Римской империи. Это занятие еще долго оставалось прибыльным: вплоть до XIX века рейс через Атлантику и обратно считался удачным, если в живых

оставалось больше трети палубной команды. Первым российским рекрутером высококвалифицированных кадров можно считать Петра I. При государе-императоре в России работали несколько сотен европейских инженеров, корабелов, финансистов.

Кадровые агентства в современном их понимании появились вместе с паровой революцией и развитием железнодорожного сообщения в США в середине XIX века.

С середины XIX века в Великобритании получили широкое распространение кадровые агентства по подбору домашней прислуги.

Одними из первых аутсорсеров бизнес-процессов стали юридические и бухгалтерские фирмы в странах, законодательство которых основано на прецедентном праве. Развитость практики судебного решения деловых споров, потребность в высокой квалификации и специализации адвоката, а также наличии у него уже выигранных аналогичных дел привели к тому, что в Соединенном Королевстве и его колониях появились частные юридические бюро. Расширяя перечень услуг, со временем они превратились в консалтинговые фирмы, а затем – в аутсорсинговые.

После обеих мировых войн, когда домой возвращались тысячи мужчин, которым требовалась работа, происходил расцвет кадрового аутсорсинга. Среди бывших военных были опытные механики, радисты, летчики, летавшие на малой высоте, очень востребованные в сельхозавиации.

Впрочем, в СССР было место и аутсорсингу бизнес-процессов. Например, в 1960-1980-е годы, когда потребности в вычислительной технике превышали доступные ресурсы, существовали так называемые вычислительные центры коллективного пользования (ВЦКП), предоставлявшие доступ к компьютерным ресурсам (машинное время) сторонним организациям.

Поскольку на Западе аутсорсингом бухгалтерского обслуживания компании пользовались уже давно и широко, в 1990-е годы иностранные аутсорсинговые фирмы начали приходить в Россию вслед за своими клиентами — европейским бизнесом.

Сегодня аутсорсинг бизнес-процессов повсеместно выходит за рамки частного бизнеса и получает признание и применение в госструктурах [1].

Цель распространения аутсорсинга – оперативная и качественная помощь компаниям в организации необходимых им услуг в удаленном режиме сотрудничества. При этом стоимость услуг аутсорсинговой компании значительно меньше той суммы, которую компания потратила бы, организовывая необходимые сервисы при помощи задействования собственных ресурсов.

Аутсорсинг — передача организацией, на основании договора, определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый, эпизодический, случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года). Наличие бизнес-процесса является отличительной чертой аутсорсинга от различных других форм оказания услуг и абонентского обслуживания [2].

Главным источником снижения затрат с помощью аутсорсинга является повышение эффективности предприятия в целом и появление возможности освободить соответствующие организационные, финансовые и человеческие ресурсы, чтобы развивать новые направления, или сконцентрировать усилия на существующих, требующих повышенного внимания.

В российской предпринимательской практике на аутсорсинг чаще всего передаются такие функции, как ведение бухгалтерского учёта, обеспечение функционирования офиса, переводческие услуги, транспортные услуги, поддержка работы компьютерной сети и информационной инфраструктуры, рекламные услуги, обеспечение безопасности.

По мнению специалистов Института аутсорсинга (Outsourcing Institute, США), аутсорсинг бизнес-процессов является развивающимся видом оптимизации деятельности предприятий, причем наибольший рост наблюдается в сфере финансов и бухгалтерского учета. Статистика, собранная в 1997 году Американской ассоциацией менеджмента, показала, что уже тогда 20 % из числа 600 опрошенных фирм передали на аутсорсинг хотя бы некоторую часть финансовых и бухгалтерских операций, а 80 % — часть административных функций.

В 2000-х гг. масштабы развития аутсорсинга в мире характеризуются следующими данными:

1. Удельный вес компаний США, передающих какие-либо операции на А., в 2002 составил 86% против 52% в 1992.

2. По оценкам американской консультационной компании *Dun & Brad-street*, объем контрактов на передачу третьим лицам таких деловых операций, как бухгалтерский учет, управление базами данных, управление объектами инфраструктуры, составил в 2002 г. во всех странах с рыночной экономикой 1 трлн долл.

3. В 2001 лишь 37 % стоимости выпускаемого в США автомобиля производилось внутри страны. При этом 30% стоимости направлялось в Южную Корею за сборку машин, 17,5 % — в Японию на покупку комплектующих и современных технологий, 7,5 % — в Германию за дизайн, 4 % — в Тайвань и Сингапур за мелкие детали, 2,5 % — в Великобританию на рекламу и маркетинг, 1,5 % — в Ирландию и Барбадос за обработку данных.

Виды аутсорсинга [3]:

Производственный аутсорсинг

При производственном (или промышленном) аутсорсинге сторонней организации передаются частично или целиком производство продукции или её компонентов.

ИТ-аутсорсинг (ИТО)

Предполагает делегирование внешней специализированной компании решение вопросов, связанных с разработкой, внедрением и сопровождением информационных систем как целиком на уровне инфраструктуры предприятия (сопровождение оборудования или ПО), так и объемов работ, связанных с развитием и/или поддержкой функционирования отдельных участков системы (программирование, хостинг, тестирование и т. д.).

Аутсорсинг бизнес-процессов (BPO)

Использование внешних ресурсов, знаний и опыта, налаженной инфраструктуры поставщика услуг (аутсорсера) для организации и обеспечения собственных специфических функций и достижения бизнес-задач компании. В большинстве случаев BPO предполагает передачу стандартизированных текущих процессов компании.

Аутсорсинг управления знаниями (KPO)

KPO предполагает управление процессами, которые требуют глубокого изучения или серьезной аналитической обработки данных, формирования и управления базами знаний, которые в последующем могут использоваться в

том числе и для поддержки принятия решений. Аутсорсинг управления знаниями сейчас только начинает получать распространение на территории США.

Разработка программного обеспечения

Широкое распространение получил аутсорсинг разработки программного кода. Традиционным лидером в области ИТ-производства является Китай, а ведущими разработчиками программного кода — Индия, страны Восточной Европы, Белоруссия, Украина и Россия. В течение 2007-2008 годов сразу несколько ведущих ИТ-корпораций открыли в России собственные центры разработки.

Россия, Украина и Белоруссия, вместе с рядом других развивающихся стран (в первую очередь Индией), входят во второй эшелон популярных направлений для аутсорсинга разработки программного обеспечения сразу после Индии и Китая.

Таблица 1 – Эволюция практического аутсорсинга [4]

| Период | Процессы, стимулирующие и характеризующие развитие практического аутсорсинга |
|--------------------------|---|
| Начало XX в. | Привлечение организациями специализированных фирм для решения юридических проблем |
| 1920-1930 гг. | Применение метода кооперации узкоспециализированных производств в автомобилестроении |
| 1950 гг. | Развитие процессов экономической интеграции в «послевоенном» экономическом пространстве |
| 1960-1970 гг. | Формирование нового сектора бизнеса — услуги в области ИТ-технологий. Широкое использование аутсорсинга как метода производственной кооперации в промышленности |
| 1970-1980 гг. | Рост объемов рынка аутсорсинга в юридической и банковской сферах, управлении финансами, ИТ-технологий, промышленности, государственном управлении. Развитие гибких производств. Широкое распространение аутсорсинга вспомогательных и обслуживающих видов деятельности |
| 1980-1990 гг. | Формирование глобальных информационных сетей. Формирование рынка <i>on-line</i> сервиса. Формирование рынка оффшорного программирования. Формирование рынка логистических услуг. Распространение концепций <i>TQM</i> и <i>BPR</i> в практике менеджмента. Распространение систем <i>ERP</i> и <i>CRM</i> в промышленности. Масштабный экспорт в страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки, развитие международного производственного аутсорсинга |
| Конец XX - начало XXI в. | Развитие глобальных информационных сетей и широкое промышленное использование услуг в области информации и телекоммуникаций. Повсеместное внедрение единых международных стандартов качества. Практическое использование принципов процессного управления. Внедрение принципов модульной архитектуры продукта в массовом производстве. |

По данным Института А. (*Outsourcing Institute*, США), во всем мире происходит стремительное развитие рынка аутсорсинговых услуг — в 1996 г. объем рынка был равен 100 млрд долл., а в 2000 достигал уже 300 млрд долл. Компании, замещающие внутренние функции привлечением внешних ресурсов, получают в среднем 9 %-ю экономию затрат и 15 %-е повышение производительности и качества. Наиболее широко распространенной сферой привлечения внешних ресурсов остаются информационные технологии. Кроме того, политика использования аутсорсинга сдвигается в последнее время в такие

области, как послепродажное обслуживание потребителей и внутренний аудит. Развивается также производственный аутсорсинг [5].

В случае принятия решения о целесообразности применения аутсорсинга по каким-то бизнес-процессам, необходимо выбрать наиболее подходящую организацию-аутсорсера либо обратившись к ней самостоятельно, либо предложив поучаствовать к конкурсу. И в том, и в другом случае организация-заказчик должна разработать критерии выбора наилучшей для себя организации-аутсорсера. Необходимо также выяснить, не возникнут ли у организации дополнительные издержки уже после передачи функций или бизнес-процессов аутсорсеру.

В расчете затрат по процессам следует учитывать исключительно те составляющие затрат, которые можно снизить в ходе аутсорсинга: затраты на персонал; на производственные площади; на хранение запасов; на средства производства; на вспомогательные средства производства; на управление.

Список цитированных источников

1. <http://wgg.by/outsourcing.html>
2. <http://www.belsoft.by/site/ru/services/outsourcing>
3. <http://www.belhard.com/ru/component/content/article/60-press/284>
4. <http://probusiness.by/opinion/648-preimushchestva-i-nedostatki-peredachi-rabot-na-outsorsing-2-tablicy.html>
5. http://www.cnews.ru/articles/itautsorsing_gde_tochki_rosta_

УДК 339.187.62:657.1

Мартынюк М.Ю.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В белорусской экономике лизинг выступает как аренда долгосрочных активов с элементами кредитных отношений. В Гражданском кодексе Республики Беларусь под лизингом понимается финансовая аренда, при которой арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца (поставщика) и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для предпринимательских целей [1].

Лизинг представляет собой финансовую операцию по передаче на длительный срок права пользования имуществом, остающимся собственностью арендодателя, на весь срок действия договора лизинга. Лизинг обладает рядом преимуществ, а именно: стопроцентное кредитование, быстрое и гибкое заключение контракта и др. Но в то же время стоимость лизинга выше суммы кредита, а сделки по лизингу обладают более сложной организацией и отражаются в учете по отдельной схеме.

Лизинговые операции могут учитываться как на балансе у лизингодателя, так и у лизингополучателя. А также объект лизинга может быть выкуплен лизингополучателем по окончании срока действия договора лизинга.

Первым вариантом учета лизинговых операций рассмотрим схему учета у лизингодателя.

Лизингодатель – это юридическое лицо, предающее по договору лизинга специально приобретенный для этих целей объект лизинга за счет собствен-

ных и заемных средств. Затраты лизингодателя по осуществлению лизинговой деятельности, за исключением расходов по капитальным вложениям в долгосрочные активы, формирование и учет инвестиционных расходов по объекту лизинга должны вестись отдельно от всех прочих затрат лизинговой компании и учитываться на счете 20, к которому могут быть открыты отдельные субсчета:

20/1 – «Общие расходы лизинговой компании»;

20/2 – «Инвестиционные расходы лизинговой компании».

К инвестиционным расходам лизинговой компании можно отнести следующее:

– первоначальную или восстановительную стоимость лизингового имущества;

– проценты по кредиту (займу), если это было предусмотрено лизингодателем;

– налоги и другие обязательные платежи, начисляемые на лизинговое имущество;

– платежи по всем видам страхования лизингового имущества

– и другие расходы, которые понес лизингодатель по приобретению и содержанию объекта лизинга. [2]

Рассмотрим две схемы отображения учета операций по лизингу у лизингодателя в зависимости от того, у кого на балансе числится объект лизинга – у лизингодателя или у лизингополучателя. Для отображения этих схем используются следующие счета:

1. По счету 03 на отдельных субсчетах отражается стоимость переданного имущества в лизинг:

03/1 – «Предметы аренды, готовые к эксплуатации»;

03/2 – «Предметы аренды в эксплуатации»;

03/9 – «Выбытие материальных активов».

2. После заключения договора лизинга отображается общая сумма лизинговых платежей на счетах 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» и 98 «Доходы будущих периодов», к которым открываются такие субсчета, как:

62/1 – «Обязательства по лизингу»;

62/11 – «Обязательства по лизингу в части погашения первоначальной стоимости»;

62/12 – «Обязательства по лизингу в части вознаграждения лизингодателя»;

98/1 – «Доходы, полученные в счет будущих периодов»;

98/12 – «Доходы, полученные в счет будущих периодов в части вознаграждения лизингодателя».

3. На отдельном счете 02/2 отражается сумма начисленной амортизации по лизинговому имуществу.

4. На счете 91 собираются все доходы и расходы, а по окончании действия лизингового договора формируется финансовый результат (прибыль или убыток от операций по лизингу):

91/1 – «Прочие доходы от инвестиционной деятельности»;

91/2 – «НДС от инвестиционной деятельности»;

91/3 – «Прочие налоги и сборы, исчисляемые от прочих доходов»;

91/4 – «Прочие расходы от инвестиционной деятельности»;

91/5 – «Сальдо прочих доходов и расходов».

Если по условию договора лизинговое имущество учитывается на балансе лизингополучателя, то бухгалтерские записи у лизингодателя по отражению хозяйственных операций передачи объекта в лизинг может быть представлено как в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Отражение учета у лизингодателя, если объект лизинга учитывается на балансе лизингополучателя

| Дебет | Кредит | Содержание операции | Сумма |
|-------|--------|---|-------------|
| 03/3 | 03/2 | Списание первоначальной стоимости имущества, передаваемого в лизинг | 275 000 000 |
| 02/2 | 03/3 | На величину амортизации, начисленную по имуществу, передаваемому в лизинг | 0 |
| 91/4 | 03/3 | Списание остаточной стоимости имущества, передаваемого в лизинг | 275 000 000 |
| 62/11 | 91/1 | На сумму контрактной (остаточной) стоимости объекта лизинга, подлежащей погашению без НДС | 275 000 000 |
| 62/11 | 76/9 | На сумму НДС, подлежащего начислению в бюджет от контрактной (остаточной) стоимости объекта лизинга | 17 852 240 |
| 62/11 | 98/12 | Отражение общей суммы лизингового платежа, подлежащего поступлению в течение всего срока лизингового договора в части вознаграждения и погашения расходов с НДС | 107 113 440 |
| 51 | 62/11 | Ежемесячное поступление на счет лизингодателя лизинговых платежей в счет погашения стоимости объекта лизинга | 77 380 000 |
| 76/1 | 68/2 | Ежемесячное начисление НДС, поступившего при погашении стоимости объекта лизинга | 3 758 333 |
| 98/12 | 91/1 | На сумму лизингового платежа, признаваемого доходом компании отчетного периода | 22 550 000 |
| 20 | 26 | На сумму общехозяйственных затрат, включаемых в издержки по обслуживанию договора | 3 437 500 |
| 91/4 | 20/1 | Ежемесячное списание расходов, вошедших в текущие лизинговые платежи | 15 354 167 |
| 91/2 | 68/2 | На суммы начисленного НДС от доходов по лизинговому платежу | 3 758 333 |
| 91/5 | 99 | На сумму полученного финансового результата по договору лизинга | 3 437 500 |
| 51 | 62/11 | Поступление денежных средств на счет лизингодателя за выкуп лизингового имущества | 550 000 |
| 76/1 | 68/2 | На сумму НДС, подлежащего начислению в бюджет от выкупной стоимости объекта лизинга | 0 |

Затем рассмотрим ситуацию, когда объект лизинга числится на балансе лизингодателя и каким образом в этом случае отражаются операции на счетах бухгалтерского учета:

На дату заключения договора отражается передача объекта лизинга в эксплуатацию лизингополучателю со счета «03/1» на счет «03/2». А также на эту же дату составляется проводка по отражению суммы лизингового платежа, которая должна поступить лизингодателю в течение всего срока действия договора. Для этого в плане счетов открывается дополнительный субсчет, например, «62/5», на котором будут отражаться данные поступления.

Ежемесячно по установленному графику платежей пропорционально списываются расходы лизинговой компании, а также начисляется НДС от суммы лизингового платежа.

По окончании действия договора определяется финансовый результат (прибыль или убыток) лизинговой компании. При получении прибыли составляется проводка Д 91/5 К 99, в противном случае – проводка Д 99 К 91/5.

По окончании действия лизингового договора в случае выкупа объекта лизинга отражается списание со счета «03/2» на счет «03/3». При этом списывается первоначальная и остаточная стоимость объекта, а также уменьшается стоимость выкупаемого лизингового имущества на величину ранее начисленной амортизации.

Рассмотрим ситуацию, когда учет лизинговых операций учитывается у лизингополучателя.

Лизингополучатель – это субъект хозяйствования, получающий объект лизинга во временное владение и пользование по договору лизинга. Бухгалтерский учет поступления лизингового имущества и связанных с ним операций зависит от того, на чьем балансе учитывается лизинговое имущество [2].

Для отражения необходимой бухгалтерской информации лизингополучатель открывает необходимые субсчета к счету 01 «Основные средства»: 01/1 – «Основные средства в эксплуатации» и 01/3 – «Основные средства, полученные в лизинг».

К счету 76 открываются субсчета: 76/1 – «Обязательства по лизинговым платежам» и 76/2 – «Обязательства по контрактной стоимости объекта лизинга».

А также к 18 счету относятся такие субсчета, как: 18/1 – «Отражение «входящего» НДС за ОС»; 18/2 – «Отражение оплаченного НДС»; 18/3 – «Отражение «входящего» НДС за услуги».

Если лизинговое имущество учитывается на балансе лизингодателя, то лизингополучатель отражает учет по схеме, представленной в таблице 2 [2].

Таблица 2 – Отражение учета имущества лизинга у лизингополучателя при условии, что объект лизинга учитывается на балансе лизингодателя

| Дебет | Кредит | Содержание операции | Сумма |
|------------|--------|--|-------------|
| 001 | – | На дату заключения договора отражается стоимость объекта лизинга | 275 000 000 |
| 20 (аморт) | 76/1 | Отражение ежемесячных расходов на амортизационные отчисления, а также суммы начисленной задолженности по объекту лизинга и выделение "Входящего" НДС | 22 870 833 |
| 20 (пр) | | | 18 791 667 |
| 18/1 | | | 3 758 333 |
| 76/1 | 51 | Оплата текущего лизингового платежа и погашение задолженности перед лизингодателем | 77 380 000 |
| 18/2 | 18/1 | Отражение оплаченного НДС | 3 758 333 |
| 76/2 | 51 | Оплата выкупной стоимости лизингового имущества | 550 000 |
| 08/1 | 76/2 | Оприходование лизингового имущества и отражение НДС | 550 000 |
| 18/3 | | | 0 |
| 01/1 | 08/1 | Ввод в эксплуатацию бывшего лизингового имущества в составе основных средств | 550 000 |
| – | 001 | Списание лизингового имущества с забалансового счета | 275 000 000 |

Далее предположим, что по условию договора финансового лизинга имущество учитывается на балансе лизингополучателя. Тогда все операции по получению этого имущества и расчетам с лизингодателем в соответствии с утвержденным графиком платежей оформляются лизингополучателем в следующем порядке:

1. На дату заключения договора отражается приобретение объекта лизинга и ввод его в эксплуатацию. Для этого в плане счетов открывается отдельный субсчет, например «01/3», на котором собираются все затраты, понесенные лизингополучателем.

2. Ежемесячно по графику погашается часть контрактной стоимости объекта лизинга, включающей НДС, возмещается часть расходов лизингодателя по договору лизинга и уплаченная сумма НДС принимается к зачету.

3. Ежемесячно лизингополучателем начисляется амортизация по объекту лизинга в суммовом размере, определенном, например, условиями договора лизинга. Учет амортизации по объектам основных средств в лизинге ведется на отдельном субсчете счета, например, «02/3». Если размер амортизационных отчислений договором не определен, то амортизация начисляется исходя из нормативного срока службы линейным способом.

4. По окончании срока лизингового договора в случае выкупа лизингового имущества лизингополучателем отражается оприходование объекта лизинга по остаточной стоимости, то есть на счет «01/1» со счета «01/3» переносится первоначальная стоимость объекта лизинга, а на счет «02/1» – накопленная на счете «02/3» амортизация.

Как видно, схемы учета лизинговых операций нетипичны и во многом зависят от условий лизингового договора. Современное ведение бухгалтерского учета трудно представить без применения специализированных программ. Но в то же время с их помощью не всегда легко оформить нетипичные учетные ситуации. На сегодняшний день существует множество различных систем автоматизации обработки учетно-аналитической информации. В их основе лежат разные модели организации бухгалтерского учета. В некоторых программах, например в «1С: Предприятие», план счетов разрабатывается программистом и является базисом для остального функционала. В других системах, например, в бухгалтерском контуре программного комплекса «Галактика ERP», план счетов может описываться пользователем или загружаться из текстового файла, его может настраивать сам бухгалтер по своей учетной политике, добавлять новые субсчета, которые, например, необходимы в случае учета лизинговых операций. Кроме того, система «Галактика ERP» предусматривает ведение бухгалтерского учета при помощи настройки самим пользователем типовых хозяйственных операций (ТХО) с набором проводок и разноски их по документам для проведения. Значит в такой учетной системе, как «Галактика ERP», и лизингодатель, и лизингополучатель сможет без привлечения программиста автоматизировать встроенными в программу инструментами все приведенные выше схемы учета объекта лизинга.

Список цитированных источников

1. Гражданский Кодекс Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 218-3 (ред. от 11.07.2014): принят Палатой представителей 28 октября 1998 года: одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 года: текст Кодекса по состоянию на 10.01.2011г.

2. Левкович, О.А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О.А. Левкович, И.Н. Бурцева. – Мн.: Алмафея, 2012. – 728 с.

3. Стражева, Н.С. Бухгалтерский учет: учеб.-методич. пособие / Н.С. Стражева, А.В. Стражев. – Мн.: Современная школа, 2011. – 937 с.

МЕТОДИКА УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ПРОГРАММЕ «ГАЛАКТИКА ERP»

Создавая предприятие, его собственники в первоочередном порядке решают проблему укомплектования основными средствами. Предприятия пополняют свои основные средства (ОС) с целью наращивания производственных мощностей, замены износившихся и по другим причинам.

Порядок отражения в бухгалтерском учете увеличения основных фондов зависит от источников их поступления, т. е. каким образом и на каких условиях они приобретены:

- в результате внесения учредителями в счет их взносов в уставный капитал предприятия;
- в результате капитальных вложений;
- приобретение за плату у других предприятий (лиц);
- получение от других предприятий (лиц) безвозмездно;
- оприходование неучтенных объектов (излишков), выявленных в результате инвентаризации;
- получения от дочерних предприятий, внутрихозяйственных подразделений, филиалов, выделенных на отдельный баланс;
- изготовление основных средств самим предприятием;
- в результате возврата основных средств из долгосрочной аренды или лизинга;
- в результате субсидирования правительственным органом [1].

Современный этап научно-технической революции характеризуется глобальным развитием автоматизированных информационных систем, которые позволяют быстро обмениваться информацией и хранить ее длительное время. Безусловно, научно-технический прогресс затронул и бухгалтерский учет. С внедрением программ автоматизации бухгалтерского учета его ведение значительно упростилось, сократилось время обработки информации, так как отпала необходимость ее дублирования. Наиболее востребованными бухгалтерскими программами являются: «1С: Бухгалтерия», контур бухгалтерского учета корпоративной информационной системы «Галактика ERP» и др.

Система «Галактика ERP» состоит из отдельных контуров, которые в свою очередь имеют модульную структуру. Модуль представляет собой набор необходимых функций для автоматизации задач отдельной предметной области. Модули объединяются в контуры по схожим решаемым задачам. Например, контур бухгалтерского учета состоит из модулей:

- касса;
- финансово-расчетные операции;
- учет ОС;
- учет НМА;
- хозоперации;
- бухгалтерская отчетность и др.

Начальным этапом внедрения любого модуля является его настройка, которая состоит из следующих этапов:

1. Настройка общесистемных параметров, которые будут одинаковыми для всех пользователей системы. Для этого в любом модуле присутствует пункт меню «Настройка» → «Настройка».

2. Каждый пользователь имеет возможность настроить параметры для удобства своей работы. Например, чтобы по умолчанию в документы подставлялся конкретный склад или др.

3. На следующем этапе в программу заносятся исходные данные в основные каталоги и справочники. Вся база данных «Галактики» состоит из каталогов, справочников, классификаторов и документов. Основные каталоги и справочники заполняются в модуле «Настройка».

4. Для корректной работы отдельного контура выполняется настройка специфических параметров, обеспечивающих работу этого контура. Для этого в настройке параметров соответствует отдельная папка.

5. Для корректной работы отдельного модуля в нем заполняется через меню «Настройка» специфические каталоги и справочники, используемые в этом модуле.

В отличие от бухгалтерских документов программные могут содержать дополнительные реквизиты (данные), необходимые для обработки этих документов. Например, экранные формы «Галактики» состоят из двух блоков – в верхнем вносится информация о том или ином объекте учета, а в нижний – корреспонденция счетов, аналитические признаки (КАУ), сумма в рублях и валюте и некоторые другие (в зависимости от объектов учета). Документы в системе «Галактика» не просто хранятся в базе, но и могут быть определенным образом связаны между собой, отражая реальные хозяйственные процессы. Некоторые документы могут быть автоматически сформированы на основе информации, содержащейся в других документах [2].

С документами непосредственно связан другой инструмент ведения учета – типовая хозяйственная операция (ТХО). Каждый из документов, формируемый в бухгалтерском контуре, содержит дополнительную панель для выбора ТХО из справочника. С каждым документом, как правило, связывается ТХО. При создании ТХО можно воспользоваться возможностью формирования проводок в различных планах счетов. При необходимости проводку, формируемую по документу, можно отредактировать вручную. Связь между документами и проводками контролируется с помощью «Книги бухгалтерских проводок» в модуле «Хозоперации» или в любом другом модуле контура бухгалтерского учета. Формирование новых и редактирование существующих ТХО по определенному виду документов производится, как правило, в том модуле, в каком используется данный документ. Наборы типовых операций для всех типовых документов создаются в модуле «Хозоперации», в котором при выборе соответствующего документа выводится список связанных ТХО. В дополнительном окне указываются корреспонденция счетов по каждой проводке, процент, на который умножается сумма платежа по документу, входимость суммы по отдельной проводке в общую сумму по ТХО и алгоритм расчета суммы оборота по каждой проводке. Так, например, для платежного поручения по операции погашения части стоимости объекта лизинга по графику платежей, может быть создана ТХО с несколькими проводками, что позволит не оформлять бухгалтерские справки.

В «Галактике ERP» для ведения учета основных средств предназначен модуль «Учет ОС», который позволяет автоматизировать все операции поступления, внутреннего перемещения, выбытия основных средств, переоценки, изменения стоимости, начисления амортизации, распределения ее по счетам затрат, ведения классификации по видам, группам, признакам использования, материально ответственным лицам и подразделениям. Кроме того, в модуль «Учет ОС» позволяет:

– создавать и вести картотеку основных средств, в том числе вести учет нескольких однотипных объектов ОС с помощью групповой инвентарной карточки. Ее использование позволяет производить любые операции одновременно по всем объектам учета;

– вести учет сложных иерархических объектов. Сложный объект в системе представляет собой объект учета, состоящий из нескольких объектов ОС, учет которых может вестись как в качестве единого целого, так и независимо друг от друга. Начислять амортизацию по сложному объекту можно двумя способами: а) расчет амортизации производится в целом на сложный объект, затем сумма амортизации распределяется на составляющие части пропорционально их стоимости, затем производится суммирование; б) амортизация начисляется отдельно на каждый компонент сложного объекта, а затем суммируется. Все остальные операции (внутреннее перемещение, изменение стоимости, выбытие) возможны как в целом по сложному объекту, так и по его составляющим или группе составляющих;

– вести параллельный учет основных средств на основе различных методов, характеризующихся различной валютой учета, используемым планом счетов бухгалтерского учета, алгоритмами начисления износа, ТХО для формирования проводок;

– производить расчет амортизации ОС как в зависимости от срока их использования, так и в зависимости от их выработки, пробега и других параметров (например, для специализированного оборудования или для объектов лизинга). Для этого в модуле реализован мощный механизм создания алгоритмов начисления амортизации;

– прогнозировать суммы амортизационных отчислений за любой будущий период времени с разбивкой по месяцам и кварталам на основе данных предыдущих периодов. Прогноз строится как с учетом ускоренной амортизации, так и без нее;

– сохранять историю изменений и начисления износа ОС, возвращаться к предыдущим отчетным периодам для проведения корректировок и исправления ошибок;

– вести учет содержания драгоценных металлов и камней в ОС;

– учитывать размещение ОС на распределенной территории с целью расчета налога на имущество территориально распределенных предприятий;

– получать различные настраиваемые статистические (форма 11) и бухгалтерские отчеты с учетом требуемой группировки данных и накладываемых ограничений.

Так для корректной работы модуля «Учет ОС» необходимо, прежде всего, заполнить:

1. Каталог методов учета, то есть указать основной алгоритм для начисления амортизации, типовую хозяйственную операцию с проводками для ее проведения, порядок округления, периодичность начисления амортизации и т. п.;

2. Каталог признаков использования ОС;

3. Каталог видов ОС и норм амортизации.

Аналитический учет ОС в программе ведется в разрезе отдельных инвентарных объектов с открываемой на каждый объект инвентарной карточкой (ИК). Учет ведется по местам нахождения объектов: цехам, участкам и другим подразделениям. В самой инвентарной карточке программа позволяет задать способ начисления амортизации – суммой или по формуле, на вкладке амортизации – указать график начисления плановой амортизации с конкретными суммами, например, из условий договора лизинга, а также на вкладке харак-

теристики можно загрузить любые файлы, например, техпаспорт, копию договора лизинга, график платежей по договору лизинга. Это позволяет в любое время просмотреть всю необходимую информацию, связанную с объектом ОС. Кроме того, в инвентарной карточке предусмотрены вкладки для отражения другой дополнительной информации, например, вкладки «Драгметаллы», «Состав» и др. (рис. 1).

| | | | | | |
|----------------------------------|------------------------|--|----------------|-------|--------------|
| НОМ | Инвентарный № | 000001 | Количество | 1 | Декабрь 2014 |
| Заводской № | № паспорта | | | | |
| Наименование | Автомобиль | | | | |
| Группа | Непроизводственные ОС | | | | |
| Вид | 507 | Транспорт коммунальный. | Норма | 50700 | 15.00 лет |
| Группировка ОКОФ | | | | | |
| Амортизаци. группа | 01 | Недолговечное имущество со сроком полезного использования от 1 года до 2 лет вкл | | | |
| Призн. использования | Принятие в лизинг | | | | |
| Призн. собственности | | | | | |
| Тип объекта | | | | | |
| Подразделение | Производственный отдел | | | | |
| МОЛ | Ткачук Н.А. | | | | |
| Дата выпуска | | Стоимость | 275'000'000.00 | | |
| Дата ввода | 14/05/2015 | Накопленная амортизация | 0.00 | | |
| Дата поступления | 14/05/2015 | Амортизация за отч. период | 0.00 | | |
| Дата выбытия | | Остаточная стоимость | 275'000'000.00 | | |
| Срок полезного испол. оставшийся | 12.00 | до поступления | 0.00 | | |
| | 12.00 | после поступления | 0.00 | | |

Данные формата DOCX

memo.XLS Статья.docx

Карточка Характеристика Операции Драгметаллы Спец.Данные Состав Обороты Финансирование

Рисунок 1 – Инвентарная карточка объекта ОС

Мощный функционал имеется в модуле «Учет ОС» для начисления амортизации. Операция выполняется по инвентарному объекту в целом. Распределение производится пропорционально стоимости или остаточной стоимости МЦ, то есть в соответствии со значением настройки из общесистемного реестра «Распределение начисленной амортизации по спецификации пропорционально». Распределение износа по МЦ зависит от алгоритма расчета амортизации – то есть учитывает значение использования параметра «Коэффициенты расчета».

Также предусмотрена еще одна технология начисления износа: расчет амортизации по основным фондам до полного их износа – плановая амортизация для будущих периодов.

Расчет амортизации будущих периодов по одному объекту запускается непосредственно в ИК на вкладке «Амортизация» локальной функцией «Расчет амортизации будущих периодов».

Расчет амортизации будущих периодов в пакетном режиме (сразу для нескольких отмеченных объектов или для одного текущего ОС/НМА) – из списка ИК по локальной функции «Дополнительно» → «Расчет амортизаций» (рис. 2).

Плановое начисление износа осуществляется в соответствии с настройками, указанными в диалоге «Параметры расчета амортизации»:

- Период расчета: начальная дата – указывается месяц и год, начиная с которого необходимо производить начисление износа для одной карточки, а конечная дата – месяц и год, по который необходимо производить начисление износа.

- Вид расчета: по алгоритму – из карточки в соответствии с заданным в ИК алгоритмом начисления амортизации либо суммой – указывается фиксированная сумма ежемесячного износа;
- Начисление производится по Методу учета – предусмотрен множественный выбор;
- При необходимости можно пересчитывать старые значения при повторных перерасчетах будущего износа [2].

The screenshot shows the 'Инвентарная Карточка' window with the following data:

Инвентарный №: 000019, Количество: 1, № паспорта: [blank], Наименование: холодильная установка

Группа: Машины оборудование, Вид: 50, Норма: 51, 7.00 лет

Дата выпуска: 01.01/2012, Стоимость: 275'000'000.00

Дата ввода: 31.01/2015, Сумма износа: 45'741'666.00

Дата поступления: 31.01/2015, Износ за месяц: 0.00

Дата выбытия: [blank], Остаточная стоимость: 229'258'334.00

| | Дата | № докумен | Стоимость | Сумма износа | Износ за период |
|---|------------|-----------|----------------|----------------|-----------------|
| f | 28.02/2015 | 000007 | 275'000'000.00 | 22'870'833.00 | 22'870'833.00 |
| f | 31.03/2015 | 000008 | 275'000'000.00 | 45'741'666.00 | 22'870'833.00 |
| f | 30.04/2015 | | 275'000'000.00 | 91'483'332.00 | 22'870'833.00 |
| f | 31.05/2015 | | 275'000'000.00 | 114'354'165.00 | 22'870'833.00 |

Рисунок 2 – Расчет и просмотр амортизации

По окончании месяца и переходе на новый месяц учета программа автоматически отображает все операции, которые были выполнены в ИК объекта ОС.

Список цитированных источников

1. Система «Галактика ERP». Учет ОС и НМА. Ведение картотеки, проведение операций и получение отчетов. Руководство пользователя. – М.: Корпорация «Галактика», 2015. – 208 с.

2. Технологии автоматизированной обработки учетно-аналитической информации: учебное пособие для вузов. – Мн., 2002.

УДК 338.33

Медведская Е.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В.

**ОСНОВЫ ЛИН-УЧЁТА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Основной проблемой современного промышленного производства в Республике Беларусь в настоящее время является недостаток потребительского спроса, вследствие чего предприятия теряют оборотный капитал и имеют отрицательный результат хозяйствования.

На основании этого можно выделить основную проблему современного промышленного производства Республики Беларусь: предложение товаров превышает спрос на них, в связи с чем предприятия порой вынуждены продавать продукцию по цене ниже затрат на её производство, чтобы избавиться от излишков на складе. В целях снижения издержек производства предприятия ищут поставщиков, предлагающих более низкие цены, увеличивая при этом объем партии. Следовательно, образуются запасы сырья, которые в будущем приводят к дефектам и отходам. Также в целях снижения затрат на производство предприятия привлекают «дешевую рабочую силу», что приводит к увеличению брака. Производство в свою очередь старается выполнить план с постоянно меняющимися приоритетами, переходя от изготовления одной продукции к другой, что значительно снижает её качество.

Лин (Lean, пер. с англ. «бережливый», «тощий») – это системный подход к выявлению и устранению потерь путем постоянного совершенствования производственных процессов, это стремление к безупречности, начиная от организации рабочего места каждого сотрудника и заканчивая взаимоотношениями с клиентами [1].

Лин-учет стала первой по-настоящему новаторской системой бухгалтерского учета за многие годы. Основными вехами развития бухгалтерской отчетности являются: двойная бухгалтерия, стандартная бухгалтерская отчетность, распределение накладных расходов, калькуляция затрат по виду деятельности. Новая же система уже успела наглядно доказать свои преимущества применения в соответствующей среде, более точно и достоверно отражая положение предприятия в целях планирования и управления текущей деятельностью.

ЛИН-подход возник как попытка решить проблемы, присущие большинству компаний, созданных во второй половине XX века. Компаний, построенных по принципу массового производства, но вынужденных существовать в современных условиях высокой конкуренции. Вынужденных производить широкий ассортимент продукции и подстраиваться под постоянно меняющиеся требования потребителя. При этом вся система выстроена под производство крупных партий однотипной продукции.

Инициаторами внедрения лин-системы являются теоретики и практики «бережливого производства», которые давно заметили, что любое производство приносит максимальную прибыль, когда оно способно создавать и поставлять именно те товары, которые желают приобрести покупатели, и именно тогда, когда эти товары им особенно необходимы.

Первопроходцем лин-подхода была компания «Toyota», которая за 50 лет превратилась из производителя некачественной и дешевой продукции в лидера мирового автопрома.

Лин-подход включает в себя две составляющие: лин-учет и лин-производство, которые обязательно должны функционировать во взаимодействии.

В стандартном комплексном бухгалтерском учете основная задача бухгалтера — это закрепление прямых издержек за каждым произведенным продуктом. Как правило, затраты учитываются и отслеживаются по сырью, незавершенному производству и запасам готовых изделий, и превращаются в себестоимость реализованной продукции в отчете о прибылях и убытках по мере приобретения клиентом каждой единицы товара. Для обеспечения максимально точного учета стоимости материалов, прямых затрат на оплату труда и достоверного распределения производственных накладных расходов еже-

дневно производится большое количество различных операций. Это очень трудоемкий процесс.

Поскольку правильный бухгалтерский учет имеет принципиальное значение, а лин-учет весьма отличается от традиционной практики, переход на лин-учет осуществляется постепенно, в течение нескольких лет, главным образом потому, что метод внесения изменений в конце года является наименее болезненным. Так же необходимо обеспечить, чтобы переход на систему лин-учета осуществлялся одновременно с переходом на систему бережливого производства, что также может продлиться несколько месяцев или лет.

В основе системы лин-учета лежит «поток создания ценности», т. е. процессы преобразования продукции от сырья до готового продукта, связанные с отдельными группами товаров. Поток создания ценности каждой категории продукции не делает различия между прямыми затратами и косвенными — проектирование, техническое обслуживание или обработка материалов, которые в совокупности обеспечивают производство товаров. В результате, все эти расходы списываются напрямую на себестоимость реализованных товаров за период производства таких расходов. В полностью внедренной системе лин-учета себестоимость реализованной продукции эквивалентна фактическим издержкам за отчетный период, поскольку стоимость не изменяется в зависимости от запасов [2].

К преимуществам лин-учета можно отнести то, что:

1. Товарно-материальные запасы либо полностью устраняются, либо поддерживаются в стабильном состоянии в рамках системы канбан, т. е. такая организация движения материальных потоков, что все материалы, компоненты и полуфабрикаты будут поступать в необходимом количестве, в нужное место и точно к назначенному сроку для производства, сборки или реализации готовой продукции.

2. Страховые запасы, замораживающие денежные средства фирмы, не нужны, т. е. происходит высвобождение оборотных средств.

3. Оптимизируется учет затрат, при котором не требуется отслеживание по наличию запасов, что существенно сокращает объем работы бухгалтера.

4. Упрощается процесс формирования себестоимости.

Лин-учет основной акцент делает не на подробном анализе результатов прошлой деятельности, а на использовании стратегических возможностей, связанных с использованием новых ресурсов по мере устранения производственных потерь и на тактических аспектах на уровне производственных цехов с постоянным мониторингом и совершенствованием их текущей деятельности, создающей затраты. Данная система является сложной и должна внедряться поэтапно в гармоничном сочетании с лин-производством.

Мы предлагаем рассмотреть переход отечественного производителя к системе лин-учета на примере легкой промышленности. Наибольшей проблемой является недостаток потребительского спроса на продукцию, а создавая и поставляя именно те товары, которые желают приобрести покупатели, можно получить максимальную прибыль. В чистом виде предприятия должны постепенно перейти на производство уникальной продукции для индивидуальных потребителей. Основными тенденциями развития должно являться уменьшение партий товара при увеличении разнообразия ассортимента и отличительных особенностей.

Примером может служить специализация швейного производства на униформе для предприятий в рамках их дресс-кода, а также школьной форме. В

данном случае предприятия будут производить продукцию по отдельным заказам, не неся при этом издержек на хранение излишек товара и закупая сырье необходимое только для данного заказа.

В первую очередь для перехода к лин-системе требуется определить масштаб изменений, необходимых системе бухгалтерского учета и производственным процессам, а также разработать поэтапную схему, обеспечивающую оптимальное сочетание системы учета и производства.

На начальных этапах внедрения лин-производства необходимо разработать базовые принципы по ряду задач: выпуск продукции, выполнение сроков поставок, существующие мощности, количество единиц продукции в час. Данные параметры должны сопровождаться такими финансовыми показателями, как запасы по категориям, себестоимость единицы продукции, брак и доработка [2].

Поскольку конечной целью создания лин-среды является обеспечение максимальной рентабельности предприятия, важно выдвинуть на первый план возможности улучшений, которые устраняют первопричины потерь. Бухгалтерии необходимо выявить основные источники затрат, рассчитать и сформировать экономическую модель, точно определяющую необходимые вложения.

На этапе внедрения лин-системы при реализации системы канбан сырье может предоставлять большие возможности для снижения запасов. Группе снабжения необходимо проводить переговоры с поставщиками для обеспечения материалов надлежащего качества по требованию конечных потребителей.

Лин-учет предусматривает более частые закупки по долгосрочным контрактам с основными поставщиками. Постепенно поставщикам будет предоставлен прямой доступ к заказам потребителей с целью автоматического формирования отгрузок. В результате поступления могут автоматически формировать денежные переводы, не формируя кредиторскую задолженность. Эти этапы имеют принципиальное значение для управления наличными средствами, и бухгалтерия должна уделять им особое внимание.

На этапе внедрения лин-система предусматривает краткосрочные прогнозы циклов заказов, а в перспективе можно достичь высокого уровня прозрачности для конечного потребителя, когда заказы формируются автоматически, а оплата производится по мере выхода продукции с предприятия, что полностью исключает дебиторскую задолженность.

В полностью внедренной системе лин-учета себестоимость реализованной продукции эквивалентна фактическим издержкам за отчетный период, поскольку стоимость не изменяется в зависимости от запасов. На данном этапе сложные расчеты изменения себестоимости продукции являются менее эффективными, чем управление убытками от всех видов деятельности.

В качестве промежуточного этапа, до подготовки производственных ячеек для внедрения лин-операций, полезно рассчитать стоимость трудовых затрат и затрат на материалы по методу обратного списания затрат. Исходя из того, что такие нормативы являются точными, можно осуществлять традиционный контроль расходов при должном отслеживании запасов в период перехода на новую систему учета и сокращения запасов.

В конечном итоге, в рамках лин-системы производство продукции, закупки материалов и активизация производственных ячеек осуществляется только при наличии потребительского спроса. Таким образом, по мере сокращения

цикла заказа возникает более тесное сотрудничество и информационный обмен с потребителями.

Процесс создания «бережливого» предприятия и перехода на лин-учет затрагивает всех без исключения. Рядовые сотрудники, от простых рабочих до технических специалистов, осуществляют взаимодействие с клиентами. Покупатели, менеджеры по обслуживанию клиентов, сотрудники отдела кадров и инженеры являются партнерами. Руководство обеспечивает наблюдение, поддержку и принимает активное участие в деятельности предприятия на всех уровнях. В этой системе слабых звеньев не существует. Группа финансового учета, ориентированная на новые задачи, предоставляет информацию для принятия верных тактических и стратегических решений.

Список цитированных источников

1. Вумек Джеймс П., Джонс Даниел Т. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. - М.: Альпина Паблишер, 2011.
2. 10 шагов на пути к лин-учету // ITeam [Электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа: http://iteam.ru/publications/finances/section_50/article_4417.

УДК 368.031/032

Минчук Е.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

СТРАХОВАНИЕ ОТ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Безработица – это социально-экономическое явление, когда часть экономически активного населения не может применить свою рабочую силу.

На рисунке 1 отражена динамика состояния рынка труда в Республике Беларусь. В январе-феврале 2016 года в органы по труду, занятости и социальной защиты за содействием в трудоустройстве обратилось 36,8 тыс. человек, из которых 31,7 тыс. человек зарегистрированы в качестве безработных. С учетом граждан, состоящих на учете на 1 января 2016 г., всего нуждалось в трудоустройстве 86 тыс. человек, из них 75 тыс. безработных [1].

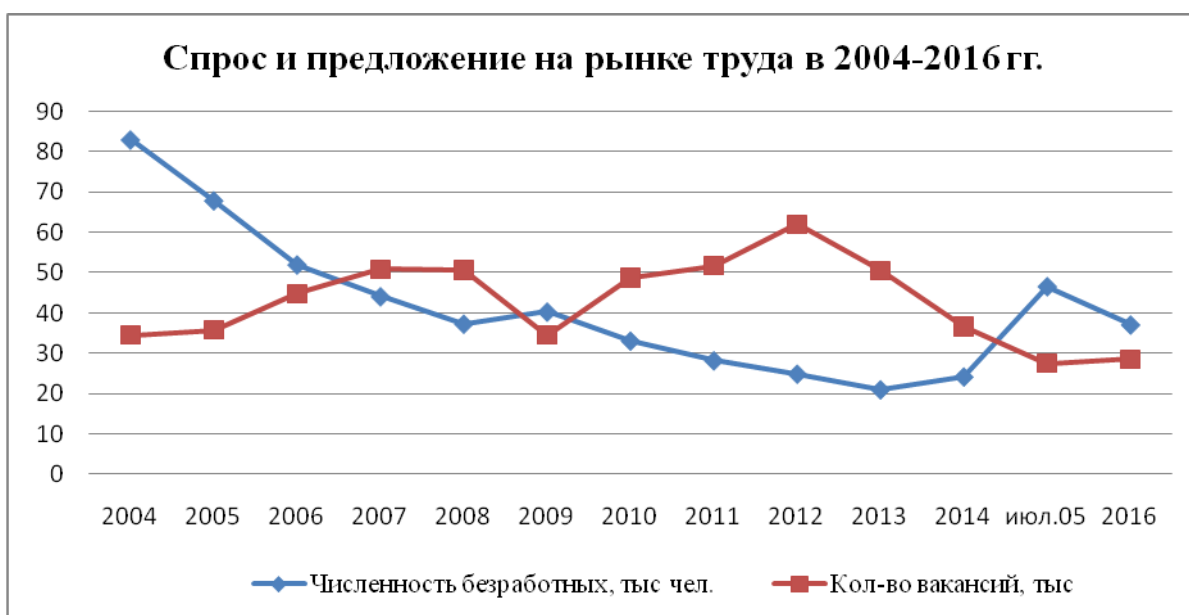


Рисунок 1 – Состояние рынка труда

В условиях повышения динамики на рынке труда Беларуси возрастает серьезность проблемы роста безработицы. В такой ситуации формирование адекватной системы социальной защиты и страхования как инструмента поддержки безработного населения становится одним из актуальных вызовов. Такой системой защиты населения РБ может служить добровольное страхование от безработицы.

Целью страхования от безработицы является предоставление работнику альтернативного дохода на период, когда человек пребывает в статусе безработного. В то же самое время страхование от безработицы поддерживает активные поиски работы, а также предлагает работодателю подспорье во время экономических перемен [3].

По безработице может быть выплачено три вида страхового обеспечения:

- страховое обеспечение по безработице: о получении данной выплаты ходатайствует безработный;
- страховое обеспечение по сокращению: о получении данной выплаты пособия ходатайствует работодатель;
- страховое обеспечение по неплатежеспособности работодателя: о получении данной выплаты ходатайствует антикризисный управляющий.

Таким образом, предлагаем внедрение на рынок страховых услуг добровольного страхования от безработицы, которое включает:

- страховое обеспечение по безработице;
- страховое обеспечение по сокращению;
- страховое обеспечение по неплатежеспособности работодателя.

Страхователь получает право на страховое обеспечение по безработице в следующих случаях:

- если при увольнении безработный страхователь принят на учет в качестве безработного в Управление по труду, занятости и социальной защите;
- если безработный страхователь предоставил заявление о получении страхового обеспечения по безработице;
- если трудовые отношения закончились на основаниях, дающих право на страховое обеспечение по безработице.

Основными особенностями предлагаемого вида страхования являются следующие:

- Максимальный период выплаты страхового обеспечения – 1 год.
- Выплата страхового обеспечения производится ежемесячно в размере фиксированной суммы.
- Размер страхового обеспечения зависит от суммы страхового взноса и периода его уплаты.
- Договор страхования по безработице может быть заключен с лицом, проработавшим на последнем месте работы не менее двух лет.

Предлагаем применение корректировочных коэффициентов к страховому тарифу. Размер коэффициента зависит от стажа работы страхователя. Система коэффициентов к страховому тарифу представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Корректировочные коэффициенты

| Стаж работы | Значение коэффициента |
|---------------------|------------------------------|
| <i>Менее 1 года</i> | <i>1,1</i> |
| <i>1-5</i> | <i>1</i> |
| <i>5-10</i> | <i>0,95</i> |
| <i>10-15</i> | <i>0,9</i> |
| <i>Свыше 15 лет</i> | <i>0,8</i> |

Источник – собственная разработка

Рассмотрим применение предлагаемого вида страхования на конкретном примере.

Женщина заключила договор страхования от безработицы сроком на 5 лет, проработав на последнем месте работы 7 лет. Договор вступил в силу **14.12.2015 после уплаты страхового взноса**. По договору страхования уплата страховых взносов производится ежемесячно в течение 5 лет или до момента увольнения. Сумма страхового взноса составляет 200 000 бел. руб. **17.01.2018** женщина **была уволена** по сокращению. За данный период времени всего было уплачено в страховую компанию 5 млн бел. руб. Женщина обратилась в страховую компанию с заявлением о выплате страхового обеспечения.

При помощи актуарных расчетов был произведен расчет суммы ежемесячного страхового обеспечения.

Сумма ежемесячного страхового обеспечения составит 3 млн бел. руб. и будет выплачиваться в течение одного года или до момента заключения трудового договора на новом месте работы. Таким образом, общая сумма страхового обеспечения, выплаченного за год, составит 36 млн бел. рублей.

Страхование от безработицы нацелено на решение ряда проблем, которые существуют в стране:

- **Замещение утраченного дохода.** Наиболее часто встречающаяся цель страхования по безработице – это предоставление краткосрочной «подушки безопасности» для безработного населения.

- **Обеспечение социальной безопасности.** В данном случае акцент делается на предотвращение роста уровня бедности, вызванного безработицей.

- **Макроэкономическая стабильность.** Страхование от безработицы может рассматриваться как способ стабилизации экономической ситуации в период рецессии или стагнации.

Список цитированных источников

1. Состояние рынка труда [Электронный ресурс] – 2015. - Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>– Дата доступа: 16.12.2015.
2. Декрет №3 «О предупреждении социального иждивенчества» - «Налог на тунеядство», «Налог на безработных»
3. Особенности формирования в РБ обязательного государственного страхования граждан от безработицы // И.Н. Куропатенкова, кандидат экономических наук. – БГЭУ. – Минск.

УДК 693.22.004.18

Павлюковец А.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Качество жизни населения – это сложное комплексное понятие, учитывающее экономические (занятость, душевой доход, калорийность питания), социальные (уровень здравоохранения, безопасности граждан, развития демократических институтов), культурные (уровень грамотности, обеспеченности

культурными учреждениями, печатной продукцией), экологические (состояние окружающей среды) и другие условия жизни людей.

Человек страдает от низкого качества и испытывает удовлетворение от высокого качества жизни, независимо от сферы в работе, в бизнесе и в личной жизни. Следовательно, качество необходимо человеку постоянно. Человек сам стремится к улучшению качества жизни — получает образование, трудится на работе, стремится к продвижению по карьерной лестнице, прилагает все усилия для того, чтобы добиться признания в обществе.

Основными показателями качества жизни населения являются:

- качество питания (калорийность, состав продуктов);
- качество и модность одежды;
- комфорт жилища;
- качество образования;
- качество культуры (издание книг, брошюр, журналов);
- качество здравоохранения (число больничных коек на 1000 жителей);
- демографические тенденции и др.

К основным показателям, характеризующим демографическую ситуацию страны относят: коэффициент смертности, коэффициент рождаемости и индекс развития человеческого потенциала.

Коэффициент смертности (Ксм) – число людей, умерших за год в результате естественных причин, на 1000 человек [3].

Коэффициент рождаемости (Крож) – число людей, родившихся за год, на 1000 человек.

$$K_{cm} = Mx / Px * 1000,$$

где Mx — число смертей за данный год;

Px — средняя численность населения за год.

К рож = Nx / Px * 1000, где

Nx – число рождений за данный год.

В таблице 1 представлена динамика родившихся и умерших людей в Республике Беларусь за период 2010-2015гг.

Таблица 1 – Динамика родившихся и умерших людей

| Год | Кол-во родившихся, тыс. чел. | Кол-о умерших, тыс. чел. | Коэффициент смертности | Коэффициент рождаемости |
|-------------|------------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------------|
| 2010 | 108,05 | 137,31 | 14,47 | 11,38 |
| 2011 | 109,15 | 135,10 | 14,26 | 11,52 |
| 2012 | 115,89 | 126,53 | 13,37 | 12,25 |
| 2013 | 118,00 | 125,33 | 12,46 | 12,46 |
| 2014 | 118,53 | 121,54 | 12,84 | 12,52 |
| 2015 | 119,51 | 120,13 | 12,67 | 12,61 |

Примечание – собственная разработка на основе данных, представленных на сайте belstat.by [1]

За исследуемый период наблюдается положительная динамика: количество родившихся увеличивается, а смертей падает. Также видно, что в 2015 году эти цифры почти сравнялись.

И соответственно коэффициент смертности падает, а коэффициент рождаемости увеличивается.

Экстраполировав данные, мною было рассчитано перспективное количество умерших и родившихся на 3 года вперёд. Ожидается положительная тенденция.

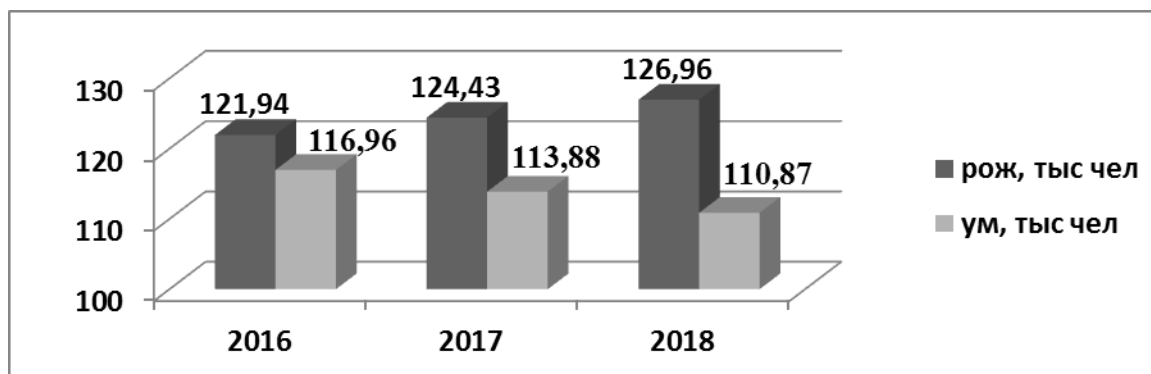


Рисунок 1 – Перспективное количество умерших и родившихся, тыс. чел.

Примечания - собственная разработка на основе рассчитанных показателей.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) — интегральный показатель, рассчитываемый ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории [2].

При подсчёте ИРЧП учитываются 3 вида показателей:

- Ожидаемая продолжительность жизни — оценивает долголетие.
- Уровень грамотности населения страны (среднее количество лет, потраченных на обучение) и ожидаемая продолжительность обучения.
- Уровень жизни, оценённый через ВВП на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) в долларах США.

Этот показатель рассчитан на 5 лет, в таблице 2 предоставлены все необходимые данные, которые использовались для его расчёта.

Таблица 2 - Индекс развития человеческого потенциала

| Годы | ИРЧП (стр3+ стр4+ стр5) / 3 | Индекс ожидаемой продолжительности жизни | Индекс образования | ВВП (ППС) на душу населения, % |
|------|--------------------------------|---|-----------------------|--------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2010 | 0,785 | 0,716 | 0,683 | 95,6 |
| 2011 | 0,756 | 0,736 | 0,735 | 79,7 |
| 2012 | 0,776 | 0,737 | 0,819 | 77,2 |
| 2013 | 0,793 | 0,726 | 0,781 | 87,2 |
| 2014 | 0,786 | 0,744 | 0,828 | 78,6 |
| 2015 | 0,798 | 0,788 | 0,867 | 72,7 |

Примечание – собственная разработка

Проанализируем каждую из составляющих:

- индекс ожидаемой продолжительности жизни вырос с 2010 по 2015 год на 7,2%;
- индекс образования также увеличился за расчётный период на 18,4%;
- ВВП по Паритету Покупательной Способности уменьшился почти на 30%, так как доходы населения сократились.

Список цитированных источников

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>
2. Население Белоруссии // Сводная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Население_Белоруссии
3. Шахотько, Л.П. Снижение рождаемости как главный из вызовов демографической безопасности Республики Беларусь // Вопросы статистики. – 2007.

УДК 368.041

Скомороха Л.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА СЛУЧАЙ ПОТЕРИ РАБОТЫ

Страхование – это способ защиты от рисков случайного характера, требующих значительных финансовых средств, которых у конкретного субъекта в нужный момент может не оказаться. О развитии и стабильности экономической системы общества в значительной мере можно судить по масштабу использования всех имеющихся возможностей для социальной защиты граждан [1].

Страховой рынок Республики Беларусь в настоящее время недостаточно развит. В целом он характеризуется высокой степенью концентрации, отсутствием необходимой конкуренции, доминированием государственной формы собственности, преференциями в отношении страховых организаций, контролируемых государством [2].

На сегодняшний день на страховом рынке Республики Беларусь действуют 24 страховые организации, которые предоставляют различные виды страховых услуг, как для физических, так и для юридических лиц [3].

Проанализировав весь спектр услуг этих страховых организаций, было выявлено, что на страховом рынке присутствует только два вида страхования, связанных со страхованием кредитных рисков. Это добровольное страхование риска непогашения кредита и добровольное страхование кредитополучателей от несчастных случаев и болезней. Одним из направлений развития рынка страховых услуг Республики Беларусь является внедрение новых страховых продуктов и технологий их продвижения.

В качестве нового страхового продукта предлагается «Добровольное страхование кредитополучателей на случай потери работы». В настоящее время многие люди пользуются кредитами, но нередко случается так, что заемщики по независящим от них обстоятельствам становятся неплатежеспособными, попадая при этом в глубокую долговую яму. Большинство из этих людей испытывает финансовые затруднения, связанные с потерей работы. Причины увольнения могут быть разными, но в результате человек лишается финансирования. Недобровольная потеря работы является стрессовой ситуацией для заёмщика, поэтому, заключив договор добровольного страхования на случай

потери работы, кредиторполучатель сможет обезопасить себя от непредвиденных обстоятельств.

Основные существенные условия договора добровольного страхования кредиторполучателей на случай потери работы:

- страхователи – дееспособные физические лица;
- объект страхования – не противоречащие законодательству Республики Беларусь имущественные интересы застрахованного лица, связанные с утратой им постоянного дохода в результате недобровольной потери работы;
- страховая сумма – установленная договором страхования денежная сумма, в пределах которой страховщик обязуется произвести страховую выплату по договору страхования при наступлении страхового случая;
- страховой взнос – денежная сумма, которая исчисляется страховщиком путем умножения страхового тарифа по договору страхования на страховую сумму;
- страховой случай – факт утраты страхователем постоянного дохода в результате недобровольной потери работы;
- срок действия договора – срок действия кредитного договора, но не более 1 года.

Договор добровольного страхования кредиторполучателей на случай потери работы доступен исключительно для заемщиков, то есть, людей, имеющих действующие кредиты, либо только собирающихся взять кредит. Страхователями по данному виду добровольного страхования являются кредиторполучатели.

Договор данного вида добровольного страхования можно оформить при следующих видах кредита:

- «потребительский кредит»;
- «на приобретение автомобиля»;
- «на обучение»;
- «на благоустройство мест захоронения»;
- «на медицинские услуги»;
- «на приобретение товаров».

Суть страхования кредиторполучателей на случай потери работы: если заемщик банка или другой кредитной организации не по своей воле лишится официального трудоустройства, то страховая компания будет погашать основную сумму долга и проценты по кредиту до тех пор, пока заемщик не устроится на новую работу, либо на протяжении определенного периода, оговоренного в договоре страхования.

Преимущества договора добровольного страхования кредиторполучателей на случай потери работы:

- платежи по кредиту осуществляются за счёт страховой компании;
- положительная кредитная история заемщика и спокойное несение им долговых обязательств;
- родственники заемщика и поручители (если имеются) не будут нести ответственности по кредитным обязательствам в том случае, если случай потери работы заемщиком является страховым.

Страховыми случаями по договору добровольного страхования кредиторполучателей на случай потери работы являются:

- банкротство работодателя;
- увольнение по сокращению;
- смена владельца организации (только для тех, кто может быть уволен на этом основании);
- прекращение трудового договора по объективным обстоятельствам (восстановление уволенного ранее сотрудника, неизбрание на должность).

Страховыми случаями по договору добровольного страхования кредитополучателей на случай потери работы не являются:

- увольнение по соглашению сторон;
- увольнение по собственному желанию страхователя;
- увольнение в порядке дисциплинарного взыскания;
- потеря трудоспособности в результате собственных виновных действий (нарушение трудового законодательства).

При заключении договора к страхуемому лицу предъявляются следующие требования:

1. Наличие белорусского гражданства;
2. Возраст: от 20 до 59 лет для мужчин, от 20 до 54 лет для женщин;
3. Стаж на последнем месте работы не менее трех лет;
4. Общий трудовой стаж – более 5 лет;
5. Со страхователем должен быть заключен бессрочный трудовой договор.

При наступлении страхового случая для получения страховой выплаты заемщик должен предъявить страховой компании оригинал трудовой книжки с отметкой об увольнении по соответствующей статье; оригинал трудового договора; копию приказа об увольнении, заверенную работодателем и кредитный договор, включая помесячный график погашения кредита; справку из Центра занятости населения о постановке на учет в качестве безработного.

Предъявлять трудовую книжку и справку из Центра занятости населения нужно будет ежемесячно, до тех пор, пока будет действовать договор страхования, не будет погашен кредит, или человек не устроится на новую работу (при наступлении этих случаев страховые выплаты прекратятся). Пока условия договора будут действовать, страховая компания будет производить выплаты по кредиту согласно установленному графику платежей.

В заключение необходимо отметить, что страхование как система защиты имущественных интересов граждан, организаций и государства является необходимым элементом развития экономики, социальной сферы, рационального использования материальных и финансовых ресурсов, поэтому разработка новых страховых продуктов является важным направлением развития страхового рынка Республики Беларусь.

Список цитированных источников

1. Гламбоцкая, А.А. Основные проблемы страхового рынка Республики Беларусь: анализ и рекомендации / А.А. Гламбоцкая // Экономика Беларуси. – 2011. – № 9. – С. 15–19.
2. Корженевская, Г.М. Страхование дело: учеб.-метод.пособие / Г.М. Корженевская. – Минск: БИП-С Плюс, 2008. – 80 с.
3. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belasin.by/>. – Дата доступа: 10.03.2016.

УДК 368.041

Скомороха Л.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В развитых странах рынок страхования является одним из важнейших элементов финансовой системы. Страхованием охвачена большая часть социально-экономических объектов и явлений, а страховые услуги составляют значительную долю валового внутреннего продукта. В Республике Беларусь

страховой рынок развит не так хорошо. На нем доминируют 24 страховые компании (самая крупная - Белгосстрах). При этом участие частных организаций ограничено только рынком добровольного страхования [1].

Добровольное страхование – это страхование, которое проводится на основе добровольного согласия страхователя и страховщика.

На сегодняшний день страховой рынок Республики Беларусь представлен следующими видами добровольного страхования: личное страхование, страхование имущества и страхование ответственности.

Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме страховых взносов на страховом рынке РБ составляет 52,7 % (за январь-декабрь 2014 года – 54,1 %). По добровольным видам страхования за январь-декабрь 2015 года страховые взносы составили 4 287,8 млрд рублей, что на 355,7 млрд рублей больше, чем в аналогичном периоде 2014 года. Заметно увеличение страховых премий по добровольным видам страхования. Это положительная тенденция. Среди добровольных видов по сборам страховых премий лидирующее место занимает имущественное страхование — 67,6 % (страхование транспортных средств, имущества предприятий и организаций, страхование грузов и т. д.), затем личное страхование — 24 % (страхование от несчастных случаев, страхование дополнительных пенсий, страхование жизни) и страхование ответственности — 8,4 % [2].

Личное страхование — отрасль страхования, где в качестве объектов страхования выступают жизнь, здоровье и трудоспособность граждан. Личное страхование подразделяется на группы: страхование жизни и страхование, не относящееся к страхованию жизни [3]. Основными видами добровольного личного страхования, относящимися к страхованию жизни, являются:

- добровольное страхование жизни;
- добровольное страхование дополнительных пенсий.

К добровольным видам личного страхования, не относящимся к страхованию жизни, относятся:

- добровольное страхование от несчастных случаев.

Этот вид страхования включает в себя следующие разновидности:

- индивидуальное страхование от несчастных случаев;
- страхование от несчастных случаев за счет средств предприятий;
- страхование водителей и пассажиров от несчастных случаев;
- страхование детей от несчастных случаев и др.;
- добровольное страхование от несчастных случаев и болезней.

Разновидностями последнего вида страхования являются:

- страхование от несчастных случаев и болезней во время поездки за границу; страхование от несчастных случаев и болезней иностранных граждан, временно проживающих в Республике Беларусь;

- репродуктивное (детородное) страхование женщин и др.;
- добровольное страхование медицинских расходов;
- прочие виды личного страхования, не относящиеся к страхованию жизни.

В нашей республике личное страхование на добровольной основе развито слабо. Этот факт может быть связан с небольшими доходами населения, так как, к примеру, страхование жизни – это дорогостоящий вид страхования.

Лидер рынка страховых услуг Республики Беларусь – имущественное страхование – представлен следующими видами страхования:

- добровольное страхование юридических лиц, которое включает в себя следующие разновидности: добровольное страхование животных; добровольное страхование урожая сельскохозяйственных культур; добровольное страхо-

вание наземных транспортных средств; добровольное страхование ценностей касс и др.;

- добровольное страхование имущества граждан, которое включает: добровольное страхование домашнего имущества; добровольное страхование животных; добровольное страхование строений, принадлежащих гражданам на праве собственности; добровольное страхование памятников; добровольное страхование наземных транспортных средств; добровольное страхование воздушных судов; добровольное страхование внутреннего водного транспорта; добровольное страхование грузов; добровольное страхование строительно-монтажных рисков;

- добровольное страхование предпринимательского риска, к которому относятся: страхование риска непогашения кредита; страхование убытков вследствие вынужденного перерыва в производстве; страхование финансовых рисков.

Страхование ответственности — отрасль страхования, где объектом выступает ответственность перед третьими (физическими и юридическими) лицами, которым может быть причинен ущерб (вред) вследствие какого-либо действия или бездействия страхователя [3].

В Республике Беларусь получили распространение и развитие следующие виды страхования ответственности:

- добровольное страхование владельцев воздушных судов;
- добровольное страхование профессиональной ответственности;
- добровольное страхование гражданской ответственности предприятий, создающих повышенную опасность для окружающих;
- добровольное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

Среди белорусов востребованы следующие виды добровольного страхования: страхование транспорта, страхование от несчастных случаев и болезней во время поездки за границу, имущественное страхование и т. д. Несмотря на это, за последнее время заметно вырос спрос на страхование медицинских расходов и ответственности владельцев жилых помещений. Статистика показывает, что белорусы в первую очередь страхуют имущество, а страхование главной ценности — жизни и здоровья ставят на второе место. За январь — август 2014 года количество заключенных договоров добровольного имущественного страхования составило свыше 1,3 млн, а количество заключенных договоров добровольного личного страхования составило 0,8 млн.

В заключение хочется отметить, что необходимо развивать и совершенствовать рынок страховых услуг Республики Беларусь, в частности сферу добровольного страхования. Для этого необходимо повысить статус и международную привлекательность страховых организаций за счет стимулирования притока средств инвесторов и поэтапного снятия ограничений в отношении доступа иностранного капитала на страховой рынок Беларуси. Также необходимо развивать конкурентную среду в страховой деятельности, создавать равные условия для всех организаций независимо от формы собственности. Основным мероприятием здесь должен стать допуск частных страховых компаний к отдельным видам обязательного страхования. Одним из направлений развития страхового рынка Республики Беларусь является разработка и внедрение новых страховых услуг на добровольной основе для отдельных категорий населения, например, студентов, кредитополучателей. Предлагаемые меры позволят либерализовать белорусский страховой рынок, сделать его более понятным и привлекательным для иностранного инвестора, укрепить финансовую устойчивость страховщиков, гарантируя тем самым надежную страховую защиту обществу.

Список цитированных источников

1. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belasin.by/>. – Дата доступа: 21.04.2016.
2. Министерство Финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 21.04.2016.
3. Особенности страхового рынка Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://vuzlib.com.ua/articles/book/5708-Osobennosti_strakhovogo_rynka_/1.html. – Дата доступа: 21.04.2016.

УДК 330.14.014

Философ Е.А., Телющенко К.О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В.И.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАПИТАЛА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Капитал – центральное понятие социально-политической экономики. В этой сущности пересекаются движения не только экономических элементов, но и интересов разных лиц, социальных групп и политических организаций общества.

Цель данной работы – рассмотреть капитал, его применение и использование в финансово-хозяйственной деятельности и в процессе воспроизводственного цикла предприятия.

По нашему мнению, капитал – это имущество предприятия, то есть все то, чем оно владеет. Также капитал можно рассматривать как экономические ресурсы (денежные средства, товарные запасы, оборудование, здания, земельные участки), с помощью которых осуществляется финансово-хозяйственная деятельность предприятия.

Хозяйственные средства, которыми располагает предприятие, и хозяйственные отношения, которые формируются у него с самого начала и в процессе активной хозяйственной деятельности, составляют единство противоположностей экономики предприятия в статике, а их взаимодействие порождает хозяйственные процессы.

Хозяйственный процесс – взаимодействие средств и отношений в динамике жизнедеятельности предприятия [2]. На рисунке 1 показано формирование капитала в воспроизводственном цикле предприятия. На нем видно, что капитал является совокупностью МЗ и ДС.

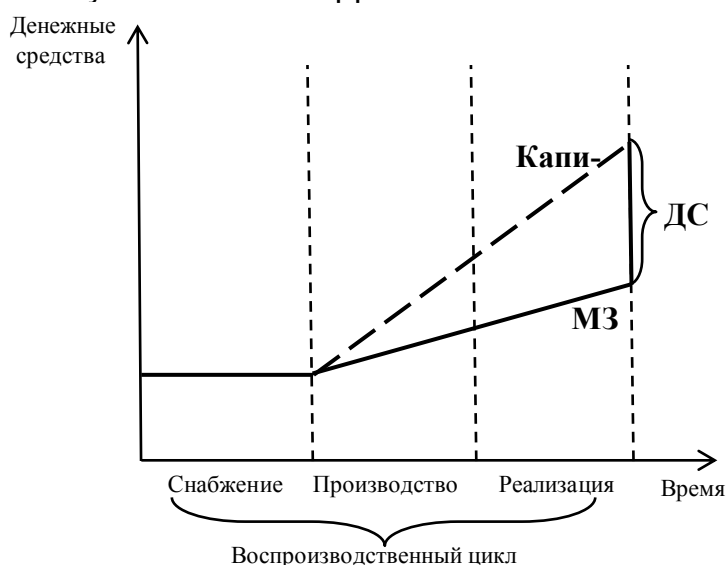


Рисунок 1 – Формирование (модель) капитала в воспроизводственном цикле предприятия

Источник: Собственная разработка

На процессе снабжения капитал равен МЗ, так как на данном процессе отсутствует ДС. На процессах производства и реализации наблюдается увеличение ДС, в результате чего кривая капитала приобретает более крутой угол, так как возникает увеличение капитала на возрастающую стоимость готового продукта: расходы по оплате труда и расходы по социальному отчислению.

В целях формирования информации по показателю добавленной стоимости предлагаем ввести в план счетов счет-экран либо номинальный счет 88 “Добавленная стоимость”, в раздел VII Типового плана счетов “Собственный капитал”, т. к. добавленная стоимость включает в себя сумму прибыли, которую получит предприятие при реализации изготовленной продукции (работ, услуг). Прибыль от реализации продукции (работ, услуг), за вычетом соответствующих налогов, представляет собой нераспределенную прибыль и является одним из источников собственных средств предприятия.

Счет 88 “Добавленная стоимость” является пассивным, сопоставляющим, сальдо не имеет, закрывается ежемесячно и в балансе не отражается.

Для полноты отражения хозяйственных операций по формированию добавленной стоимости к счету-экрану либо номинальному счету 88 “Добавленная стоимость” необходимо ввести следующие субсчета:

- 88/1 “Выручка от реализации продукции”;
- 88/2 “Материальные затраты”.

Структура счета “Добавленная стоимость” представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Структура счета 88 “Добавленная стоимость”

| Дебет | Кредит |
|----------------------------|---|
| <i>Оборот по дебету</i> | <i>Оборот по кредиту</i> |
| Материальные затраты (МЗ) | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) (В п,р,у) |
| Добавленная стоимость (ДС) | |

Источник: автореферат диссертации В.И. Юрчик

Тогда добавленная стоимость рассчитывается следующим образом (формула 1):

$$В п.р.у. - МЗ = ДС. \quad (1)$$

Порядок отражения хозяйственных операций по формированию добавленной стоимости на счете 88 “Добавленная стоимость” представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Методика формирования добавленной стоимости

| № п/п | Сущность хозяйственной операции | Отражение на счетах бухгалтерского учета |
|-------|---|--|
| 1 | 2 | 3 |
| | Момент реализации - отгрузка продукции (работ, услуг) В течение месяца производятся следующие записи: | |
| 1. | Отражается сумма выручки при реализации продукции (работ, услуг) – момент реализации – метод начисления | Д-т 62 “Расчеты с покупателями и заказчиками” – К-т 88 “Добавленная стоимость” (субсчет 1 “Выручка от реализации продукции”) |

Продолжение таблицы 2

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|--|
| 2. | Отражается сумма материальных и прочих затрат, приравняваемых к материальным | Д-т 88 “Добавленная стоимость” (субсчет 2 “Материальные затраты”) – К-т 10 “Материалы”, 60 “Расчеты с поставщиками и подрядчиками”, 76 “Расчеты с разными дебиторами и кредиторами” |
| В конце месяца определяется добавленная стоимость и все суммы списываются на соответствующие счета: | | |
| 3. | Списание суммы выручки | Д-т 88 “Добавленная стоимость” (субсчет 1 “Выручка от реализации продукции”)– К-т 90 “Доходы и расходы по текущей деятельности” (субсчет 1 “Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг”) |
| 4. | Списание сумм материальных и прочих затрат, приравняваемых к материальным, в затраты по производству продукции (работ, услуг) | Д-т 20 “Основное производство” – К-т 88 “Добавленная стоимость” (субсчет 2 “Материальные затраты”) |

Источник: автореферат диссертации В.И. Юрчик

Определение суммы добавленной стоимости по счету 88 “Добавленная стоимость” производится по следующей формуле 2:

$$ДС = Об. Кр.сч.88 - Об.Дт.сч.88, \quad (2)$$

где *Об.Кр.сч.88* – сумма оборота по кредиту счета 88;

Об.Дт.сч.88 – сумма оборота по дебету счета 88.

Сальдо по данному счету не будет, т.к. он является транзитным, и после определения добавленной стоимости все суммы списываются на соответствующие счета для подсчета финансового результата по реализации продукции (работ, услуг).

Исходя из вышеизложенного, мы можем сделать следующие выводы:

1. Капитал – это экономические ресурсы, с помощью которых осуществляется финансовая и хозяйственная деятельность предприятия.

2. Капитал можно рассматривать как совокупность заработной платы, амортизации, прибыли и налоговых платежей предприятия.

3. Графическое изображение формирования капитала в воспроизводственном цикле позволяет оценить изменение добавленной стоимости и капитала при вариативных составных показателях, а также при регулировании финансового результата деятельности предприятия.

Список использованных источников

1.Маркс, К. и Энгельс, Ф. Капитал. – Издание второе: Государственное издание политической литературы. – Москва, 1962. – 20 с.

2.Лачинов, Ю.Н. Новая экономическая классика: Российская научно-образовательная школа Лачинова. – М.: ЛЕНАНД, 212. – 220 с.

3.Юрчик, В.И. Учетная политика предприятий – малого бизнеса и оптимизация налогообложения: афтореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.09 – бухгалтерский учет, анализ и аудит. – Житомир, 2012. – 21 с.

КРЕДИТНО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Кредитно-инвестиционная политика предприятия в экономически нестабильной среде должна быть направлена на рациональное использование собственного и заемного капитала, необходимого для финансирования его инвестиционной деятельности. В результате выполненного исследования нами определены основные этапы ее разработки и реализации в коммерческой организации, показанные на рисунке 1.

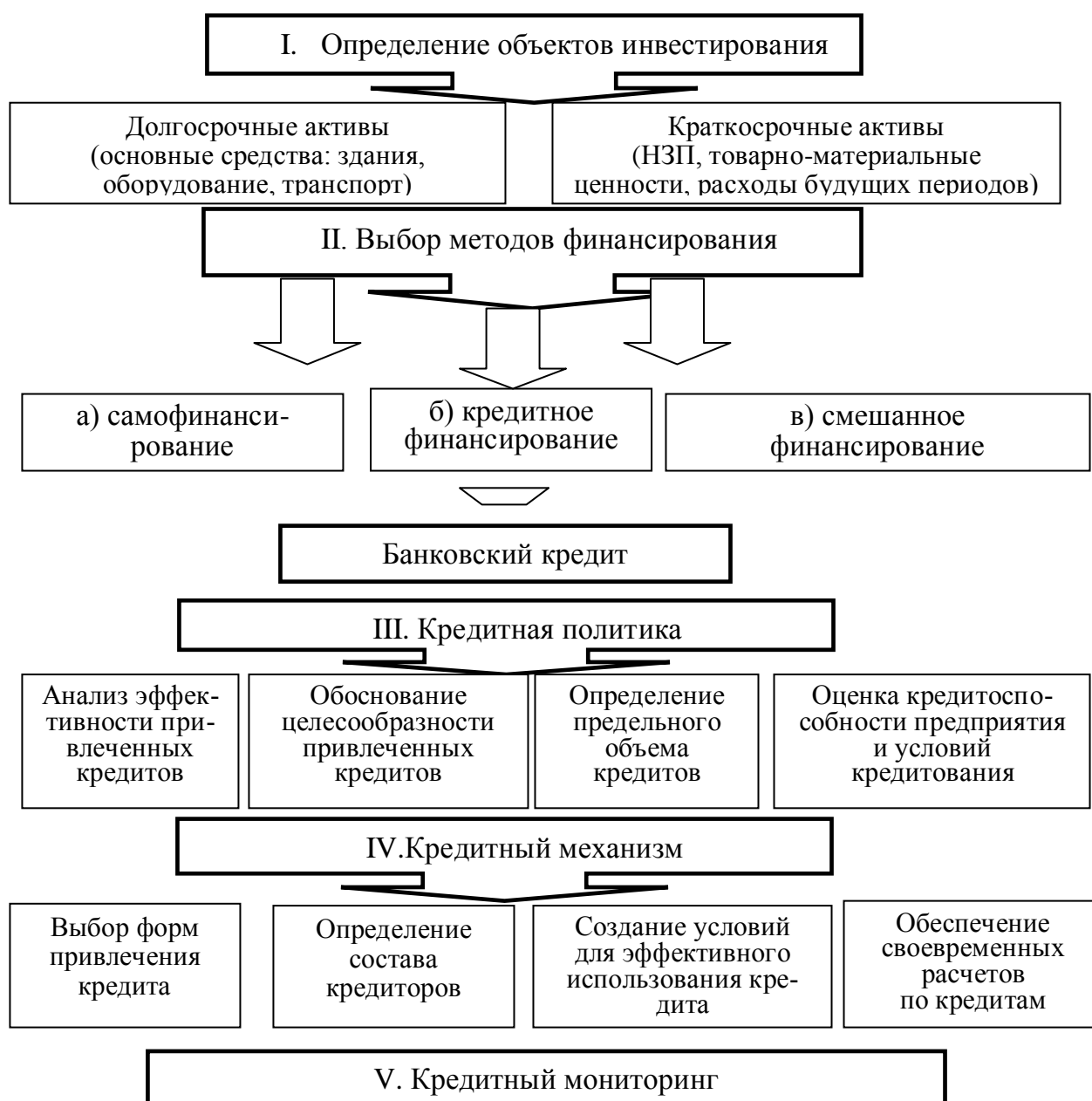


Рисунок 1 – Этапы разработки кредитно-инвестиционной политики

Главными задачами кредитной политики являются:

- обеспечение условий для формирования наилучших финансовых ресурсов;

- минимизация рисков, связанных с кредитованием;

- рациональное использование заемных средств.

Для того, чтобы в условиях нестабильной экономической среды задачи кредитной политики были успешно реализованы, действующий на предприятии механизм управления заемными средствами должен постоянно совершенствоваться с учетом параметров внутренней и внешней ситуации [1]. Это позволит регулировать процессы привлечения заемных средств путем выбора наиболее рационального использования с учетом нужд предприятия.

Кредитный механизм – часть хозяйственного механизма, представляющего собой совокупность форм и методов управления заемными средствами организации в целях получения максимальной прибыли от их использования.

Системный подход к управлению кредитными отношениями позволил выделить основные элементы кредитно-инвестиционного механизма предприятия, которые представлены на рисунке 2.

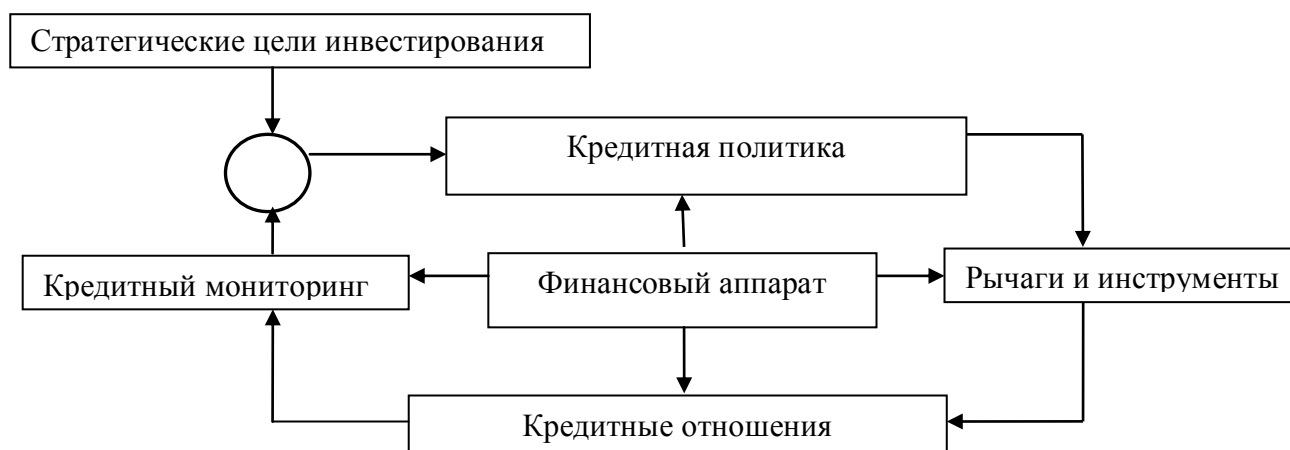


Рисунок 2 – Кредитно-инвестиционный механизм предприятия

Объектом управления в данном механизме являются кредитные отношения. Входная информация в виде стратегических целей предприятия и тактических задач инвестирования отражает текущее положение организации и требования рыночной среды к ее развитию [2]. С учетом внутренних и внешних параметров выбирается объект инвестирования (долгосрочные и краткосрочные активы) и методы финансирования (самофинансирование, кредитование, смешанное финансирование).

На основании конкретизации целей и объектов инвестирования разрабатываются мероприятия кредитной политики организации. Для этого выполняется ретроспективный анализ эффективности уже привлеченных кредитов и используемых методов финансирования, затем производится обоснование целесообразности кредитования, определяются предельно допустимые объемы заемных средств и оценивается кредитоспособность предприятия.

Следующее звено кредитно-инвестиционного механизма предназначено для реализации мероприятий, разработанных специалистами в области кредитной политики. Здесь происходит выбор форм привлечения финансирования, определяется состав кредиторов, создаются условия для эффективного использования выбранных форм финансирования и соблюдения кредитной дисциплины в выполнении обязательств предприятия перед кредиторами.

Обратная связь выполняет функции контроля состояния кредитных отношений и анализа эффективности кредитного механизма на всех этапах реализации кредитно-инвестиционной политики. Эти задачи возложены на подсистему кредитного мониторинга.

Укрупненная схема алгоритма, используемого при разработке и реализации кредитной политики предприятия, представлена на рисунке 3.

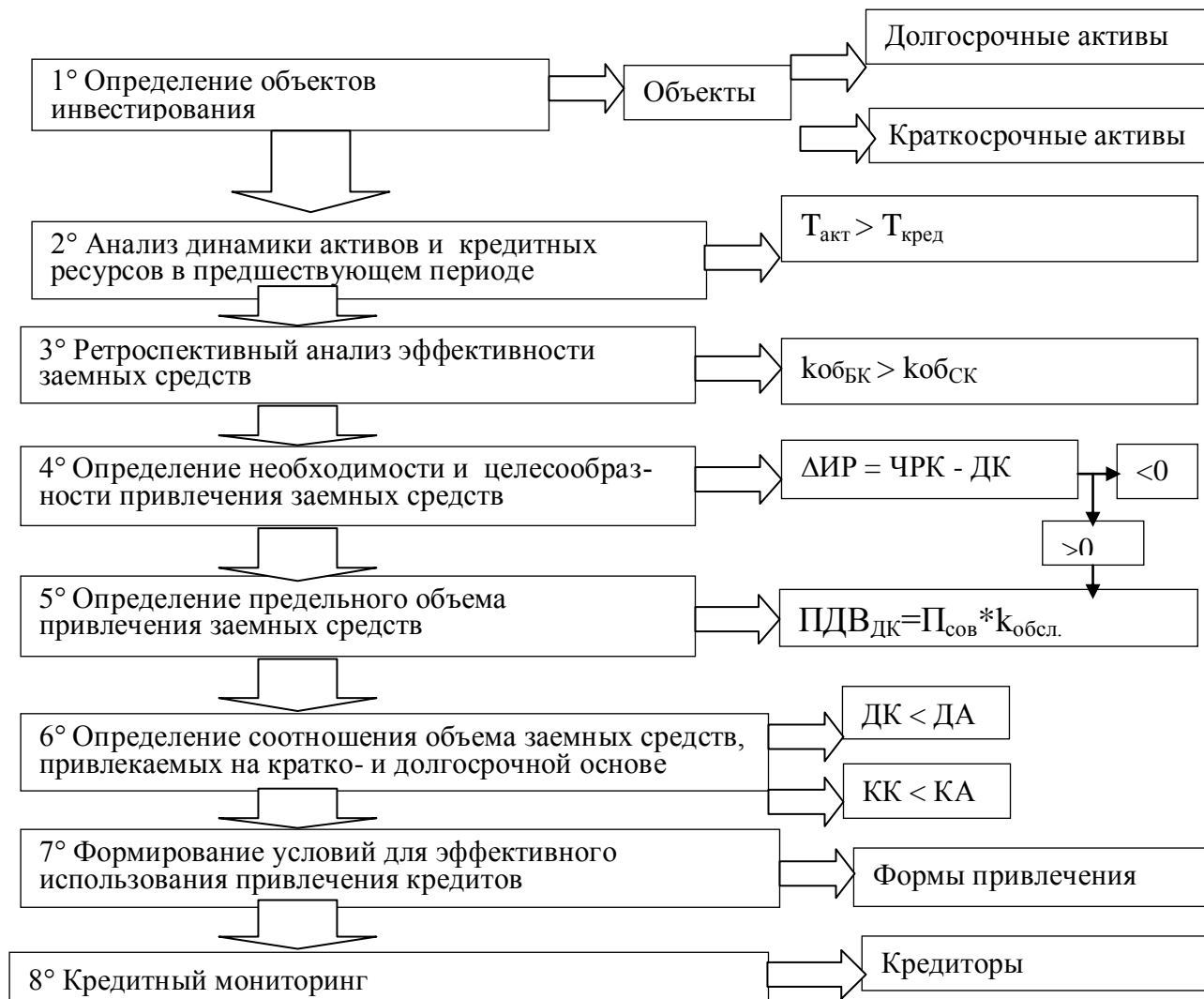


Рисунок 3 – Процедуры реализации кредитной политики предприятия

1. Правильный выбор объектов инвестирования является одним из условий последующего использования дохода от их эффективной деятельности. Объектами инвестирования могут быть как долгосрочные, так и краткосрочные активы.

2. Анализ привлечения заемных средств направлен на сопоставление темпов динамики кредитных ресурсов с темпами прироста суммы собственных ресурсов, объемов операционной и инвестиционной деятельности, общей суммы активов предприятия, а также оценку структуры кредиторской задолженности.

3. Ретроспективный анализ эффективности заемных средств включает в себя изучение различных форм привлеченных кредитов по объектам, источникам, характеру, срокам и другим факторам и оценку эффективности их использования с помощью сопоставления показателей оборачиваемости и

рентабельности собственного и заемного капитала. Результаты ретроспективного анализа служат основой оценки целесообразности использования заемных средств на предприятии в сложившихся объемах и формах.

4. Для определения целесообразности привлечения заемных средств необходимо оценить наличие у предприятия собственных средств и долгосрочных источников финансирования долгосрочных активов (ССДИ); рассчитать величину чистого работающего капитала (ЧРК) как разность между долгосрочными активами (ДА) и долгосрочными обязательствами (ДО) и определить реальный излишек (+) / недостаток (-) инвестиционных ресурсов ($\Delta ИР$), сопоставив чистый работающий капитал с суммой долгосрочных кредитов.

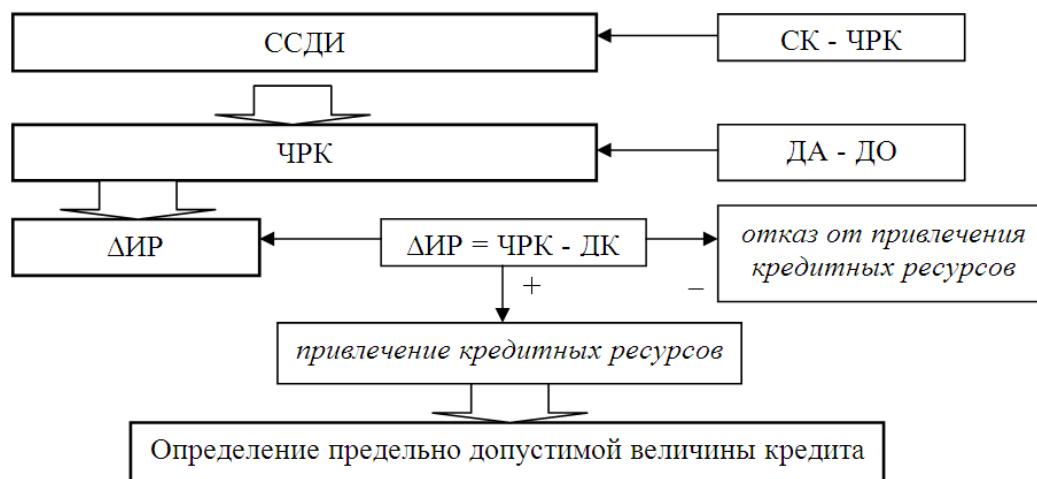


Рисунок 4 – Алгоритм расчета предельной суммы кредита

Суть алгоритма, представленного на рисунке 4, заключается в том, что предприятие может привлекать кредит при наличии реального излишка инвестиционных ресурсов ($+\Delta ИР$) в той сумме, чтобы уплата основного долга и начисленных процентов не превышала реальную сумму денежных средств предприятия. В случае отсутствия инвестиционных ресурсов ($-\Delta ИР$) на конец предшествующего периода предприятию в будущем следует отказаться от привлечения кредитных ресурсов с целью недопущения ухудшения финансового состояния, даже если согласно кредитному рейтингу выдача кредита возможна. *Это является условием целесообразности привлечения долгосрочных кредитов [3].*

5. Для расчета предельной величины долгосрочного кредита (ПДВдк) нами предлагается методика, в основе которой лежит неравенство: $ДК < ПДВдк$.

6. Расчет необходимого размера долгосрочных и краткосрочных заемных средств осуществляется по отдельным целевым направлениям их предстоящего использования в рамках каждого периода по разработанному в процессе исследования алгоритму, который будет описан в последующих публикациях.

7. Эффективность использования кредита зависит от правильного выбора формы кредита, срока кредитования, величины процентной ставки и других условий кредитного договора. Поэтому после предварительной оценки своего кредитного рейтинга руководство предприятия должно обратить особое внимание на подбор банка-кредитора.

8. Кредитный мониторинг осуществляется по двум направлениям: обеспечение эффективного использования привлеченных кредитов и контроль своевременности и полноты платежей по обслуживанию кредитов на основе составления платежного календаря

Оперативный кредитный мониторинг дает возможность выявить и устранить недостатки системы финансового управления, найти резервы улучшения финансового состояния предприятия и спрогнозировать финансовые результаты, исходя из реальных условий хозяйственной деятельности и наличия собственных и заемных средств.

Список цитированных источников

1. Обухова, И.И. Финансовый рынок: учебное пособие. - Брест: Изд-во БрГТУ, 2005. – 192 с.
2. Обухова, И.И. Финансы: теория и практика: мультимедийный курс лекций. – Брест: Изд-во БрГТУ, 2012. – 207 с.
3. Обухова, И.И. Совершенствование кредитного механизма предприятия / И.И. Обухова, Н.Г. Кот // Вестник БрГТУ / Брест. гос. техн. ун-т ГТУ. – Брест, 2011. – № 3.

УДК 06.81.30

Хомичук В.Ю.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.

СОЗДАНИЕ КРЕДИТНОГО МЕХАНИЗМА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИМА-ТРАНС»)

Разработанный нами в результате исследования, направленного на совершенствование кредитных отношений в белорусской экономике, алгоритм оптимизации кредитной политики субъектов хозяйствования апробирован на материалах ООО «ПРИМА-ТРАНС».

Данное предприятие занимается автомобильными перевозками и оказанием строительных услуг в Брестском регионе и достаточно активно использует заемные ресурсы. Динамика основных показателей деятельности предприятия представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ динамики основных показателей деятельности предприятия

| Показатели | 2013 | 2014 | Темпы динамики, % |
|--|--------|--------|-------------------|
| Выручка от реализации, млн. руб. | 12 666 | 18 981 | 149,86 |
| Доходы от инвестиционной и финансовой деятельности | 820 | 1 379 | 168,17 |
| Расходы инвестиционной и финансовой деятельности | 653 | 883 | 135,22 |
| Сумма долгосрочных и краткосрочных активов | 15 336 | 20 696 | 134,95 |
| Совокупная прибыль, млн. руб. | 5 697 | 3 229 | 56,68 |
| Рентабельность предприятия (Pr/A), % | 37,15 | 15,6 | 41,9 |

Выручка от реализации услуг предприятия характеризует абсолютный результат использования его ресурсов. У ООО «ПРИМА-ТРАНС» данный показатель в 2014 году увеличился почти на 50 % по сравнению с 2013 годом, что в стабильной экономике является свидетельством расширения масштабов деятельности. Увеличилась также стоимость капитала предприятия - долгосрочных и краткосрочных активов - на 34,95 %. Однако в условиях инфляции главной причиной увеличения стоимостных показателей является рост цен, что и подтвердилось последующим анализом.

Так, в 2014 году произошло значительное снижение совокупной прибыли по сравнению с 2013 годом (на 44 %) из-за роста производственно-коммерческих затрат на 35.22 %. Соответственно снизилась и рентабельность предприятия: от 37 % в 2013 году до 15.6 % в 2014 году. Следовательно, экономическая ситуация на предприятии ухудшилась, что приводит к уменьшению собственных источников финансирования и требует привлечения заемных средств.

Для эффективного управления привлеченным капиталом предлагается создать на ООО «ПРИМА-ТРАНС» кредитный механизм на основе разработанной нами методики, описанной в других публикациях.

На первом этапе разработки оптимальной кредитной политики работники финансовых служб предприятия должны определить цели и объекты инвестирования, требующие привлечения заемных ресурсов. Предприятие может привлекать банковские кредиты для финансирования долгосрочных активов: строительства административного здания, предназначенного для размещения штата сотрудников; приобретения основных средств, в виде грузовых машин, запчастей для них; освоения незавершенного законсервированного капитального строения (покупка строительных материалов, оплата услуг строительной техники: тракторы, экскаваторы и т. д).

На втором и третьем этапах должен выполняться анализ существующего опыта привлечения и использования кредитных ресурсов. На материалах ООО «ПРИМА-ТРАНС» нами выполнен анализ эффективности использования им заемных средств в 2014 году (таблицы 2 и 3).

Таблица 2 – Анализ привлечения и использования заемных средств в 2014 г., млн руб.

| Показатели | Обозначение | Величина | | Темпы динамики, % | Анализ |
|---|-------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------------|
| | | н. г. | к. г. | | |
| Собственный капитал | СК | 11240 | 14475 | 129 | |
| Долгосрочный кредит | ДК | 404 | 1222 | 302,5 | |
| Краткосрочный кредит | КК | 60 | 0 | | |
| Банковский кредит | БК | 464 | 1222 | 263,4 | 263,4% > 129% |
| Сумма долгосрочных и краткосрочных активов | А | 15336 | 20696 | 135 | 263,4% > 135% |

Таблица 3 – Ретроспективный анализ заемных средств в 2014 г., млн руб.

| Показатели | Обозначение | Величина | | Анализ |
|---|-----------------------|------------|-------|---------------------|
| | | н.г | к.г | |
| Краткосрочные обязательства | КО | 3333 | 3269 | |
| Доля банковских кредитов в общей величине заемного капитала | d | | 37,38 | |
| Соотношение между долгосрочными и краткосрочными кредитами | d_{дк} | 6,7 | | 6,7 > 3,7 |
| Соотношение между долгосрочными и краткосрочными активами | ДА/КА | 3,7 | 3,8 | |

Для того, чтобы сделать выводы по результатам анализа, мы использовали некоторые нормативные установки [1]. Во-первых, темп динамики собственного капитала должен быть больше темпа динамики банковского кредита. На исследуемом предприятии $T_{ск} = 129\%$, а $T_{бк} = 263.4\%$, то есть данное соотношение не соблюдается.

Во-вторых, темп динамики имеющихся активов на предприятии должен быть больше темпа динамики банковского кредита. Из расчетов, выполненных в таблице 2, видно, что данный принцип тоже не соблюдается. Это свидетельствует о чрезмерно активном процессе привлечения заемного капитала и может привести предприятие к потере финансовой независимости. Однако в 2014 году доля банковских кредитов в общей величине заемного капитала составляет 37,38 % и находится в допустимых пределах (20-40 %). В то же время на 1.01.2014 г. соотношение между долгосрочными и краткосрочными кредитами и активами предприятия не соответствует соотношению: $d_{ДК} \leq ДА / КА$ (таблица 3).

Для уточнения полученных результатов на следующем этапе был выполнен анализ эффективности использования кредитных средств (таблица 4).

Таблица 4 – Анализ эффективности кредитных средств

| Показатели | Обозначение | Формула | Полученные значения | Анализ |
|---|--------------------|----------------------|---------------------|---------------|
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала | коб. _{СК} | $Vp/(СКн.г+СКк.г):2$ | 1,48 | |
| Коэффициент оборачиваемости банковского кредита | коб. _{БК} | $Vp/(БКн.г+БКк.г):2$ | 22,5 | $22,5 > 1,48$ |
| Чистая прибыль | ЧП | | 27 | |
| Рентабельность собственного капитала, % | $R_{СК}$ | $ЧП/(СКн.г+СКк.г):2$ | 0,2 | |
| Рентабельность банковского кредита, % | $R_{БК}$ | $ЧП/(БКн.г+БКк.г):2$ | 3,2 | $3,2 > 0,2$ |

Исследовав эффективность использования банковских кредитов, мы выяснили, что полученные значения оборачиваемости и рентабельности заемного капитала превышают соответствующие показатели собственного капитала и соответствуют установленным нормативам. Следовательно, и в дальнейшем ООО «ПРИМА-ТРАНС» сможет активно использовать в своей деятельности заемный капитал, однако суммы кредитов должны быть обоснованы соответствующими расчетами.

На 4 этапе обоснуем необходимость привлечения заемных средств, для этого рассчитаем реальный излишек или недостаток денежных средств на основе предложенного нами алгоритма [2]. Результаты расчетов приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет излишка или недостатка денежных средств на плановый период

| Показатели | Формула для расчета | Значение |
|--|---|---|
| Оценка наличия собственных средств и долгосрочных источников для финансирования долгосрочных активов | $ССДИ = СК - (ДА - ДО) = СК - ЧРК$, СК – собственный капитал ДА - долгоср. активы ДО - долгоср. обязательства | $ССДИ = 14475 - 16401 + 2952 = 1026$ млн руб. |
| Чистый работающий капитал | $ЧРК = ДА - ДО$ по л.п, где ДО по л. п. – долгосрочные обязательства по лизингу | $ЧРК = 16401 - 11130 = 15271$ млн руб. |
| Наличие долгосрочных кредитов и займов | ДК | ДК = 1222 млн руб. |
| Реальный излишек (+) или недостаток (-) ИР | $\Delta ИР = ЧРК - ДК$ | $\Delta ИР = 15271 - 1222 = 14049$ млн руб. |

Мы видим, что по состоянию на 01 января 2015 г. предприятие имеет излишек на сумму 14049 млн руб. денежных средств, и может привлекать долгосрочный кредит. Расчет предельно допустимой величины долгосрочного кредита выполним на примере привлечения инвестиционного кредита в сумме 26800 евро на срок 3 года с процентной ставкой 10,5 %, используя разработанный в процессе исследования алгоритм:

- $K_t = (1+10,5/100*3) = 1,315$

- $P_0 = 1/(1+0,105)^3 = 0,741$

- Если величина совокупной прибыли равна 3229 млн. руб., то ПДВдк = $= 3\ 229*0,741/1,315 = 1819,5$ млн. руб. Таким образом, расчетная предельная величина долгосрочного кредита соответствует неравенству ДК < ПДВдк.

На следующем этапе работникам финансовой службы необходимо оценить кредитоспособность предприятия, чтобы выявить внутренние факторы риска. Нами был использован алгоритм проведения финансовой диагностики предприятия, в основе которого лежит методика определения рейтинговой оценки потенциального кредитозаемщика, применяемая в ЗАО «МТБанк» - одном из ведущих банков по кредитованию субъектов малого и среднего бизнеса [3]. Данная методика предполагает исследование ряда показателей и построение рейтинговой оценки с учетом «золотого правила экономики», которое регламентирует оптимальное соотношение между темпами их роста. Результаты расчета на материалах предприятия финансовых показателей и их сопоставление с критериальным уровнем представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Критериальные уровни показателей

| Показатели | Значение | Критериальный уровень | Баллы |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------|
| Коэффициент независимости | 0,7 | >0,3 | 20 |
| Соотношение заемных и собственных средств | 0,4 | <=0,5 | 15 |
| Коэффициент покрытия (общий) | 1,3 | >1,2 | 20 |
| Промежуточный коэффициент покрытия | 1,06 | >0,6 | 10 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,2 | >0,2 | 10 |
| Рентабельность продаж | -0,04 | >0,1 | 10 |
| Рентабельность основной деятельности | -0,035 | >0,1 | 10 |
| Соблюдение «золотого правила» | Тсп > Твр > Тк > 100% | | 5 |

Как показывают результаты анализа, на рассматриваемом предприятии значения пяти коэффициентов соответствуют критериям, что соответствует 75 баллам.

Проверка соблюдения «золотого правила» $T_{сп} > T_{вр} > T_k > 100\%$, предусматривающего последовательное превышение темпов роста совокупной прибыли $T_{сп}$ над темпами роста выручки $T_{вр}$ и темпами роста капитала предприятия T_k , выявила несоблюдение данного правила, так как наблюдается снижение совокупной прибыли ($56,68 < 149,86 > 134,95 > 100\%$).

Следовательно, суммарный балл ООО «ПРИМА-ТРАНС» составляет 75 баллов. Окончательная корректировка рейтинговой оценки предприятия произведена с учетом наличия у него дебиторской задолженности и ее доли в краткосрочных активах (таблица 7).

Таблица 7 – Корректирующие баллы

| Доля ДЗ, % | Корректирующий балл |
|------------|---------------------|
| Менее 25 % | 5 |
| 25%-50 % | 10 |
| Более 50 % | 15 |

В 2014 году на предприятии доля дебиторской задолженности в краткосрочных активах была слишком высокой: $ДЗ = 2830/4295 * 100 \% = 66 \%$, следовательно, полученный ранее результат диагностики уменьшается на 15 баллов: $(75-15 = 60)$ баллов).

В соответствии с полученным результатом рейтинговой оценки предприятия можно отнести ко 2-му классу платежеспособности. То есть, при кредитовании такого предприятия существует определенная степень риска, и банк может выдать ему кредит при условии наличия высоколиквидного залогового имущества, оценочная стоимость которого должна быть не меньше суммы кредита с начисленными процентами.

Следовательно, прежде чем обращаться за кредитом, руководство предприятия должно выяснить наличие у них такого имущества, произвести оценку его ликвидационной стоимости и обеспечить условия для эффективного использования кредита и своевременного осуществления всех платежей, чтобы не потерять предмет залога.

На последнем этапе специалистами финансовых служб прогнозируется возможность обеспечения своевременных расчетов по кредитам. И только с учетом результатов всех выполненных расчетов принимается решение о целесообразности кредита.

В течение всего срока службы кредитного мониторинга предприятия и кредитующего банка следят за текущей ситуацией и целевым использованием кредитных средств, выявляют факторы риска и предпринимают меры по их уменьшению.

Список цитированных источников

1. <http://lektsii.net>
2. Обухова, И.И. Совершенствование кредитного механизма предприятия / И.И. Обухова, Н.Г. Кот // Вестник БрГТУ, № 3 / Брест. гос. техн. ун-т ГТУ. – Брест, 2011.
3. Обухова, И.И. Алгоритмизация процедур управления кредитными отношениями предприятия / И.И. Обухова, Н.Г. Кот // Вестник БрГТУ / Брест. гос. техн. ун-т ГТУ. – Брест, 2011. – № 3

УДК 330.36

Цыгур И.С.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Актуальность темы исследования. Устойчивое развитие является основой стабильного функционирования и улучшения деятельности любого хозяйствующего субъекта. В настоящее время проблема обеспечения устойчивого развития становится очень актуальной, и это связано не только с ситуацией, сложившейся под воздействием общемирового экономического кризиса.

Даже в условиях экономической стабильности вопросы устойчивости и развития предприятия являются наиболее важными, решение по ним напрямую связано с планированием деятельности предприятия и обоснованием выбираемой стратегии.

Современные условия функционирования предприятия обусловлены высокой степенью нестабильности и неустойчивости. Деятельность предприятия характеризуется низкой рентабельностью, финансовой неустойчивостью, неплатежеспособностью и снижением уровня конкурентоспособности его продукции. Все это вызывает общее снижение уровня экономической безопасности предприятия, а, следовательно, и возможности обеспечения его устойчивого развития. Вышеперечисленные факторы вызывают необходимость поиска механизма повышения экономической безопасности деятельности предприятия [1].

Актуальность выбранной темы исследования вызвана необходимостью создания действенной системы управления предприятием на основе формирования механизма его устойчивого развития. По мнению автора, таким механизмом может быть механизм экономической безопасности предприятия. Особую актуальность теме придает ситуация, сложившаяся в результате общемирового экономического кризиса, который повлек за собой рост экономической нестабильности, значительное снижение возможности устойчивого существования и развития как на уровне конкретных отраслей и предприятий, так и на общенациональном и региональном уровнях.

Цель исследования. Целью исследования является формирование теоретических положений обеспечения устойчивого развития предприятия и разработка методических подходов по принятию управленческих решений на основе формирования механизма экономической безопасности его деятельности.

Практическая значимость исследования состоит в возможности обеспечения устойчивого развития предприятий на основе повышения уровня их экономической безопасности путем внедрения рекомендаций, выработанных с применением сформированного механизма. Реализация методических разработок позволяет оценить состояние предприятия, выявить вероятность проявления какого-либо вида угроз или их совокупности, выбрать и оценить эффективность мероприятий, являющихся основой механизма экономической безопасности.

Проблема развития предприятия объективна по своей природе и непреходяща по времени. Развитие представляет собой универсальное явление, трудно поддающееся точному и четкому определению. Некоторые авторы под развитием понимают целенаправленную деятельность, позволяющую обеспечивать в долгосрочном периоде стабильный экономический рост на основе рационального использования ресурсов. Многие ученые развитие предприятия определяют, как перемену состояния, т. е. переход из одного состояния в другое, которое считается лучшим, более эффективным или целесообразным для деятельности [1].

Понятие устойчивого развития предприятия первоначально использовалось в науках об охране природы, но в условиях мирового экономического кризиса приобрел актуальность подход к определению устойчивого развития с экономической точки зрения.

Содержание устойчивого развития предприятия заключается в совокупности элементов и свойств, направленных на обеспечение адаптации предприятия к изменениям внешней и внутренней среды.

Характеристиками устойчивого развития являются [2]:

- надежность функционирования предприятия;
- конкурентоспособность предприятия и его продукции (работ, услуг);
- гибкость предприятия по отношению к внешней среде;
- управление рисками;
- экономическая безопасность предприятия.

Одним из механизмов устойчивого развития предприятия, по мнению автора, является механизм экономической безопасности предприятия.

Экономическая безопасность предприятия – это состояние наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов для предотвращения угроз и стабилизации функционирования предприятия с целью обеспечения его устойчивого развития в течение определенного периода времени, при котором все жизненно важные компоненты структуры и деятельности предприятия характеризуются высокой степенью защищенности от нежелательных изменений.

Формирование механизма экономической безопасности основано на определении экономических потребностей в ее обеспечении, которые формируются под влиянием объективных и субъективных, внутренних и внешних, прогнозируемых и непрогнозируемых факторов, которые в концентрированном виде оказывают деструктивное влияние [2]. Основываясь на том, что хозяйственный механизм – это сознательно разработанный инструментарий управления, авторами разработана схема формирования механизма экономической безопасности предприятия на основе внедрения методики расчета уровня экономической безопасности предприятия, которая состоит из 6 этапов:

1) этап: распределение функциональных обязанностей при внедрении алгоритма расчета экономической безопасности субъектов хозяйствования;

2) этап: нахождение показателей, характеризующих корпоративные ресурсы;

3) этап: определение весового значения каждого показателя;

4) этап: вывод формулы Ts-счета;

5) этап: определение уровня экономической безопасности предприятия;

6) этап: принятие решений по Ts-счету.

Первый этап: распределение функциональных обязанностей при внедрении алгоритма расчета экономической безопасности субъектов хозяйствования.

Для расчета экономической безопасности на предприятии для начала необходимо разобраться, кто этим будет заниматься, кто будет рассчитывать уровень экономической безопасности. Это может быть уже существующий на предприятии специалист, просто ему это укажут в должностных инструкциях, либо это может быть новый специалист – экономист в области эккаутинга.

Вторым этапом идет нахождение показателей, характеризующих корпоративные ресурсы. Для обеспечения своей экономической безопасности предприятие использует совокупность корпоративных ресурсов. Среди них выделим: ресурс капитала, ресурс персонала, ресурс информации и технологии, ресурс техники и оборудования, ресурс прав. Рассмотрим следующие показатели, характеризующие их:

- коэффициент концентрации заемного капитала = $ZK/Валюта\ баланса$, (1)

- коэффициент концентрации собственного капитала = $СК/Валюта\ баланса$, (2)

- коэффициент стабильности кадров = $ССЧР\ за\ период\ со\ стажем\ 5\ лет/ССЧР$, (3)

- коэффициент текучести кадров = (ЧР, уволен. по собств. желанию. + ЧР, уволен. по неув.пр.)/ССЧР, (4)
- фондоотдача основных средств = выручка безндс/ Ср. стоимость ОС, (5)
- фондоемкость = 1/ Фондоотдачу, (6)
- коэффициент ресурса прав = нематер.активы/долгосрочн.активы, (7)

Третий этап связан с определением весового значения каждого показателя. Путем установления рейтинга и путем ранжирования были определены весовые значения методом экспертных оценок.

Таблица 1 – Ранжирование коэффициентов

| Показатель | Весовое значение |
|---------------------------------|------------------|
| Коэффициент концентрации ЗК | 0,19 |
| Коэффициент концентрации СК | 0,07 |
| Коэффициент стабильности кадров | 0,11 |
| Коэффициент текучести кадров | 0,22 |
| Фондоотдача ОС | 0,04 |
| Фондоемкость | 0,22 |
| Коэффициент ресурса прав | 0,15 |

Источник: собственная разработка

Четвертый этап – вывод формулы Ts-счета, который равен сумме показателей, характеризующих корпоративные ресурсы с учетом коэффициентов весомости.

$$Ts\text{-счет} = 0,19 \cdot K_1 + 0,07 \cdot K_2 + 0,11 \cdot K_3 + 0,22 \cdot K_4 + 0,04 \cdot K_5 + 0,22 \cdot K_6 + 0,15 \cdot K_7, \quad (8)$$

Путем исследования данных ряда предприятий были выведены границы экономической безопасности предприятия, что является пятым этапом методики расчета его экономической безопасности. В результате чего мы выделили 4 уровня ЭБП: критический, низкий, средний и высокий уровни. Чем уровень выше, тем предприятие стабильнее.

Рассчитав данный показатель, экономист в области эккаунтинга смотрит, какой уровень экономической безопасности существует на предприятии. В случае высокого уровня экономической безопасности, на предприятии может существовать та же политика управления. Если же имеются отклонения, в результате чего предприятие попадает в критический, низкий или средний уровень, то специалист в области эккаунтинга предлагает принятие решений по полученному Ts-счету.

Уникальность заключается в том, что создаваемая система не может быть выполнена по какому-то шаблону, она должна учитывать уровень развития и структуру производственного потенциала, эффективность его использования, направленность деятельности, квалификации кадров, производственную дисциплину, состояние окружающей и конкурентной среды, связи между деловыми партнерами, рискованности предпринимательской деятельности и многие другие факторы.

Список цитированных источников

1. Анфилатов, В.С. Системный анализ в управлении: учеб. пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
2. Грунин, О.С. Экономическая безопасность организации / под. ред. О.С. Грунина, С.О. Грунина. – СПб.: Питер, 2002. – 160 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рыночные условия хозяйствования и социально-политические ориентиры роста экономики требуют активизации усилий всех хозяйствующих субъектов и, в первую очередь, предприятий реального сектора экономики. Эффективность менеджмента характеризуется способностью принимать оперативные управленческие решения по адаптации предприятия к изменениям рыночных условий, реализации стратегии предприятия, формированию механизмов устойчивого развития предприятия.

В последнее время многие ученые и практики занимаются вопросами устойчивого развития предприятия, поиском форм, методов и инструментов, посредством которых можно оказывать воздействие на устойчивое развитие предприятия. Анализ отечественных и зарубежных исследований, представленных в научных публикациях по вопросам устойчивого развития предприятия, а также хозяйственной практики предприятий, показал, что они по-прежнему остро нуждаются в методологическом обеспечении и организационно-управленческих решениях, направленных на достижение устойчивого развития предприятия [1].

Важность формирования условий устойчивого развития предприятия и механизмов управления этим процессом привели к появлению широкого перечня научных публикаций по вопросам теории и практики устойчивого развития предприятия. Однако, несмотря на имеющиеся разработки по вопросам управления устойчивым развитием предприятия, ряд аспектов этой проблемы остается недостаточно изученным.

Таким образом, необходимость обеспечения устойчивого развития предприятия и недостаточная теоретическая и методологическая проработка этой проблемы обусловили актуальность темы исследования.

Целью исследования является совершенствование механизма устойчивого развития предприятия.

Проблема обеспечения устойчивого развития предприятий в настоящее время становится особенно актуальной. В кризисных ситуациях формируется неустойчивость предприятия, что требует изучения его состояния и разработки мероприятий по обеспечению устойчивого развития. Основные мероприятия, а также методы и инструменты позволяют сформировать механизм устойчивого развития предприятия.

В экономическом словаре термин «механизм» определяется следующим образом: это последовательность состояний, процессов, определяющих собой какое-либо действие, явление; это система, устройство, определяющее порядок какого-либо действия [1].

Механизм управления – наиболее активный элемент системы управления, обеспечивающий воздействие на факторы, от состояния которых зависит результат деятельности управляемого объекта. Механизм управления предприятием может быть реализован только в рамках системы управления, которая обеспечивает решение возникающих проблем предприятия. Механизмом, обеспечивающим устойчивое развитие предприятия, является эффективный управленческий процесс.

Обеспечение устойчивого развития предприятия связано с переводом предприятия в качественно новое состояние. Главная задача управления состоит в том, чтобы обеспечить развитие предприятия в условиях ограниченности ресурсов, а также в создании основания для устойчивого развития предприятия в меняющихся, нестабильных условиях внешней среды.

Формирование механизма управления основывается на определенных принципах и методах управления. Основные методы и принципы, лежащие в основе механизма управления, являются одновременно основными и для механизма устойчивого развития предприятия.

В органической связи с этими принципами находятся методы как способ исследования механизма устойчивого развития, призванные к реализации принципов управления. Методы механизма устойчивого развития предприятия представляют собой совокупность приемов целенаправленного воздействия субъекта управления на управляемый объект, обеспечивающих координацию их действий в процессе выполнения функций управления для достижения цели устойчивого развития[2].

Таким образом, механизм устойчивого развития – это такое состояние предприятия, при котором все его основные элементы находятся в состоянии поддерживать свои параметры в определенном диапазоне.

Механизм управления устойчивым развитием предприятия относится к разряду управленческих процессов и реализуется поэтапно:

Этап 1. Формирование основ управления устойчивым развитием предприятия;

Этап 2. Качественный и количественный анализ факторов внешней и внутренней среды;

Этап 3. Оценка значимых факторов и проверка их соответствия условиям развития;

Этап 4. Анализ и оценка уровня устойчивого развития предприятия;

Этап 5. Разработка управленческих решений и рекомендаций, корректировка основ управления устойчивым развитием предприятия;

Этап 6. Оформление отчетности.

Рассмотрим более подробно механизм управления устойчивым развитием предприятия.

Этап 1. Формирование основ управления устойчивым развитием предприятия. Необходимо сформулировать стратегию, цели, функции, принципы и методы управления предприятием, а также конкретизировать субъект и объект управления в рамках концепции устойчивого развития предприятия.

Этап 2. Необходим выбор конкретных методик, необходимых для анализа устойчивого развития предприятия. При разработке методик предлагается использовать два подхода. Первый из них связан с всесторонним анализом различных аспектов функционирования предприятия. Основным критерием здесь является полнота информации, что позволяет судить о сбалансированности и пропорциональности развития предприятия. Вторым подходом используется для оперативного контроля и прогнозирования угроз. Здесь в меньшей степени требуется использование всех показателей устойчивого развития. Основным критерием является оперативность поступления, обработки и анализа информации.

Анализ влияния факторов на устойчивое развитие предприятия производится в следующей последовательности: количественное и качественное определение воздействия внешних и внутренних факторов на экономические результаты деятельности предприятия; количественное и качественное определение воздействия факторов экономической деятельности на показатели устойчивого развития предприятия [2].

Этап 3. Оценка значимых факторов и проверка их соответствия условиям развития. На основании изучения внешних и внутренних факторов предприятия выявляются основные возможности и угрозы, в результате чего оценивается потенциал устойчивости предприятия.

Этап 4. Оценка и анализ уровня устойчивого развития предприятия. На этом этапе определяется конкретный набор показателей устойчивого развития - система показателей, производится их нормировка, определяется обобщенный показатель устойчивого развития. Предложенный алгоритм анализа и оценки соответствия экономической деятельности задачам устойчивого развития предприятия производится по состоянию финансово-экономических показателей и показателей устойчивого развития.

Этап 5. В результате проведения анализа и оценки уровня устойчивого развития, предприятие проводит *разработку управленческих решений и рекомендаций, корректировку целей, функций, принципов и методов управления устойчивым развитием.* На основании анализа основных тенденций устойчивого развития разрабатываются рекомендации для руководства предприятия.

Этап 6. Оформление отчетности. Информация об управлении устойчивым развитием предприятия должна быть представлена в виде открытой отчетности.

Для того чтобы предприятие эффективно функционировало и устойчиво развивалось, необходимо определять методы непрерывного контроля над мероприятиями. Это называется мониторингом. Этот процесс включает сбор данных, отслеживающих динамику изменения состояния предприятия и выявление тенденций его развития [3].

Для эффективности осуществления мониторинга устойчивого развития предприятий должно обеспечиваться соблюдение следующих условий:

- спланированная организация всех звеньев сбора, обработки и анализа информации;
- использования мощной технической базы;
- привлечение высококвалифицированных кадров;
- проведения компетентного методического контроля над процессом мониторинга;
- достаточность финансового обеспечения.

Управление устойчивым развитием предприятий основывается на постановке принципов управления, целей, функций и методов управления, а также выделении объекта и субъекта управления. Все вышеперечисленные элементы управления устойчивым развитием предприятия конкретизируются в рамках устойчивого развития таким образом, чтобы обеспечивать социальную стабильность, экологическое равновесие и экономический эффект. Для эффективного функционирования важен не только характер факторов, но и эффективный механизм, обеспечивающий устойчивое развитие предприятия. Представленный механизм управления устойчивым развитием предприятия позволяет поэтапно разрабатывать грамотные управленческие решения в области устойчивого развития.

Список цитированных источников

1. Базарова, Л.А. Менеджмент устойчивого развития. – М.: АСВ, 2007. - 118 с.
2. Данилов-Данильян, В.И. Устойчивое развитие (теоретико-методологический анализ) // ЭММ. – 2003. – № 2. – С. 123-135.
3. Зеткина, О.В. Об управлении устойчивостью предприятия. – М.: Аудит-ЮНИТИ, 2003. – 134 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФОРЕНЗИКА И АУДИТА

Мошенничество на предприятии является основным труднопрогнозируемым риском, перестраховаться от которого очень сложно. По различным оценкам, наиболее распространенным преступлением является незаконное присвоение имущества (хищение). От него пострадало около половины всех компаний. Следующим по распространенности идет коррупция и взяточничество с показателем в тридцать процентов.

Поэтому чрезвычайно важно принимать надлежащие меры для предотвращения, выявления и своевременного расследования преступлений, связанных с вымыванием капитала предприятия. Одним из способов выявления мошенничества является форензик.

Форензик – новейший метод расследования корпоративных преступлений и случаев мошенничества. Термином «форензик» в широком смысле обозначают деятельность по выявлению, анализу и урегулированию ситуаций, когда между сторонами существуют разногласия по финансовым, коммерческим, правовым и другим вопросам.

Форензик появился в начале 1990-х гг. и до сих пор спрос еще не устоялся. Рынок форензика наиболее развит в Англии, Германии, Италии, Испании и США. В России форензик впервые появился в 1999 г., а в Республике Беларусь данный вид аудита является неисследованной областью. На текущий момент на рынке стран СНГ данный вид услуг предоставляют главным образом аудиторские компании "Большой Четверки" [1].

В своем роде форензик – это криминалистика для бизнеса. Зачастую специалисты группы форензик исполняют роль так называемого следственного комитета для расследований в собственном бизнесе. Команда специалистов состоит из аудиторов, бухгалтеров, юристов, программистов, криминалистов и экспертов различных направлений, они помогут разрешить конфликтные или скрытые ситуации с минимально возможными потерями для бизнеса.

Форензик направлен на выявление нарушений, мошенничества в следующих областях [2]:

- финансовые расследования;
- управление рисками, связанными с мошенничеством;
- корпоративная разведка;
- независимая судебная экспертиза и содействие в ходе судебных разбирательств;
- расследования с использованием информационных технологий;
- противодействие легализации незаконных доходов;
- защита интеллектуальной собственности и проверка контрактных обязательств

Форензик часто сравнивают с внешним или внутренним аудитом, однако это абсолютно разные направления. Главным отличием форензика является то, что он направлен на выявление и пресечение фактов мошенничества в компаниях, а не на подтверждение достоверности и законности бухгалтерского учета и отчетности. Значимым преимуществом форензика является работа в такой области, как корпоративная разведка, так как единицы аудиторских

компаний смогут провести комплексные исследования в отношении деловой репутации и добросовестности ваших деловых партнеров (таблица 1).

В ходе расследования независимым консультантам необходимо выяснить, было ли совершено преступление; если да, то кем, на какую сумму и каким способом. Расследование начинается со сбора информации. Идет изучение финансовой документации, направлений деятельности компании, проводятся интервью с сотрудниками.

При помощи специального программного обеспечения, которое позволяет быстро обрабатывать большие объемы данных, можно выделить проводки, сделанные в нерабочие часы. Знания в области IT позволяют специалистам восстанавливать уничтоженные файлы и электронные письма. Но такое возможно, если в трудовом договоре между сотрудником и работодателем есть пункт о том, что электронная почта персонала считается собственностью компании.

Таблица 1 – Сравнительный анализ форензика и аудита

| Признак | Аудит | Форензик |
|------------------|---|--|
| Цель | Подтвердить достоверность финансовой отчетности | Выявить и пресечь факты мошенничества |
| Команда | Аудитор | Аудитор, бухгалтер, юрист, программист, налоговый сотрудник |
| Место проведения | Проверка проводится в организации заинтересованного экономического субъекта | Помимо стандартных проверок, проводятся исследования в области корпоративной разведки |
| Начало проверки | Планируется заранее | Начинается без предупреждения |
| Методы | Документальные, расчетно-аналитические | Изучение финансовой документации, проводятся интервью с сотрудниками, используется специальное программное обеспечение |

Источник: собственная разработка

Финансовое расследование является одним из действенных инструментов, позволяющих существенно минимизировать риски неправомερных или злонамеренных действий, а иногда остается единственным способом разрешения сложившейся неблагоприятной ситуации.

Западные фирмы часто страхуют ответственность своего руководства и другие корпоративные риски, поэтому доказательства фактов мошенничества, представленные независимыми экспертами, могут помочь вернуть потерянные компанией средства.

С помощью расследования компания может: разработать компьютерные системы собственной безопасности, получить представление о финансовой деятельности предприятия и доказательства мошенничества, которые могут быть использованы в дальнейшем в суде, получить независимую экспертную

оценку документации, а также использовать данные независимой экспертизы в зарубежных судебных спорах, а специалист, осуществляющий расследование, может участвовать в качестве свидетеля-эксперта.

Список цитированных источников

1. Сайт компании Комплайнс Риск Кноуледж [Электронный ресурс]/ Статья «Что такое форензик?» - Режим доступа: <http://compliance-rk.com/uslugi/forensik/>– Дата доступа: 23.12.2015.

2. Сайт аудиторской компании КМППГ [Электронный ресурс]/ Статья «Расследование финансового мошенничества» - Режим доступа: <http://www.kpmg.com/ru/ru>– Дата доступа: 20.12.2015.

УДК 657.6

Чергейко М.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ПРОЦЕДУРА ФОРЕНЗИК В УЧЕТЕ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Экономические преступления и нарушения финансовой, корпоративной и иной дисциплины, как правило, влекут за собой значительные финансовые потери и репутационные риски и представляют собой реальную угрозу стабильности бизнеса, а в некоторых случаях и его существованию. При этом все компании в равной степени подвержены данным угрозам. По различным оценкам, наиболее распространенным преступлением является незаконное присвоение имущества (хищение). От него пострадало около половины всех компаний. Следующим по распространенности идет коррупция и взяточничество с показателем в тридцать процентов.

Существует множество факторов, которые содействуют мошенничеству: слабая корпоративная культура, большое количество разрозненных ИТ систем, передача ключевых функций на outsourcing без должного контроля за их выполнением.

Поэтому компаниям необходимо разрабатывать новые инструменты контроля и борьбы с ними. Одним из таких инструментов является форензик.

Форензик – новейший метод расследования корпоративных преступлений и случаев мошенничества [1]. Термином «форензик» в широком смысле обозначают деятельность по выявлению, анализу и урегулированию ситуаций, когда между сторонами существуют разногласия по финансовым, коммерческим, правовым и другим вопросам, содержащим в себе существенные экономические риски, когда действия сотрудников или участников общества не соответствуют действующему законодательству, принципам и этическим нормам компании.

Форензик появился в начале 1990-х гг., и до сих пор спрос еще не устоялся. Рынок форензика наиболее развит в Англии, Германии, Италии, Испании и США. В России форензик впервые появился в 1999 г., а в Республике Беларусь данный вид аудита является неисследованной областью. На текущий момент на рынке стран СНГ, данный вид услуг предоставляют главным образом аудиторские компании "Большой Четверки"[2].

Форензик направлен на выявление нарушений, мошенничества в следующих областях:

- финансовые расследования;
- управление рисками, связанными с мошенничеством;

- корпоративная разведка;
- независимая судебная экспертиза и содействие в ходе судебных разбирательств;
- расследования с использованием информационных технологий;
- противодействие легализации незаконных доходов;
- защита интеллектуальной собственности и проверка контрактных обязательств.

В своем роде форензик – это криминалистика для бизнеса. Зачастую специалисты группы форензик исполняют роль так называемого следственного комитета для расследований в собственном бизнесе. Команда специалистов состоит из аудиторов, бухгалтеров, юристов, программистов, криминалистов и экспертов различных направлений, они помогут разрешить конфликтные или скрытые ситуации с минимально возможными потерями для бизнеса [3].

Форензик часто сравнивают с внешним или внутренним аудитом, однако это абсолютно разные направления. Главным отличием форензика является то, что он направлен на выявление и пресечение фактов мошенничества в компаниях, а не на подтверждение достоверности и законности бухгалтерского учета и отчетности. Значимым преимуществом форензика является работа в такой области, как корпоративная разведка, так как единицы аудиторских компаний смогут провести комплексные исследования в отношении деловой репутации и добросовестности ваших деловых партнеров [4].

Факты финансового мошенничества имеются в каждой области, но наиболее уязвимыми являются учет расчетов с персоналом. Рассмотрим основные финансовые преступления в этой области.

Самая примитивная схема для реализации данного вида мошенничества – это включение в ведомость на получение заработной платы вымышленных работников. В этом случае злоумышленник начисляет фиктивную заработную плату на этих работников, сам расписывается в ведомости и присваивает себе реальные наличные деньги.

На небольшом предприятии руководителю не сложно «вычислить» подобное мошенничество. Достаточно просто ежемесячно осуществлять контроль над тем, какую сумму наличных денег бухгалтер снимает в банке для выплаты зарплаты работникам. Если сумма в текущем месяце по сравнению с предыдущим увеличилась (при этом штат сотрудников остался неизменным), необходимо обратиться к бухгалтеру за разъяснениями.

Если бухгалтер не совершал противоправных действий, он легко объяснит данный факт: к примеру, сотрудница вышла из отпуска по уходу за ребенком и вместо пособия с этого месяца получает полноценную заработную плату. Если же имеет место мошенничество с целью личного обогащения, оно вскроется тут же.

Часто бухгалтер поступает хитрее. Он дожидается увольнения какого-то сотрудника и просто «забывает» удалить его из бухгалтерских документов, в частности, из ведомости по заработной плате. В данном случае сотруднику по-прежнему будет начисляться заработная плата, но теперь она попадет в карман бухгалтера. Подпись работника, естественно, в данном случае тоже подделывается.

Иногда данный работник сам находится в сговоре с бухгалтером – он подписывает ведомость и получает свою «долю» от полученной суммы. Бывает, что бухгалтер «забывает» удалить из ведомости несколько таких «мертвых душ» - можно представить, какой дополнительный доход он будет иметь от реализации такого рода махинаций.

В случае реализации различных противоправных схем с «мертвыми душами» финансовое состояние предприятия несет потери не только из-за похищенных денежных средств, но и за счет увеличения налогов, которые предприятие исчисляет от фонда заработной платы.

В ходе расследования независимым консультантам необходимо выяснить, было ли совершено преступление; если да, то кем, на какую сумму и каким способом. По окончании проведения финансового расследования консультант получает результат в зависимости от поставленной им задачи и пожеланий заказчика.

Алгоритм проведения форензика:

- Этап 1. Сбор и изучение документальных источников информации;
- Этап 2. Проведение криминалистического исследования электронных данных;
- Этап 3. Интервьюирование сотрудников организации, представителей компаний-контрагентов;
- Этап 4. Составление отчета о выполненной работе.

Форензик является одним из действенных инструментов, позволяющих существенно минимизировать риски неправомερных или злонамеренных действий, а иногда остается единственным способом разрешения сложившейся неблагоприятной ситуации.

С помощью расследования компания может: разработать компьютерные системы собственной безопасности, получить представление о финансовой деятельности предприятия и доказательства мошенничества, которые могут быть использованы в дальнейшем в суде, получить независимую экспертную оценку документации, а также использовать данные независимой экспертизы в зарубежных судебных спорах, а специалист, осуществляющий расследование, может участвовать в качестве свидетеля-эксперта.

Список цитированных источников

1. Сайт компании Комплайнс Риск Кноуледж [Электронный ресурс]/ Статья «Что такое форензик?» - Режим доступа: <http://compliance-rk.com/uslugi/forensik/> – Дата доступа: 23.12.2015.
2. Сайт аудиторской компании КМПГ [Электронный ресурс]/ Статья «Расследование финансового мошенничества» - Режим доступа: <http://www.kpmg.com/ru/ru/> – Дата доступа: 20.12.2015.
3. Сайт компании PwC в России [Электронный ресурс]/ Статья «Форензик - независимые финансовые расследования» - Режим доступа: <http://www.pwc.ru/ru/forensic-services.html> . – Дата доступа: 05.01.2016.
4. Экспертная компания [Электронный ресурс]: Статья «СОВРЕМЕННЫЙ FORENSIC АУДИТ» - Режим доступа: <http://www.stroiaudit.ru>. – Дата доступа: 22.12.2015.

УДК 338/1:316.42

Чернышева В.Ю.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Важнейшим фактором экономического развития в современной мировой экономике являются инновации. Это обусловлено, прежде всего, тем, что активизация процессов глобализации резко обострили конкуренцию на мировых рынках. Усиливая необходимость и стремление национальных экономик и их

субъектов хозяйствования вырваться вперед, успев при этом захватить долю рынка и спроса на нем, а значит, и прибыли [1].

Для Республики Беларусь, ее открытой экономики, весьма зависимой от внешних рынков и их конъюнктуры, эта проблема становится очень актуальной. На современном этапе важным фактором современной экономики становятся интеллектуальный капитал и инновации. Именно они, оттеснив традиционно привычные факторы известной производственной функции, заняли в ней пьедестал [2].

На 2015 год рост ВВП был запланирован на непривычно низком уровне – всего 0,2 – 0,7 %. При этом реальные располагаемые денежные доходы населения в 2015 году выросли на 1,1-1,5 % к уровню текущего года. Инфляцию снизили до 12 %. Особенного внимания заслуживает соотношение сальдо внешней торговли товарами и услугами к ВВП, которое, в соответствии с прогнозом, составит минус 3,5 - минус 3,3 %.

Именно поэтому необходимы структурные изменения экономики, перевод ее на технологии V и VI укладов, изменение роли, места и доли государства в экономических процессах, реальная мотивация малого и среднего бизнеса, иностранного капитала, креативной части общества. Повышение технологического уклада экономики страны тесно связано с развитием инноваций и внедрением их в производство. Между тем, использование прогрессивных технологий отражается в росте ВВП.

В нашем исследовании мы рассмотрели вклад каждого региона в совокупный продукт на основе развития инноваций. Диагностика экономического развития регионов Республики Беларусь на основе развития инноваций показала, что лидером является г. Минск. В нем сосредоточена пятая часть всех промышленно-производственных фондов. Также одним из наиболее индустриально развитых регионов страны является Гомельская область – на ее долю приходится более 22 % промышленного производства. По объему промышленного производства Витебская область занимает третье место в республиканском разделении труда. В свою очередь, западные регионы республики – Гродненская и Брестская области – отличаются наименьшим уровнем индустриального развития (в регионах производится менее 20 % всей промышленной продукции страны). Поэтому мы решили сконцентрировать свое внимание на технологическом развитии Брестской области.

Разработана статистическая модель расчета величины Валового регионального продукта по Брестской области, базирующаяся на результатах корреляционно-регрессионного анализа, которая позволила выявить зависимость величины ВРП от внутренних затрат на «НИиР» и отражает результат инновационной активности.

На основе данных за 2014 год по Валовому региональному продукту и внутренним затратам на научные исследования и разработки по областям Беларуси (табл. 1) мы рассчитали уравнение регрессии, которое имеет следующий вид (формула 1):

$$\bar{y}_x = 71536,76733 + 0,04218x, \quad (1)$$

где X – затраты на «НИиР»,

У - Валовый региональный продукт.

Таблица 1 – Данные по Валовому региональному продукту и внутренним затратам на научные исследования и разработки по областям Беларуси за 2014 год

| 2014 | ВРП, млрд руб. (Y) | Внутренние затраты на "НИиР", млн руб. (X) |
|---------------------|--------------------|--|
| Брестская область | 75711,9 | 54220 |
| Витебская область | 63429,2 | 131057 |
| Гомельская область | 87602,5 | 317039 |
| Гродненская область | 66916,8 | 29212 |
| г. Минск | 193613,5 | 2945205 |
| Минская область | 117804,5 | 249029 |
| Могилевская область | 56356,1 | 83515 |

При помощи данного уравнения (1) мы хотим спрогнозировать ВРП по Брестской области на 2015 год. Однако для этого нам необходимо значение внутренних затрат НИиР по Брестской области на 2015 год, которое мы определим методом трендовой экстраполяции динамических рядов. В результате чего нами было рассчитано уравнение квадратичного тренда $y(t) = 13015,9 + 2838,5t + 239,7 t^2$, при помощи которого было получено значение внутренних затрат на НИиР по Брестской области на 2015 год (73236,7 млн руб.) и подставлено в рассчитанное ранее уравнение регрессии. Прогнозное значение ВРП составляет 74626,16 млрд руб. В настоящий момент есть официальные ориентировочные данные по Валовому региональному продукту Брестской области за 2015 год. Данный показатель равен 80014,4 млрд руб. Сравнив результат нашего прогнозирования с реальным ВРП, мы пришли к выводу, что наш прогноз оказался достаточно точным и вывод о том, что инновации являются определяющим фактором развития экономики, статистически доказан.

Подводя итог вышеизложенному, следует сказать, что важнейшей причиной стагнации экономики является отсутствие научно обоснованной долгосрочной стратегии развития национального промышленного комплекса. Для решения этой проблемы в качестве ключевой идеи должна быть заложена философия опережающего развития экономики страны. Беларуси необходимо выбрать такой путь развития, который обеспечивал бы переход на технологии V и VI технологических укладов. Для этого в первую очередь необходимо определить приоритетные направления модернизации. Всего выделяют три направления модернизации, связанные с замещением технологического уклада.

1. Широкомасштабное заимствование передовых технологий и методов хозяйствования у более развитых стран. При этом увеличение роста темпов технологического развития страны достигает 7-8 %.

2. Использование собственного научно-технического потенциала вносит вклад в технологическое развитие страны в размере 2-3 %.

3. Интегрированная модель модернизации позволяет увеличить темпы технологического развития до 10-11 % за счет объединения усилий заимствования технологий и развития собственной базы НИОКР.

Мы предлагаем следующие пути решения данной проблемы:

1. Использование интегрированной модели модернизации. Анализ эффективности реализации заимствованного и собственного научно-технического потенциала свидетельствует о том, что их соотношение находится в пропорции «золотого сечения». Распределение доли собственных (0,38) и заимствованных (0,62) технологий в пропорции «золотого сечения» обеспечивает максимальную устойчивость, стабильность, гармоничность и главное – эффективность развития социально-экономических систем и в первую очередь кластерных структур, как наиболее прогрессивных организационных форм производства.

2. Обязательным компонентом стратегии инновационно-технологического прорыва должно выступать расширение подготовки инженерно-технических кадров на основе новейших достижений техники и технологий.

3. Интеграции Беларуси в мировую науку и мировое производство для ускорения процесса формирования основ высокоэффективной экономической системы. Для этого необходимо соблюдение определенных принципов, таких как:

- снижение налоговых вычетов в высокотехнологических сферах;
- радикальное увеличение инвестиций в НИОКР (во все структурные элементы);
- доминирование инвестиций в НИОКР крупных компаний, в первую очередь транснациональных корпораций. Факты говорят о том, что в среднем в мире на долю ТНК приходится более 65 % НИОКР;
- комплексное, взаимоувязанное развитие всех элементов национальной инновационной системы: от исследовательских структур, обеспечивающих появление инновационных идей, до коммерциализации готового продукта и его реализация на рынке;
- формирование национальной инновационной системы на основе глубокого анализа внутренних и внешних факторов инновационного развития, включающей научно обоснованные долговременные приоритеты высокотехнологического развития.

Соблюдение этих принципов позволит, с одной стороны, минимизировать затраты на реализацию стратегии инновационно-технологического прорыва, с другой – выбрать наиболее обоснованные и перспективные направления специализации национальной экономики, основанные на высоких технологиях, имеющих реальную базу и хорошие перспективы развития в стране.

Список цитированных источников

1. Шимов, В.Н. Развитие экономики Беларуси: состояние, проблемы, абрис перспективной трансформации // Белорусский экономический журнал. – 2014. – № 2. – С. 4-15.

2. Проблемы экономики Беларуси и пути их решения: научно-аналитический доклад. – Минск: Национальная академия наук Беларуси: Институт экономики, 2015. – 57 с.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день одной из наиболее значимых является проблема экономического роста стран. Способность экономики к росту зависит от ряда факторов, среди которых привлечение в действующие производства технологий, ноу-хау и капитала стратегических инвесторов. Наукоемкие и высокотехнологичные производства с низкой импортной емкостью могут дать не менее 40 % прироста экспорта, что в свою очередь дает немалый доход государству.

Цель работы: разработка методики оценки действующего технологического уклада, а также анализ инвестиционного и инновационного развития экономики.

Опыт развития мирового хозяйства свидетельствует, что стойкое развитие в долгосрочном периоде зависит не столько от ресурсных возможностей, сколько от качества и направленности факторов развития, то есть их инновационной основы.

Вместе с тем не всякие инновации выполняют данную функцию, т. к. по своему содержанию они подразделяются на две группы: улучшающие и радикальные. Улучшающие направлены на совершенствование отдельных характеристик выпускаемой продукции, используемых технологий, методов работы. Радикальные инновации изменяют способ производства или удовлетворения потребности. Такие инновации в совокупности с соответствующими новыми технологиями, организационно-экономическими нововведениями закладывают основы нового технологического уклада [1].

Предлагаемая методика заключается в следующем:

1. Определение доли составляющих в структуре ВВП.
2. Присвоение структурной составляющей номера уклада.
3. Определение вклада каждой структурной составляющей ВВП в оценку достигнутого уровня технологического уклада.
4. Расчет интегрального уровня технологического уклада, достигнутого страной.

Основной вклад в оценку соответствия структурной составляющей тому или иному укладу вносит анализ по трем факторам, а именно: установление принадлежности технологий ядру определенного технологического уклада, выявление энергетических факторов использования технологий, т. е. первичных источников энергии и двигателей, выявление экономических институтов, обеспечивающих реализацию исследуемых технологий. Предлагаемая методика позволяет отследить динамику и направление изменения интегрального уровня технологического уклада страны, региона, отрасли и т. п.

В Беларуси к традиционным отраслям относятся обрабатывающая промышленность, сельское хозяйство, строительство, торговля, транспорт и связь. На их долю приходится 66,8 % произведенного в стране ВВП и 65,3 % всего занятого в экономике населения [2]. При этом первоочередное внимание следует обратить на обрабатывающую промышленность, удельный вес которой в ВВП очень велик (почти 30 %), а технологическая составляющая базируется преимущественно на технологиях 3 и 4 уклада. Для нас это осо-

бенно важно, поскольку доля обрабатывающей промышленности в нашей экономике существенно превышает аналогичные значения многих стран мира.

Таким образом, в Беларуси за период с 2000 г. номер технологического уклада повысился с 4 до 4,5, что есть неплохой результат, ведь этому способствовал экономический рост в таких отраслях, как сельское хозяйство, строительство, сектор услуг и финансовый сектор. Развитие последних свидетельствует о том, что в Республике Беларусь наблюдаются общемировые тенденции по росту в экономике услуговой направленности. Однако технологии пятого и шестого укладов находятся в достаточно зачаточном состоянии и вся промышленность базируется на третьем и четвертом техноукладах. По данным 2010 г., из 6000 определяющих технологий, используемых в Беларуси, 79% относятся к традиционным, 15,8 % - к новым и лишь 5,2 % - к высоким [2].

За последние 20 лет ВВП неуклонно растет. После падения с 1991 по 1995 гг. ВВП увеличился в среднем на 1% в год. Этот период характеризуется стабилизационной направленностью, снижением темпов инфляции. С 1996 г. идет активный рост в 6 %. В 2000-е года ежегодный рост в среднем составляет около 7 %. В это время проводится структурная трансформация, модернизация экономики, снижение инфляции до уровня экономически развитых стран. В период кризиса 2011-2014 гг. рост ВВП составил только 2 % [2]. Этому экономическому росту способствовали действия по воспроизводству в экономике. Так, ежегодный рост инвестиций в основной капитал составили порядка 50 %, при этом сформировалась инновационная направленность. Рост инвестиций, в свою очередь, на 20 % обусловлен затратами на научные исследования и разработки.

Снижение общего объема инвестиций обусловлено сокращением на 8,4 % капитальных расходов организаций, подчиненных республиканским органам государственного управления, и на 18,8 % капитальных расходов организаций, подчиненных местным исполнительным и распорядительным органам при росте капитальных вложений организаций без ведомственной подчиненности на 2,9 % (таблица 1).

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал в Беларуси в 2000 – 2014 гг.

| Период | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Объемы инвестиций в основной капитал (в фактически действовавших ценах) | | | | | | | | | | | |
| в млрд руб. | 1809,0 | 15095,8 | 20374,1 | 26053,3 | 37202,3 | 43377,6 | 55380,8 | 98664,9 | 154442,4 | 209574,6 | 225658,9 |
| Индексы физического объема инвестиций в основной капитал (в сопоставимых ценах) | | | | | | | | | | | |
| к предыдущему году, в % | 102,1 | 120,0 | 132,2 | 116,2 | 123,5 | 104,7 | 115,8 | 117,9 | 88,3 | 109,3 | 94,2 |

Обязательным условием осуществления инвестиционной деятельности является наличие источников финансирования, за счет которых обеспечивается, в конечном счете, простое и расширенное воспроизводство. Источниками финансирования являются:

– собственные финансовые ресурсы и внутрихозяйственные резервы инвестора (прибыль, амортизационные отчисления, средства, выплачиваемые органами страхования в виде возмещения потерь от аварий, стихийных бедствий и другие средства);

– инвестиционные ассигнования из государственного бюджета, местных бюджетов и внебюджетных фондов;

– денежные средства, централизуемые отраслевыми ведомствами, объединениями (средства централизованных инновационных (внебюджетных) фондов);

– привлеченные финансовые средства инвестора (средства, получаемые от продажи акций, долевые участия в уставных фондах инвесторов);

– средства населения (денежные накопления граждан и юридических лиц);

– иностранные инвестиции;

– заемные финансовые средства инвестора (банковские, бюджетные и иностранные кредиты, облигационные займы и другие средства).

Пока не наблюдается серьезного изменения структуры источников инвестиций: суммарная доля прибыли и амортизационных отчислений в структуре источников финансирования инвестиций в основной капитал существенно ниже, чем в странах с развитой рыночной экономикой (34-44% против 70-80%). Снижается доля инвестиций из средств консолидированного бюджета, при этом увеличивается удельный вес кредитов и займов банков.

Несмотря на наметившуюся тенденцию роста кредитования реального сектора и позитивные изменения показателей деятельности белорусского банковского сектора, уровень развития его ресурсной базы недостаточен для решения задач эффективного финансирования инвестиционной деятельности в стране. Доля кредитов банков в общем объеме источников финансирования инвестиций в основной капитал составила 8,7 %.

Иностранные инвесторы, оценивая в целом белорусский рынок как емкий и перспективный, считают его высокорискованным и занимают осторожную выжидательную позицию в отношении прямых инвестиций. Доля иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал в 2014 г. составила всего 3,7 % [2].

Комплексный анализ формирования источников финансирования инвестиционной деятельности белорусской экономики позволяет сделать следующие выводы:

- Основная доля внутренних затрат на НИиР принадлежит средствам бюджета, наблюдается некоторое снижение, однако определяющее место в финансировании НИиР продолжают занимать средства республиканского бюджета. Противоположная ситуация наблюдается с финансированием технологических инноваций организациями промышленности. Основную долю занимают собственные средства организаций, при этом с 2010 г. наметилась тенденция к увеличению их удельного веса в общем объеме затрат за счет снижения доли кредитов и займов.

- В 2014 году объем средств, инвестированных в основной капитал, составил 213,5 трлн рублей, что в сопоставимых ценах на 8,5 % меньше, чем в 2013 году (при увеличении в 2013 году на 9,3 % по сравнению с 2012 годом). Доля инвестиций в основной капитал в ВВП составила 27,4 % (в 2013 году - 32,3 %).

Список цитированных источников

1. Шимов, В.Н. Развитие экономики Беларуси: состояние, проблемы, абрис перспективной трансформации // Белорусский экономический журнал. – 2014. – № 2. – С. 4-15.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь = Statistical yearbook of the Republic of Belarus: стат. сб. / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь; [редкол.: И.В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск: Минстат РБ, 2015. – 524 с.

УДК 693.22.004.18

Романюк К.И.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В современных условиях развития международной экономической интеграции и активного формирования новых международных связей, а также создания Единого экономического пространства, появилась необходимость исследования экономического потенциала. Проводя анализ последнего, необходимо уделять особое внимание его внешнеэкономической составляющей.

Исследованием сущности и особенностей осуществления внешнеэкономической деятельности занимались как отечественные ученые, так и зарубежные. К наиболее известным из них можно отнести: Портера М., Вальраса Л., Скотта Л., Блудовую С., Мальцева А., Тарасова А. и других. В основном они занимались исследованием экспортного потенциала региона или отдельной частью внешнеэкономической деятельности – внешней торговлей.

Разные ученые по-своему трактуют понятие «экспортный потенциал». Одни считают, что экспортный потенциал – это возможность создавать и производить продукцию высокой конкуренции на экспорт, другие считают, что это максимальная возможность удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных потребителей.

Экспортный потенциал способствует повышению конкурентоспособности товаров и услуг, увеличению объемов производства и продаж, созданию новых рабочих мест, а самое главное – это стимулирует экономический рост страны или региона. В частности А.Б. Борисов считает, что под экспортным потенциалом понимается способность страны экспортировать имеющиеся ресурсы или производимые товары. Составным элементом экономического потенциала является экспортный потенциал, в который также входят производственный, трудовой и научно-технический потенциал.

Каждый автор по-своему трактует определение внешнеэкономического потенциала. Эти различия можно представить в рамках трех подходов. Первые из них – ресурсный и результативный, что касается третьего подхода, то тут разошлись мнения. Одни считают, что это динамический подход, другие, что это резервный подход, третьи предлагают стратегический подход.

Представители ресурсного подхода считают, что «внешнеэкономический потенциал» определяется количеством необходимых ресурсов, они полагают, что это главная составляющая «внешнеэкономического потенциала».

Разумов П.Б. [1] характеризует потенциал, как совокупность ресурсов, которые необходимы для организации, для дальнейшего осуществления экспортной деятельности.

В рамках ресурсного подхода внешнеэкономический потенциал рассматривается как совокупность используемых в производстве продукции ресурсов, средств и предметов производства. При данном подходе анализируется только ресурсная составляющая экономического потенциала и это обоснованно, поскольку для любого предприятия ресурсы – это основа развития экономического потенциала.

В результате взаимодействия всех ресурсов, из которых состоит система, в процессе функционирования начинает действовать эффект целостности, другими словами, образуются новые свойства, которыми не обладает отдельно взятый ресурс.

Подводя итог, можно сделать заключение, что ресурсный подход к определению внешнеэкономического потенциала предполагает способность производить товары, технологии, услуги, которые будут конкурентоспособны на мировом рынке при данном уровне развития ресурсов.

Результативный подход к определению внешнеэкономического потенциала заключается в том, что внешнеэкономический потенциал определяется не количеством и качеством ресурсов, которыми обладает хозяйственное звено, а объемом продукции, которое можно произвести из них с целью последующей поставки на экспорт.

Результат эффективной работы заключается в умелом использовании всего потенциала, которым обладает хозяйственная система. Способность ее развития схожа с понятием «экономический потенциал». Когда субъекту удастся поддерживать, а по возможности и дальше развивать свой экономический потенциал, он получает конкурентное преимущество перед другими.

Динамический подход предполагает не только анализ количества ресурсов, которыми обладает субъект, но и наличие у него качественной системы управления, которые бы обеспечивали эффективное осуществление внешнеэкономической деятельности.

Сторонники стратегического подхода считают, что субъект должен достигать высоких результатов устойчивого развития не только на текущем этапе, но обеспечивать свое долговременное функционирование.

Резервный подход заключается в улучшении производственно-хозяйственной деятельности субъекта. Резервы – это источники средств, которые направлены на повышение эффективности производства и устранение недостатков. Своевременное обнаружение резервов и путей дальнейшего развития, является неотъемлемой задачей при экономическом анализе потенциала.

Существует лишь один недостаток к определению внешнеэкономического потенциала – он при таком подходе не учитывает внешние факторы и условия, которые непосредственно влияют на процесс формирования хозяйствующего субъекта. К внешним факторам можно отнести: современные тенденции развития экономик, процессы глобализации, положение страны в международной торговле и другие.

Общепризнанной и общепринятой методики оценки и универсального показателя, отражающего внешнеэкономический потенциал, на сегодняшний день не имеется.

Для определения уровня внешнеэкономического потенциала некоторые исследователи предлагают использовать количественные показатели, которые можно разделить на несколько групп.

Во-первых, это система статистических показателей. К ним относятся абсолютные и относительные величины. Валовой региональный продукт, внешнеторговый оборот, сальдо внешней торговли – это абсолютные показатели. К относительным можно отнести темпы роста экспорта и импорта, показатели структуры и динамики, коэффициент эластичности экспорта и другие.

Ко второй группе можно отнести показатели, которые характеризуют степень вовлеченности страны в мировые хозяйственные связи. К ним можно отнести: экспортные и импортные квоты, внешнеторговые квоты, внешнеторговый оборот страны.

К третьей группе отнесем индексы, такие как индекс условий торговли, индекс условий торговли по доходам, индекс Баласса и Грубела-Ллойда.

Внешнеэкономический потенциал можно рассматривать с трех позиций. Первая – это национальная, другими словами, макроуровень, характеризует все возможности страны направленные на активизацию внешнеэкономической деятельности. Вторая – региональная или мезоуровень. На данном уровне отображается возможность региона участвовать в торговом сотрудничестве с другими странами. Третья – это деятельность предприятия (микроуровень), дает возможность импортировать свою продукцию в другие страны.

Предложенные выше методические подходы к оценке внешнеэкономического потенциала свидетельствуют о том, что они подвергаются анализу как самостоятельные. В результате имеются отдельные направления анализа, которые требуют взаимоувязки. Определение взаимосвязи между подходами даст возможность разработать комплексный анализ внешнеэкономического потенциала. Комплексный анализ позволит оценить эффективность использования потенциала.

УДК. 330.4:519.86

Черновалов П.А.

Научный руководитель: профессор Павлючук Ю.Н.

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В РАМКАХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

В условиях экономического спада, наблюдаемого в последнее время в странах Евразийского Экономического Содружества (ЕАЭС), возрастает неопределенность положения как отдельных предприятий, так и целых логистических цепей, функционирующих в рамках данного объединения. Производственные предприятия все чаще обращают внимание на функционирование логистических технологий, что позволяет им на условиях аутсорсинга, осуществлять материальное обеспечение производственного процесса, высвобождая излишнюю занятость, снижая издержки производства и повышая конкурентоспособность. Однако повышенный уровень неопределенности своего положения на рынках ЕАЭС вызывает у предприятий определенные трудности при расчетах таких показателей, как *страховой складской запас*, прямо связанный с *прогнозом спроса* на продукцию. Неверное определение этих показателей непосредственно влияет на достигаемые предприятием *уровень платежеспособности и финансовую стабильность*. Целью данной работы является развитие уже существующих методов прогнозирования стра-

хового запаса и спроса на продукцию, а также модификация эконометрической модели Альтмана, в целях совершенствования методов прогнозирования финансового состояния предприятий в системе логистических сетей.

Учитывая изложенные выше замечания, мы считаем, что первоочередной задачей сегодня является совершенствование логистических цепей в рамках Брестского региона. В отличие от глобальных логистических цепей, которые характеризуются высокой финансовой устойчивостью, региональные цепи зачастую включают в себя такие фирмы, финансовое состояние и перспективы устойчивости которых являются неизвестными параметрами, что может привести к потере логистической цепью своей конкурентоспособности или даже ее ликвидации и построению новой. Вместе с тем, региональные логистические цепи более надежны, чем цепи отдельных фирм и дают больший (нежели в отдельных фирмах) экономический эффект. Логистические цепи, формируемые ОАО «Савушкин продукт», являются ярким представителем региональных структур подобного вида, а прогнозирование страхового складского запаса имеет здесь особое значение, так как непосредственно влияет на финансовую устойчивость предприятия. В этой связи именно на примере ОАО «Савушкин продукт» были выполнены работы по совершенствованию методов прогнозирования страхового складского запаса (результаты исследования опубликованы в [5]).

В логистической литературе [1; 2; 4] описано достаточное число методов расчета страхового запаса: выделяют две основные модели (1) для *неопределенного спроса*, и (2) при *неопределенности функционального цикла*. Как правило, для получения более точного значения этого показателя в практической работе предприятия на основе нашего исследования теперь учитывают обе эти неопределенности [5]. Выбрав необходимую модель прогнозирования страхового запаса в процессе исследований на основе данных ОАО «Савушкин продукт», был поставлен вопрос об определении необходимого уровня логистического обслуживания (SL) и установления оптимального размера заказа. Логисты знают, что существует достаточно простая формула расчета уровня обслуживания путем деления числа заказов, которые были удовлетворены, на общее число заказов, но на практике данная формула не отражает реальные процессы хозяйствования. Обычно на предприятиях этот параметр оценивается, так сказать, «на глаз» или на основе некоторых экспертных методов оценки. В целях повышения реалистичности производимых оценок и экспертиз в рамках расчета уровня логистического обслуживания нами была выведена следующая формула:

$$SL = 1 - \left(\frac{\text{затраты на хранение ср. запаса}}{\text{затраты на хранение ср. запаса} + \text{доход от вложения в запасы}} \right), \quad (1)$$

Так как нормативно установленного метода расчета затрат на единицу продукции в ОАО «Савушкин продукт» не существовало, логисты или бухгалтера сами решали вопрос о том, какие статьи затрат включать в затраты на хранение, а какие нет. В этой связи с использованием методов математического моделирования нами был рассчитан и установлен норматив затрат на хранение в размере 9 % от стоимости для каждого исследуемого вида продукции. Дополнительный доход предприятия от вложения этих средств в банк на депозит зависит от ставки рефинансирования Национального Банка.

При расчете оптимального размера заказа в логистической литературе предлагается использовать формулу Уилсона [1;2;4], однако в производст-

венных условиях ОАО «Савушкин продукт» эта формула не позволяет правильно оценить величину заказа. Поэтому в рамках проведенного исследования было решено величину заказа получать на основе ведомости отгрузок продукции. Оптимальный размер заказа в этом случае рассчитан на основе данных об отгрузках за последние шесть месяцев текущего года. В результате совершенствования методов расчета перечисленных показателей процесс прогнозирования страхового запаса приобрел для ОАО «Савушкин продукт» реальные характеристики и позволил обеспечить большую финансовую устойчивость в условиях рыночной неопределенности стран ЕАЭС и рационально подойти к проблеме обеспечения собственными оборотными средствами.

Проблема нехватки оборотных средств не изжила себя и в настоящее время. В целях ее ликвидации коммерческие предприятия получают кредиты в банках, что не всегда желательно, при существующей ставке рефинансирования, а некоторые государственные организации действуют в рамках мягких бюджетных ограничений. Нестабильность финансового состояния сегодня требует от менеджмента предприятий и соответствующих логистических сетей, своевременных мер по выявлению признаков грядущей экономической несостоятельности и преодолению возможного банкротства. В экономической литературе проблемам диагностики финансового состояния предприятий уделяется достаточно внимания. Изучению этих проблем посвящаются все больше теоретических и эмпирических работ. Однако существующие эмпирические работы лишь фиксируют состояние платежеспособности предприятий и не учитывают проблемы логистической деятельности, организации управленческого учета и прогнозирования банкротства. Теоретические работы главным образом посвящены выявлению функций, места и роли антикризисной диагностики в системе экономического анализа менеджмента предприятия, а методология экономического анализа сосредоточивается вокруг толкования значений *коэффициентов ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами*. В настоящей работе мы попытаемся сформулировать усовершенствованный «*универсальный закон*» в виде *линейной многофакторной модели*.

В последнее время возрастает интерес к методике, предложенной американским экономистом *Эдвардом Альтманом*. Этот способ эконометрического анализа позволяет построить многофакторную модель для конкретных условий, которая позволяет разделить предприятия и фирмы на потенциальных банкротов и небанкротов. В российской и белорусской практике предпринимались многочисленные попытки использовать *Z-счет Альтмана* для оценки диагностики платежеспособности и вероятности банкротства, используя компьютерные модели прогнозирования. Однако различия во внешних факторах, оказывающих влияние на функционирование предприятия (степень развития фондового рынка и, главным образом, отсутствие вторичного рынка ценных бумаг, налоговое законодательство, нормативное обеспечение бухгалтерского учета) а, следовательно, на экономические показатели, используемые в модели, искажают вероятностные оценки. Однако процесс реформации экономического пространства стран ЕАЭС находится в постоянном развитии, и методики, подобные *Z - счету Альтмана*, следует разрабатывать и совершенствовать применительно к нашим условиям.

При анализе платежеспособности транспортных фирм Брестской области пришлось столкнуться с необходимостью модификации *Z - счета Альтмана*.

При этом мы полагаем использовать несколько иные трансформации, поскольку применяемый в других моделях математический аппарат имеет ряд недостатков [3, с. 217]. Опишем суть проблемы. Требуется получить модель вида:

$$Z = C_1X_1 + C_2X_2 + \dots + C_pX_p, \quad (2)$$

где X_1, X_2, \dots, X_p – некоторые известные параметры;

C_1, C_2, \dots, C_p – подлежащие определению коэффициенты.

В зависимости от значения Z предприятие считается платежеспособным либо потенциальным банкротом. Особое значение в данной модели имеет уровень коэффициентов при конкретной неизвестной. Мы считаем, что для решения задачи нахождения коэффициентов C_1, C_2, \dots, C_p наиболее оптимальным является *метод главных компонент* [3, с. 7], который позволяет: из всех коэффициентов X_1, X_2, \dots, X_p выбрать те, которые сильнее остальных влияют на результат Z ; получить сам вид модели Z для ее дальнейшего использования, т. е. вычислить значения весовых коэффициентов C_1, C_2, \dots, C_p . Метод главных компонент предполагает нахождение собственных значений и векторов матрицы, но, как известно, задача нахождения собственных значений и векторов матрицы является нетривиальной. Наиболее распространены следующие методы ее решения: степенной метод; метод вращений Якоби; метод бисекции; LR алгоритм; метод Холецкого; QR алгоритм. Данные методы нахождения собственных значений и собственных векторов подробно описаны в различных учебных пособиях [3, с. 41; 3, с. 256]. Демонстрация применения метода главных компонент для построения аналога модели Альтмана на реальных статистических данных осуществлена в исследовании, опубликованном в [6, с. 140]. Данные для исследования получены по некоторым транспортным предприятиям Брестской области (порядка 10). Пусть модель включает следующие параметры: X_1 – оборотный капитал/сумма активов, X_2 – балансовая прибыль/сумма активов, X_3 – операционная прибыль/сумма активов, X_4 – выручка/сумма активов, X_5 – коэффициент текущей ликвидности, X_6 – коэффициент абсолютной ликвидности, X_7 – коэффициент финансовой устойчивости, X_8 – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, X_9 – коэффициент рентабельности активов, X_{10} – коэффициент рентабельности собственного капитала. По выбранным предприятиям за 2012 – 2015 годы имеем некоторые данные (в связи с тем, что приводимые значения являются коммерческой тайной, не будем приводить названия предприятий) [6, с. 140]. В результате исследования данных за 3 года по предприятиям Брестской области была получена следующая модель:

$$Z = 4,73X_1 + 27,9X_2 + 9,25X_3 + 0,16X_4 - 1,51X_5, \quad (3)$$

Для данной модели при помощи описанной методики были определены следующие интервалы: если $Z \geq 2,6$, то предприятие считается платежеспособным; если $Z \leq 1,72$, то предприятие считается неплатежеспособным; если $Z \in (1,72; 2,6)$, то необходимы дальнейшие исследования. Естественно полагать, что модель применима лишь к предприятиям отраслей, смежных с исследованной, поскольку в противном случае получим статистически неверный результат.

Проведенная работа по совершенствованию прогнозирования страхового складского запаса и модификации Z -счета Альтмана – это одна из попыток обогащения имеющегося в распоряжении менеджеров транспортных компаний и управляющих логистическими цепями методического обеспечения, ис-

пользуемого при проведении финансово-экономического анализа транспортных и логистических фирм. Основная причина обращения к данной тематике связана с неудовлетворенностью практикующих менеджеров уже существующими методиками финансового анализа. Поэтому полученные результаты, проверенные на статистических данных и сформулированные в виде программного обеспечения, должны вызвать интерес, по нашему мнению, не только в экономической научной среде, но и у менеджеров-аналитиков различного уровня.

Список цитированных источников

1. Дородников, В.Н. Управление запасами на предприятии: учеб. пособие – Новосибирск.: НГАЭиУ, 2008
2. Лукинский, В.С. Модели и методы теории логистики: 2-е издание. – СПб.: Питер, 2008.
3. Метод главных компонент: методические указания / Под ред. Л.А. Мишина; Саратовский государственный технический университет, 2001. – 20 с.
4. Склад и логистика / А.В. Черновалов [и др.]; под ред. А.В. Черновалова. – Минск: Из-во Гревцова, 2009. - 360 с.
5. Черновалов, П.А. Приемы совершенствования прогнозирования страхового запаса // Вычислительные методы, модели и образовательные технологии: материалы Международной научно-практической конференции. – Брест: Изд-во БрГУ им. А.С. Пушкина. 2015, с. 157-160
6. Черновалов, П.А. Развитие методов прогнозирования неплатежеспособности фирм в рамках логистических сетей на примере Брестской области // Вестник Брестского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2016. – № 1, – С.140-148.

УДК 65.011.8

Черняк М.С.

Научный руководитель: доцент Козинец М.Т.

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Современное состояние экономики Республики Беларусь и наличие большого количества неразрешенных проблем показали низкую эффективность принятых управленческих решений. Ввиду сложившихся условий предприятия ежедневно сталкиваются с трудностями в ведении своей деятельности, подвергаются рискам и угрозам. Так как в последнее время становится все сложнее оставаться конкурентоспособными не только на внешних рынках, но и на внутреннем в связи с сокращением спроса из-за снижения доходов населения, то видится целесообразным рассмотреть варианты выходов из непростых для предприятий ситуаций. В обобщенном виде для любого предприятия или организации управление рисками будет заключаться в процессах выявления, анализа и реагирования на риски, которые представляют собой угрозу прибыли, имуществу или репутации. Предполагается, что частично разрешить эти вопросы поможет использование принципов риск-менеджмента при принятии управленческих решений.

В определении предпринимательской деятельности отмечается, что осуществляется она с целью получения прибыли или дохода и на свой риск. Таким образом, предпринимательство и риск неразрывны между собой, поскольку

ку изначально невозможно абсолютно точно предугадать, как будут развиваться события. Данное явление хорошо отражает известная фраза «кто не рискует, тот не пьет шампанского», вошедшая в речевой оборот с легкой подачи европейских автогонщиков, ради победы и сопутствующих привилегий рискующих собственной жизнью. Однако в действительности случается, что некоторые рискованные проекты, предполагавшие большую прибыль, заканчиваются для предприятий полным крахом. Поэтому во избежание катастрофических для предприятия последствий необходимо перед принятием решения грамотно оценить ситуацию, имеющиеся риски и вероятности их возникновения.

В зарубежной практике управление риском уже вошло в ряд обязательных для устойчивого развития элементов управления. К сожалению, в Республике Беларусь лишь некоторые предприятия имеют в своей структуре отдел управления рисками: данная деятельность, в основном, характерна у нас для банковской сферы. Поэтому видится целесообразным предложение о внедрении данного вида управленческой деятельности белорусским компаниям.

Предприятия так или иначе периодически сталкиваются с непростыми ситуациями в ходе своей деятельности, однако руководство само выбирает способ реагирования на них: реактивный или проактивный. Первый предполагает принятие решений после совершения какого-то неблагоприятного события, второй – его предупреждение. Недаром врачи говорят, что лучшее лечение – это профилактика, поэтому далее будут рассмотрены предупредительные меры по отношению к рискованным событиям.

В общем смысле риском является неопределенное внешнее или внутреннее событие, влияющее на достижение целей компании. Каждый риск имеет понятные причины и последствия и выражается через ущерб или вероятность [1,2]. Понятие риска неразрывно связано с понятием неопределенности, а иногда возможно рассмотрения этих терминов как синонимов. Под неопределенностью необходимо понимать неполноту или недостаточную ясность информации о какой-либо деятельности или ее результатах, неполное знание о чем-либо. Неопределенность объективно присуща любой финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта. В связи с близким смысловым значением данных понятий некоторые авторы разграничивают их по объему информации об исследуемом объекте или ситуации. Один из основоположников теории рисков, экономист Ф. Найт полагал, что термин риск необходимо использовать в тех случаях, когда известно распределение случайной величины, с помощью которой моделируют рисковую ситуацию. То есть, если возможно количественно и качественно определить степень вероятности того или иного события, то говорить следует о риске, если нет – о неопределенности [3].

Целью риск-менеджмента не является полное избежание риска, как это может показаться на первый взгляд. Истинно верным результатом будет принятие взвешенного решения, адаптированного под конкретную ситуацию. В одном случае целесообразно будет полностью отказаться от риска, в другом, наоборот, рискнуть, и даже в большем объеме, чем предполагалось ранее.

Преимущество управления рисками заключается не только в более осмысленном и цельном управлении деятельностью предприятия, но и в положительном отношении со стороны банков, страховых компаний, иностранных инвесторов, контрагентов и других субъектов хозяйственных отношений. Также управление рисками помогает трезво и глубже оценить ситуацию в компа-

нии. Так как риску подвержены все элементы управления на предприятии, то и подход к его управлению должен носить системный характер, который в обобщенном виде заключается в следующих этапах и элементах:

1. Выявление рисков.
2. Анализ и приоритизация.
3. Реагирование.
4. Мониторинг и пересмотр.
5. Культура управления рисками.

Первым этапом в системе управления рисками является **выявление рисков**. Необходимо понимать, что препятствием на этом шаге могут стать различные ментальные ловушки, возникающие в процессе принятия решений. Во-первых, на выявление рисков влияет сама личность руководителя, его опыт, образование, привычки. Некоторые риски могут остаться вовсе незамеченными и помещенными в «серую зону», поэтому оценкой рисков должен заниматься не один человек, а весь коллектив с установленной долей ответственности. Также из-за чрезмерного оптимизма возможна переоценка возможностей и недооценка угроз, времени, бюджета. Возможна и немного другая ситуация: иллюзия контроля, когда свои риски не замечаются, а чужие переоцениваются. Это происходит из-за убеждения, что меньше подвержено риску то, что находится под нашим контролем. Также руководители могут недооценивать риски, обещающие большую выгоду, или вообще ищут только те факты, которые подтверждают существующую позицию и видение ситуации, не уделяя должного внимания попыткам их опровергнуть. Незрелость риск-менеджмента в управлении предприятием подтверждает отрицание необходимости развития компетенций по управлению рисками среди сотрудников. Существует опасная тенденция убеждать себя и других в том, что уже принятое решение было верным, несмотря на новые результаты.

Выявление и проработка рисков должна происходить во всех отделах организации, так как общение с коллегами позволяет выявить риски, касающиеся специфики каждого отдела. Для получения данных о рисках могут использоваться опросники, групповые семинары или интервью. Собранная информация должна быть задокументирована и сведена в реестр рисков.

Следующим этапом в оценке рисков является **приоритизация** – анализ для определения наиболее критичных рисков с точки зрения вероятности и ущерба. Приоритизация рисков позволяет сузить диапазон и выделить узкий спектр потенциальных рисков, на которых руководству необходимо фокусироваться. Для определения уровня рисков необходимо установить размер потенциального ущерба, который может измеряться не только в денежном выражении, но и с точки зрения ухудшения репутации компании. Вероятность наступления ущерба – вероятность риска зависит от истории реализации риска в прошлом, уровня неопределенности и сложности процессов.

Для каждого риска определяется **категория ущерба**:

1. **Высокий** – реализация риска может привести к существенному снижению стоимости компании, существенным незапланированным дополнительным расходам или репутационному ущербу компании (некоторое количество негативных публикаций в СМИ).

2. **Средний** – реализация риска может привести к среднему снижению стоимости компании, несущественному репутационному ущербу, однако не потребовать существенных дополнительных расходов со стороны компании.

3. **Низкий** – реализация рисков в данной категории может привести к незначительному снижению стоимости компании.

Также определяется вероятность наступления такого ущерба:

1. **Высокая** – риск уже неоднократно реализовывался в прошлом (Х количество раз за последний год), есть высокая степень неопределенности относительно вероятности реализации риска или внутренние/внешние предпосылки, указывающие на то, что риск, скорее всего, реализуется в течение следующего года

2. **Средняя** – риск, вероятно, реализуется в течение года; в прошлом реализовывался не чаще 1 раза в год.

3. **Низкая** – низкая вероятность, что риск реализуется в течение года; за последние 2-3 года не реализовывался.

На основании критериев оценки формируется карта рисков, которая позволяет представить общую картину руководству компании, предварительно расставив приоритеты для распределения ресурсов для управления рисками и распределить ответственность за риски среди руководителей.

Реагирование на риски – разработка и внедрение мероприятий или изменений, которые могут исключить либо снизить уровень риска. Для мероприятий, разработанных на этапе управления рисками, необходимо определить предварительные сроки внедрения и согласовать ответственных, выделить дополнительные ресурсы для реагирования риска в случае необходимости. Выбор способа управления риском должно быть экономически обосновано.

К способам минимизации риска относят:

1. **Избежание риска** – выбор альтернативного варианта с наименьшим уровнем риска, отказ от реализации проекта или выхода на новый рынок.

2. **Перенос (перераспределение) риска** – передача риска другой стороне, например, перераспределение финансовых рисков путем заключения договоров страхования, хеджирования, аутсорсинга, позволяющая уменьшить негативное влияние на достижение целей компании. При этом необходимо учитывать, что репутационный риск не всегда возможно перенести.

3. **Снижение риска** – воздействие на риск путем снижения вероятности реализации риска. К примеру, это может проявляться в предупредительных мерах, принимаемых на ранних стадиях создания проекта, которые позволят снизить негативные последствия в случае реализации риска в будущем (проведение проверок проектов, контроль поставок товара и др.).

4. **Принятие риска** – компания допускает возможное наступление неблагоприятных последствий риска с определением конкретных источников покрытия ущерба от таких последствий.

Так как риски компании не статичны, мониторинг выявленных рисков проекта является важным элементом управления рисками. **Мониторинг рисков** – это непрерывное наблюдение и периодический пересмотр рисков проекта с целью корректировки их оценок, выявления новых рисков и отслеживания статуса мероприятий по снижению рисков.

Мониторингу должны быть подвергнуты:

1. Сделанные оценки вероятности риска.

2. Ожидаемая величина риска.

3. Составленные планы управления рисками и имеющиеся ресурсы для управления рисками.

4. Прочие факторы, способные повлиять на значимость рисков.

Периодически необходим пересмотр оценок рисков и мероприятий, который позволяет ответить на вопросы, насколько оценка риска остается актуальной, насколько эффективны оказались мероприятия, не наблюдается ли новых угроз.

В организации необходимо поддерживать высокий уровень **культуры управления рисками**, которая бы способствовала выявлению, оценке и снижению рисков, а также открытой коммуникации о рисках. Этому может препятствовать отсутствие поддержки на уровне руководства, а также страх сотрудников открыто обсуждать информацию о рисках, нежелание брать ответственность за конкретные риски на себя. Еще одним препятствием на пути достижения высокой культуры управления рисками может быть восприятие управления рисками как слишком сложного побочного процесса.

Для преодоления данных барьеров и развития культуры управления рисками внутри компании необходимо определять ответственных в компании за основные виды рисков, включить компетенции по управлению рисками в индивидуальные планы развития сотрудников. Сами процессы управления рисками и принятия решения должны быть связаны, создана система поощрения и премирования сотрудников, которые открыто выявляют и предотвращают риски до их наступления.

Существуют золотые правила управления рисками:

1. Управление рисками – ответственность каждого сотрудника в компании.
2. Цель управления рисками – не полное устранение рисков, а их своевременное выявление и выбор правильного способа управления для достижения стратегических целей компании.
3. Управление рисками – это на 10% процесс и на 90% культура.
4. Предпринимательство – не существует бизнеса без рисков, существуют организации, которые игнорируют свои риски.
5. Невозможно предугадать все риски, компания должна быть готова к неопределенности [4].

Исходя из вышесказанного, управление рисками – это не только полезный, но и необходимый элемент менеджмента предприятия, позволяющий дать реальную оценку существующей ситуации. Понятие риска неразрывно связано с предпринимательством, ведь оно предполагает осуществление деятельности от своего имени и на свой риск, а функционирование предприятия в рыночной хозяйственной среде осуществляется в условиях неполноты информации и неопределенности протекания экономических процессов. Очевидно, что при принятии управленческих решений необходимо учитывать существующие риски, а сам процесс требует соответствующих специальных знаний и навыков. Тем не менее, наличие рисков при ведении деятельности предполагает не только опасность, но также и возможность получения прибыли и других выгод для предприятия.

Список цитированных источников

1. Балдин, К.В. Риск-менеджмент: учебное пособие / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – М.: Гардарики, 2005. – 285 с.
2. Балабанов, И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 192 с.
3. Управление рисками/Коллектив авторов НОМ // Курс лекций –Москва, 2011. – 142 с.
4. Курс «Управление рисками для предпринимателей»//Сайт Национального Открытого Университета «ИНТУИТ». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/4456/715/info> . – Дата доступа 04.03.2016.

УЛОВКИ ПРОДАВЦОВ: ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Целью настоящей работы является изучение и анализ уловок продавцов с эмоциональной стороны восприятия их покупателями.

Эмоциональная восприимчивость – фундаментальная характеристика стереотипа эмоционального поведения, свойственного человеку.

Каждый человек чаще всего демонстрирует конкретную, обусловленную природой, здоровьем и воспитанием удобную и привычную для себя форму эмоциональной восприимчивости: эмоциональную отзывчивость, эмоциональную ригидность, эмоциональную сопротивляемость.

Эмоциональным считают также необдуманное импульсивное поведение, когда человек не задумывается о возможности неприятных последствий. В 95 % случаев человек принимает решение, не включая мышление, то есть на подсознательном уровне — это простые каждодневные поступки: поход за продуктами, заказ ланча. Это связано с тем, что каждый раз нагружать мозг анализом ради таких мелочей физически невозможно.

Воспользовавшись эмоциональным восприятием людей, продавцы употребляют множество хитростей:

1. Контакт на основе интересов покупателя.

Бывает, начитавшиеся Дэйла Карнеги продавцы предполагают, что, начав беседу с предмета, близкого и интересного покупателю, они легче и быстрее наладят с ними контакт. Такой продавец, если узнает, откуда вы родом, непременно сообщит — разумеется, с удивлением — что он (или его жена) родились там же; если он увидит в ваших руках спортивный журнал, обязательно скажет, что сегодня вечером собирается посетить футбольный матч. И действительно, психологи установили, что люди охотнее совершают покупки, когда продавцы имеют те же религиозные и политические взгляды, курят тот же сорт сигарет и относятся к той же возрастной группе, что и покупатели. Нам всегда нравятся люди, похожие на нас или в чем-то близкие нам.

2. Нарушение психологического равновесия.

Впрочем, иногда продавцы используют противоположную тактику. Ее цель — не вызвать у покупателя симпатию к своей особе, а наоборот, немного «раздраконить» клиента, задеть его самолюбие. Например, продавец, видя в человеке борющиеся начала, не товар начинает расхваливать, а наносит удар по самолюбию человека: «Это для состоятельных людей», «Этот товар для настоящих ценителей». И уязвленный покупатель зачастую выкладывает последние деньги, чтобы поддержать репутацию человека небедного. А хитрый продавец только посмеивается себе в уголке.

3. Вместить все или большая тележка = большие траты.

Прямо около входа в гипермаркеты всегда "припаркованы" огромные тележки на колесиках. На первый взгляд, все сделано для удобства покупателей — катить тележку гораздо легче, чем нести покупки к кассе в руках. Однако и здесь есть своя хитрость. С психологической точки зрения пустое пространство тележки вызывает внутренний дискомфорт и вполне объяснимое желание поскорее его (пространство) заполнить. Именно на это и рассчитывают владельцы магазинов: придя за пакетом молока и буханкой хлеба, покупатель в

результате "набивает" тележку дополнительным товаром, покупку которого он не планировал.

4. Кривые зеркала.

Огромные зеркала в магазинах готовой одежды повешены не только и не столько для удобства покупателей. Тонкий расчет владельцев магазина вновь основывается на психологической особенности большинства людей: проходя мимо зеркала, они не могут устоять перед искушением бросить взгляд на собственное отражение. Разумеется, нет такого человека, который на 100 % был бы доволен своим внешним видом. Решение приходит мгновенно - нужно срочно купить что-то привлекательное! И взгляд тут же падает на стройные ряды аккуратно развешенной одежды... Играя на неуверенности в себе, владельцы магазинов одежды манипулируют посетителями, заставляя их совершать покупки, на которые они не рассчитывали. Особенно хорошо эта стратегия работает, если то, что на вас надето в данный момент, выглядит менее привлекательно, чем вот та красивая штучка на вешалке.

5. Через тернии к сыру.

Самые обычные и наиболее востребованные продукты - молоко, хлеб, сыр - магазины часто располагают в самом дальнем углу помещения. Расчет прост: эти товары нужны практически всем, а стоят недорого, поэтому их убирают подальше, заставляя покупателей, проходящих мимо стройных рядов других товаров по пути к обычному сыру, совершить еще несколько ненужных покупок.

Гиганты типа Ikea довели эту идею до совершенства. Планировка помещений выполнена таким образом, что по пути к кассам покупателям волею-неволей придется обойти весь магазин и заглянуть в каждый отдел. И, разумеется, наткнуться на все стенды с недорогими мелочами: игрушками, гелями для душа и кухонными полотенцами. Таким образом, шансы на совершение импульсивной и ненужной покупки увеличиваются многократно.

6. Блестящая покупка.

Магазины частенько привлекают внимание детей к товарам, выкладывая в зоне видимости предметы в яркой, цветной, блестящей упаковке. Дети, привлеченные красивой упаковкой, обязательно обратят внимание родителей на товар, а там уже и до импульсивной покупки недалеко.

Исследования в области упаковки показывают, что, приходя в магазин, человек не думает об упаковке, но в первую очередь обращает внимание на неё. Упаковки воздействуют на людей так, что сознание этого не воспринимает. И эта способность — минуя разум, притуплять бдительность потребителя и является её главной силой.

7. Финишная кривая.

Счастливо увернувшись от всех соблазнов, обойдя подводные камни шопинга и стоя около кассы, не спешите расслабляться! Пока вы стоите в длинной очереди, вам становится скучно, а вокруг журналы, батарейки, резинки для волос, мини-кремы, носки и все то, что вы не отказались бы приобрести по такой привлекательной и низкой цене. Или все-таки отказались бы, если бы обнаружили их в глубине магазина? Очень часто на кассе нарочно выставляется мелкий и яркий товар, чтобы банально привлечь ваше внимание и развеять скуку. С одной стороны, стойки с таким товаром удобны, а с другой - часто ввергают нас в ненужные траты. Дело в том, что цена товара на кассе может немного отличаться от цены товара в зале - в более выгодную для магазина пользу. А проверить уже нет времени.

8. Свет в конце кармана.

Почему на некоторых вещах ценники специально делают заметными изда- лека, а на некоторых их приходится отыскивать в глубине кармана? – Знайте, что продавцы своего идеального покупателя видят так: первым делом он смотрит на манекен, на котором вывешены дорогие вещи, а затем делает вы- вод, что ему нравится что-то в таком духе и сразу же попадаетея на табличку «Джемперы за 999900 рублей», а в конце концов приобретает и вещь по спе- циальной акции, и вещь, которая в самом начале его так привлекла.

9) Сила лести.

Этот трюк действует безотказно именно на женщин, и вы наверняка лови- лись на него. Главная уловка продавцов в этом случае – войти в вами в кон- такт, завести разговор и заручиться доверием, а дальше вы уже будете на- столько польщены вниманием и вежливым (а в случае с косметикой еще и приятным) обращением, что с удовольствием поверите, что крем волшебнo увлажняет кожу, а БЛУЗКА чудесно подходит под цвет ваших глаз.

10. Расстановка сил на прилавке.

Вам наверняка известно, что в продуктовых магазинах тот товар, который нужно продать в первую очередь, размещают на уровне глаз, а недорогой и часто более качественный «прячут» на самой нижней полке. С одеждой у продавцов есть свои уловки: покупатели всегда охотнее движутся не к полкам, а к вешалкам и манекенам, поэтому самые привлекательные и цветные вещи размещаются именно там. Темные вещи и вещи базового гардероба отправ- ляются на нижние полки. Вот таким образом мы приходим в магазин за белой футболкой, а уходим вместе с ней и с сарафаном в цветочек.

11. Создай настроение, и люди к тебе потянутся.

И, наконец, заключительный трюк продавцов – самый проникновенный. Вы когда-нибудь задумывались о том, какую роль в покупке играют интерьер ма- газина, аромат и музыка? А специалисты по маркетингу уже все подсчитали: приятный аромат в магазине, бодрая музыка и праздничный рождественский интерьер, в котором вы чувствуете себя как в фильме про Санта-Клауса, чу- десным образом увеличивают объем продаж на 15 %.

С помощью музыки можно создать у посетителя магазина определенное настроение, "провоцирующее" покупку. Музыка помогает продавать товар и регулировать поток покупателей. Задача музыки - служить фоном и создавать благоприятную для совершения покупок обстановку. Считается, что благода- ря умелому подбору мелодий покупатели задерживаются в магазине дольше, охотнее покупают товары.

Специалисты по продажам с каждым днем придумывают все новые торго- вые авантюры. Перечислить все уловки продавцов и приемы нечестной тор- говли невозможно, но оградить себя от таких ситуаций можно всегда, при по- мощи внимательности и здравого смысла.

Список цитированных источников

1. Воздействие музыки на покупательные способности человека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.zvukomaniya.ru – Дата доступа: 23.03.2016.

2. Мерчандайзинг: обслуживание покупателей в торговом зале. [Электронный ре- сурс]. – Режим доступа: www.psyfactor.org – Дата доступа: 23.03.2016.

3. Уловки опытных продавцов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.new-management.info – Дата доступа: 24.03.2016.

ТИМБИЛДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Человек был и остается основным ресурсом любого бизнеса. Использовать этот ресурс максимально эффективно – задача каждого руководителя.

Для принятия решения о формировании корпоративного культурного пространства рекомендуется использовать тимбилдинг.

Тимбилдинг (англ. team building – построение команды) – это комплекс мероприятий, направленных на повышение результативности работы коллектива.

Можно выделить следующие основные цели тимбилдинга:

- 1) формирование навыков успешного взаимодействия сотрудников в различных ситуациях;
- 2) переход от состояния конкуренции к сотрудничеству;
- 3) повышение уровня личной ответственности за общий результат;
- 4) возможность реализации личностного и командного потенциала участников;
- 5) приверженность к корпоративной культуре и ценностям компании;
- 6) повышение мотивации персонала и корпоративного имиджа;
- 7) укрепление доверия к членам команды и к компании в целом;
- 8) эмоциональное и эстетическое удовольствие от результатов совместной деятельности.

В ходе исследования, проведенного автором данной научно-исследовательской работы, на основании собранной вторичной информации была разработана следующая классификация тимбилдинга (см. табл. 1).

Таблица 1 – Классификация тимбилдинга

| Классификационный признак | Виды тимбилдинга |
|--|---|
| 1. Особенности взаимодействия участников | 1.1 Спортивный тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • легкий; • экстремальный. 1.2 Интеллектуальный тимбилдинг 1.3 Творческий тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • музыкальный; • танцевальный; • театральный; • вокальный; • кинематографический; • «hand made»; • кулинарный. 1.4 Смешанный тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • инженерный; • исторический; • этнический. |
| 2. Место проведения | 2.1 Закрытый тимбилдинг 2.2 Открытый тимбилдинг |
| 3. Характер решаемых задач | 3.1 Тимбилдинг с решением бизнес-задач 3.2 Тимбилдинг с решением социальных задач |
| 4. Охват аудитории | 4.1 Массовый тимбилдинг 4.2 Селективный тимбилдинг |
| 5. Частота проведения | 5.1 Разовый тимбилдинг 5.2 Систематический тимбилдинг |

Рассмотрим более подробно каждый вид тимбилдинга, указанный в таблице.

В зависимости от *особенности взаимодействия участников* можно выделить следующие виды тимбилдинга.

Спортивный тимбилдинг направлен на физическую активность участников, поэтому более подходит для коллектива, состоящего преимущественно из молодежи. Он может быть легким или экстремальным.

Легкий тимбилдинг – это активные мероприятия, в которых отлично сочетается отдых и командная работа. Представляет собой популярные командные игры, модифицированные под конкретную команду (волейбол, баскетбол и др.). Это могут быть также различные командные мероприятия с дистанциями типа «веревочного тренинга», «поиска сокровищ». Одним из интересных примеров легкого тимбилдинга является «Корпоративный кёрлинг» (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Пример легкого тимбилдинга – «Корпоративный кёрлинг»

Экстремальный тимбилдинг требует уже более серьезной физической и психологической подготовки. Основная идея – это поместить группу людей в нестандартные тяжелые условия, в которых только при четком взаимодействии друг с другом возможно достижение результата. Это могут быть прыжки с парашютом, сплав по реке на плотках, подъем в горы и многое другое. Однако данный вид, как правило, требует немалых финансовых вложений.

Интеллектуальный тимбилдинг направлен на интеллектуальную активность участников. Он не требует каких-либо физических усилий или специальных навыков. Это достаточно спокойные мероприятия. Такие виды тимбилдинга проводят на базе как готовых интеллектуальных игр, так и придумываемые различные сценарии, ставящие участникам сложные логические задачи. Эти задачи можно решить только путем коллективного обсуждения, концентрации и собранности. Самым ярким примером будет тимбилдинг, основанный на всем известной игре «Что? Где? Когда?».

Творческий тимбилдинг – это различные творческие мероприятия, направленные на формирование команды путем выполнения творческих заданий. Данный вид благоприятно влияет на психологический климат в команде, эффективно сплачивает сотрудников.

Можно выделить следующие разновидности творческого тимбилдинга.

Музыкальный тимбилдинг. За основу берется исполнение музыки. Может проводиться в самых различных жанрах с использованием любых инструментов. Итог музыкального тимбилдинга – команда становится своего рода оркестром, сплоченным и понимающим друг друга. Так, например, одна из школ этнических барабанов организывает тимбилдинг «Барабанный круг».

Танцевальный тимбилдинг. Этот вид используется для лучшего понимания партнера, отработки ведущих и ведомых ролей, сплочения команды на эмоциональном уровне. Могут использоваться самые различные танцевальные направления – от вальса до хип-хопа.

Вокальный тимбилдинг – основной задачей участников является пение. Как самый яркий пример можно рассмотреть караоке. Отдельные агентства предлагают окунуться участникам в атмосферу Евровидения, где имеются свои солисты и группы поддержки. Разворачивается настоящая борьба. В конце выбирается команда - победитель.

Театральный тимбилдинг. Сущность его заключается в том, что под руководством режиссера сотрудники ставят спектакль. Раздаются роли, подбираются костюмы, необходимые декорации. Его премьера может проходить, например, на вечеринке.

Кинематографический тимбилдинг. Данный вид предполагает создание фильма, героями которого будут сами сотрудники. Могут использоваться уже существующие сценарии либо написанные работниками самого предприятия.

«Hand Made» тимбилдинг («сделано своими руками») – это создание сотрудниками предприятия чего-то нового совместными усилиями. Возможна масса вариантов: пошив одежды, резьба по дереву, гончарное дело, изготовление сувениров и т. д.

Кулинарный тимбилдинг предполагает использование кулинарного искусства как основы для командной деятельности. Коллектив делится на команды, после чего каждая может выбрать страну или народ, чьи блюда будет готовить. Далее распределяются роли, и начинается интересный и яркий процесс готовки.

Смешанный – это тимбилдинг, который может содержать элементы творческого, интеллектуального или спортивного. В настоящее время это наиболее распространенный вид командообразования, т. к. он требует проявления не только физической силы и ловкости, но и креативности, интеллектуальных способностей.

Разновидностями смешанного тимбилдинга могут быть следующие.

Инженерный тимбилдинг совмещает в себе элементы творческого, интеллектуального и спортивного тимбилдинга с элементами конструирования. Основная идея – это создание совместными усилиями какого-либо объекта. Такое мероприятие наиболее подойдет для сотрудников технических специальностей.

Пример: сотрудникам одной из компаний была поставлена задача разработать концепцию и создать автомобиль всего за 2 часа, а в дальнейшем принять участие в ралли на изготовленных ими же автомобилях (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Пример инженерного тимбилдинга - «Крутой тюнинг»

Исторический тимбилдинг – это игры, в которых восстанавливаются определенные исторические события. Это могут быть как театральные постановки, так и ряд определенных тематических заданий, викторин, конкурсов. Отличительной чертой исторического тимбилдинга является использование атрибутики определенного времени.

Этнический тимбилдинг – это командообразующие мероприятия, в которых воссоздается атмосфера определенного этноса. Начиная от одежды и обуви, заканчивая традициями. Данный вид тимбилдинга – это отличный способ дать возможность сотрудникам более тесно познакомиться с культурой, укладом жизни, обычаями различных народов, не покидая пределы страны.

В зависимости от места проведения следует определить такие виды тимбилдинга, как:

- **закрытый** тимбилдинг, он проводится в помещении, например, в спортивном зале, кафе, офисном помещении и др. Преимуществом закрытого тимбилдинга является возможность легко применять новейшие технологии, отсутствие воздействия погодных условий. В большинстве случаев закрытый тимбилдинг более бюджетный, чем открытый;

- **открытый** тимбилдинг проводится на природе: в лесу, на берегу реки или моря, в горах и т. д. Его основным преимуществом являются не ограниченные площади, а как следствие, большие возможности организовать яркое пышное мероприятие, не ограничиваясь количеством человек. При проведении открытого тимбилдинга сотрудникам будет проще войти в курс вне стен офиса.

Относительно характера решаемых задач можно выделить такие виды тимбилдинга, как:

- **тимбилдинг с решением бизнес-задач** – это мероприятия, где в рамках тимбилдинга ставятся еще и реальные бизнес-задачи предприятия. Для проведения коммерческого тимбилдинга рекомендуется работа двух бизнес-тренеров. Первый – профессионал в командообразовании, второй – в области решаемой задачи. Тренеры корректируют распределение ролей, подходы к решению проблем, распределение ответственности, не выпуская из вида саму задачу;

- **тимбилдинг с решением социальных задач.** Такой вид тимбилдинга основан на социально-значимых задачах, т. е. происходит работа над созданием эффективной команды одновременно с предоставлением безвозмездной помощи обществу. Основная особенность этого вида тимбилдинга – морально-эстетическая сторона. Это могут быть самые различные мероприятия, такие как: озеленение городов, благоустройство детских домов, приютов, больниц, строительство храмов и т. д. Социальный тимбилдинг, как правило, не требует больших финансовых вложений и способствует формированию положительного имиджа компании.

Рассматривая такой признак классификации, как *охват целевой аудитории*, можно выявить:

- **массовый** (всеохватывающий) тимбилдинг, в нем принимают участие сотрудники всех структурных подразделений организации, начиная от высшего звена – начальства, заканчивая обычными рядовыми работниками предприятия;

- **селективный** (выборочный) тимбилдинг. организовывается не для всей организации, а лишь для какой-то ее части (филиала, отдела, цеха и т. д.). Если необходима «встряска» для конкретного подразделения, от которого зависит дальнейшее развитие бизнеса, то рациональным будет выбор селективного тимбилдинга.

По частоте проведения тимбилдинг может быть следующих видов:

- **разовый** тимбилдинг – это процесс командообразования, осуществляемый в течение одного мероприятия. Разовый тимбилдинг не повлечет мгновенного рождения идеальной команды, но встряхнет коллектив, даст возможность получить массу незабываемых эмоций, повысить уровень доверия друг к другу, проявить себя по-новому, взглянуть с другой стороны на своих коллег и, как следствие, повысить эффективность труда работников;

- **систематический** тимбилдинг – это ряд мероприятий, проводимых последовательно. На каждом этапе осуществляется работа над проблемами коллектива. Ставится ряд тактических задач, вследствие решения которых совершенствуется работа команды.

В результате проведенного тимбилдинга сотрудники приобретают такие качества, как умение быстро развиваться, обмениваться опытом, быстро реагировать на смену бизнес-среды, применять накопленный опыт в новых условиях, появляются патриотические чувства к компании. Также из положительных моментов следует отметить снижение текучести кадров и укрепление имиджа компании.

Список цитированных источников

1. Исхакова, М. Тимбилдинг: раскрытие ресурсов организации и личности. - СПб.: Речь, 2010.
2. Сартан, Г.Н. Тренинг командообразования СПб.: Речь, 2005.
3. Зинкевич-Евстигнеева, Т. Технология создания команды / Т. Зинкевич-Евстигнеева, Д. Фролов, Т. Грабенко. – СПб: Речь, 2004.
4. <http://www.dengodel.com/management/22-chto-takoe-timbuilding>
5. <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/Командообразование>
6. <http://www.goodtime.by>
7. <http://www.belsoft.by>

УДК 339.187.658.8

Макаревич А.В.

Научный руководитель: доцент Надеина Н.Г.

УЛОВКИ ПРОДАВЦОВ: РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Целью настоящей работы является изучение и анализ уловок продавцов при рациональном поведении покупателей.

Последнее время в психологии торговли наблюдается явный перекося — внимание уделяется преимущественно технологиям продаж. Причем технологиям откровенно манипулятивным, главная задача которых — не столько продать, сколько навязать товар покупателю. Покупательские привычки изучаются буквально под микроскопом, и все для того, чтобы убедить покупателей уйти из магазина с товаром, который они совершенно не собирались покупать.

По мнению американского экономиста П. Хейне, сделать выбор - означает остановиться на наилучшем из имеющихся вариантов исходя из сравнительной оценки ожидаемых выгод и издержек. В рамках данной концепции индивиды принимают только те действия, которые, по их мнению, принесут им наибольшую чистую пользу (т. е. пользу за вычетом затрат). Чем серьезнее экономические обоснования выбора, тем больше вероятность того, что он будет рациональным.

Что понимать под рациональным поведением человека? Это поведение, осуществляемое в согласии с разумом, понятное самому субъекту, а также объяснимое для окружающих. Но как оно осуществляется? Обычно мы намеряем сделать что-то и пытаемся претворить намеченное в жизнь. При этом ожидаем определенных последствий. В многообразии поведенческих актов не всегда явно присутствуют планирование и прогнозирование, тем не менее, это необходимый признак рационального поведения.

Воспользовавшись рациональным восприятием людей, продавцы применяют разнообразные хитрости для того, чтобы обвести покупателей вокруг пальца и вынудить потратить больше, чем они рассчитывали:

1. Иллюзия объективности.

Хитрая уловка, которую часто используют опытные продавцы — иллюзия объективности. Обычно мы соглашаемся с мнением тех специалистов, которые кажутся нам беспристрастными, а не с теми, которые хотят, по нашему мнению, получить для себя какую-то выгоду, убедив нас. Даже хорошо осведомленные в своей области авторитеты не убедят нас до тех пор, пока мы не убедимся в том, что они объективно представляют факты.

2. Одной не достаточно.

Популярный трюк продавцов – сбывать товар партиями, убеждая покупателей, что они за бесценок приобретают сразу большое количество вещей. Этот прием особенно действует на экономных персон, которые привыкли покупать товары в больших магазинах и уверены, что, чем больше упаковка, тем дешевле каждая вещь внутри. С продуктами это действительно может быть так, но с одеждой – далеко не всегда. В партии по 2–3 вещи объединяются экземпляры низкого качества, которые не продаются по отдельности. Купить три футболки или шесть бутылок воды в упаковке – совсем не одно и то же.

3. Закон девятки.

Эту хитрость вы наверняка давно разгадали сами: все цены в МАГАЗИНАХ всегда заканчиваются на цифру 9, чтобы вещи казались нам дешевле, чем они есть на самом деле. Увидев число 999, мы воспринимаем его скорее как 900, чем как 1 000 в уме, а потом на кассе удивляемся, что потратили больше, чем рассчитывали. Если хотите не попадаться на эту ловушку, перед тем, как оплатить товар, округляйте его цену до нулей и считайте, сколько собираетесь потратить на калькуляторе в телефоне.

4. «Ах, обмануть меня не сложно - я сам обманываться рад».

Придя в магазин одежды и окинув взглядом полки, мы бессознательно устремляемся не к аккуратным стопкам свитеров, а к вешалкам, которые выглядят немного беспорядочно. Наше подсознание говорит нам о том, что именно там находится все самое интересное и стоящее - мол, вот как остальные покупатели набросились на товар! И совсем не догадываемся о том, что продавцы магазина сами создали этот маленький беспорядок на стенде для того, чтобы привлечь наше внимание.

5. Пластиковая выгода.

Карты магазинов призваны «привязать» вас к одному и тому же магазину, чтобы заставить постоянно приобретать вещи в одном и том же месте. Самые бесполезные карты – накопительные. Мало того что накапливать внушительную сумму на них вам придется годами, так еще и условия, как и на что потратить эту сумму, могут быть очень хитрыми.

Есть очень веская причина, по которой менеджеры с радостью помогут вам оформить кредитную платежную карту магазина с включенной скидкой на товары. Они знают, что не получив деньги прямо сейчас, они получают их позже и, как ни странно, в большем объеме (не смотря на "скидку"). Дело в том, что по-

купатель с большей вероятностью совершит более дорогую покупку, чем собирался изначально, если уверен, что на товар будет предоставлена скидка (бессознательно мы считаем это выгодной сделкой) и за него не нужно прямо сейчас платить наличными.

6. Бесплатная доставка не бесплатна.

Этот трюк относится непосредственно к ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМ. Бесплатная доставка – это всегда приятно, но не всегда удобно и очень редко выгодно. Если вы обнаружили бесплатную доставку на сайте, сравните цены на вещи той или иной марки в других магазинах и, возможно, эту самую стоимость доставки вы увидите наглядно в наценке на товар. Внимательно читайте условия бесплатной доставки. Чаще всего она бывает самой медленной и самой небезопасной: товар не удастся отследить по трекинг-номеру и придется ждать месяц-полтора.

7. "Иностранная бирка".

На отечественном товаре вешают бирку на иностранном языке, что служит приманкой для покупателя, привыкшего доверять маркам зарубежных фирм.

8. "Слухи о подорожании" товаров, продуктов, услуг провоцируют покупательскую активность; они распускаются крупными торговыми компаниями с целью увеличения прибыли.

9. Без вины виноватый.

Товары малоизвестных фирм, взявших себе название, сходное с названиями известных фирм, продаются по чуть более низкой цене; покупатель часто не замечает разницы в одну букву, т. е. «виноват» сам.

Психологических приемов, с помощью которых реклама пропагандирует чувство недовольства тем, что у потребителя есть, и всемерно побуждает его ко все новым и новым покупкам, известно уже немало. Но маркетологи продолжают без устали искать новые мотивы, инсайты и хитрости, подталкивающие людей на приобретение товара.

В Беларуси культура распродаж только приживается, но имеет стихийный, хаотичный характер. Покупателю следует быть внимательным и подкованным, чтобы не оказаться обманутым за свои собственные деньги.

Список цитированных источников

1. Записки маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketch.ru – Дата доступа: 24.03.2016.
2. Новый менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.new-management.info – Дата доступа: 23.03.2016.
3. Профессиональный журнал «Маркетолог» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketolog.ru – Дата доступа: 24.03.2016.
4. Хитрый маркетинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.adme.ru – Дата доступа: 23.03.2016.

УДК 330.88

Павлюк А.В., Ярмошик В.С.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Проровский.А.Г.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ТНК

Термин «психология рекламы», или «психология продаж», фигурирует в прессе, на страницах книг уже очень давно. Но он рассматривает человеческий мозг как черный ящик — дайте человеку стимул, и за ним последует реакция.

Даже более сложные модели (например, Фрейдовская модель) основывались на экспериментах, дедуктивных методах, но не на детальном изучении работы мозга.

Однако теперь это не эмпирическая наука, а когнитивная, сейчас мы не просто знаем *как*, но и знаем *почему*. Сделать когнитивную модель принятия решений помогла нейробиология и то, что появилось в результате скрещивания нейробиологии и маркетинга.

Нейромаркетинг — высокоточное аппаратное тестирование человеческих неосознанных реакций на любой объект. В нейромаркетинге для исследования используются ФМРТ, методы биометрии, айтрекинг и другое высокоточное оборудование.

Согласно подсчетам профессора маркетинга гарвардской школы бизнеса (также известной как HBS) Джеральда Залтмана 95 % наших мыслей и чувств и столько же процессов обучения происходит без участия сознания.

Так как же мы принимаем решения, если не с помощью сознания? Вы думаете, что решили надеть эту кофту сегодня сознательно и сами? Возможно, но процент такой вероятности значительно меньше, чем тот, что говорит о решении мозга выбрать эту кофту еще до вашего осознания.

В 2008 году группа ученых провела серию опытов с использованием функционально магнитной резонансной томографии (далее ФМРТ).

ФМРТ позволяет исследовать изменение активности различных участков мозга, наблюдая за изменением тока крови (наиболее активные участки мозга требуют больше кислорода). Испытуемых сажали перед экраном, на котором менялись буквы. В руки же им давали две панели с одной единственной кнопкой на каждой. Испытуемый должен был запоминать, при появлении какой буквы он совершал выбор между двумя кнопками. Выбор же осуществлялся на усмотрение испытуемых. Он ни на что не влиял. Ученые пытались определить, возбуждение каких участков мозга содержит наибольшую информацию о том, какой выбор совершит человек: нажмет он на левую или на правую кнопку.

С учетом всех статистических поправок активность мозга в коре головного мозга позволяла предугадывать выбор человека до того, как он его осознал. В ряде условий прогноз удавалось осуществлять за 10 секунд до момента принятия осознанного решения испытуемым. Нейрофизиолог Джон-Дилан Хейнс и коллеги, участвовавшие в этом исследовании, пришли к выводу, что сеть управляющих участков мозга, ответственных за принятие решений, начинает формироваться задолго до того, как мы начинаем об этом подозревать. Эта работа была также опубликована в журнале *Nature Neuroscience*.

Благодаря визуализации процессов головного мозга и ФМРТ современная нейробиология может сказать нам, что в голове потребителя находится мечта любого маркетолога, это кнопка с названием «купить». Более того, теперь мы знаем, где эта кнопка находится.

В 1954 году Джеймс Олдс и Питер Милнер, двое ученых из Университета Макгилла в Монреале, поставили опыт по стимуляции крысиного мозга. Ученые вживили в мозг крысе электрод и подавали через него ток. Они пытались активировать зону мозга, которая, как считали другие исследователи, отвечала у крыс за реакцию страха. Судя по предыдущим отчетам, лабораторные крысы ненавидели электрические разряды и стремились избежать всего, что совпадало с моментом мозговой стимуляции. Но крыса Олдса и Милнера всегда возвращалась в тот угол клетки, где ее било током. Как будто она мечтала все повторить.

Озадаченные причудливым поведением крысы, ученые решили проверить гипотезу, что животное хотело встрясок. Они «награждали» крысу легким электрическим разрядом всякий раз, как она делала шаг из того угла. Крыса

быстро раскусила фокус и спустя несколько минут уже сидела в противоположном углу клетки. Олдс и Милнер обнаружили, что крыса будет двигаться в любом направлении, если награждать ее ударом тока. Вскоре они управляли крысой, как джойстиком.

Оказалось, что они нащупали неизученную область мозга — всего-навсего неточно вживив электрод. Олдс был социальным психологом, а не нейробиологом, но ему приходилось работать и в лаборатории. Он ткнул проводок не туда. По ошибке исследователи нашли зону мозга, которая, похоже, давала при стимуляции ощущения невероятного наслаждения. Иначе, почему крыса шла куда угодно ради удара током? Олдс и Милнер назвали обнаруженную мозговую структуру центром удовольствия.

Ученые проверили, будет ли крыса сама бить себя током, если дать ей такую возможность. Они установили в клетке рычаг, и, нажимая его, крыса могла стимулировать электрическим током свой центр удовольствия. Как только она поняла принцип действия рычага, она принялась давать себе разряды каждые пять секунд. Другие крысы, получив доступ к самостимуляции, не могли насытиться: они продолжали жать на рычаг до тех пор, пока не падали от усталости. Они даже сносили пытки ради стимуляции мозга. Олдс поставил рычаги в противоположных концах клетки, по полу которой подавался электрический ток. Животное могло получать разряды от рычагов лишь попеременно. Крысы резво бегали взад и вперед по жгущему током полу, пока лапки их не обуглились и не перестали их слушаться.

Этим экспериментом двое ученых и обнаружили «кнопку покупки», о которой речь шла ранее.

Эта кнопка - прилежащее ядро (*nucleus accumbens*) — группа нейронов в вентральной части полосатого тела, участвующая в системе вознаграждений, формировании удовольствия, смеха, зависимости, агрессии, страха и эффекта плацебо (рисунок 1).

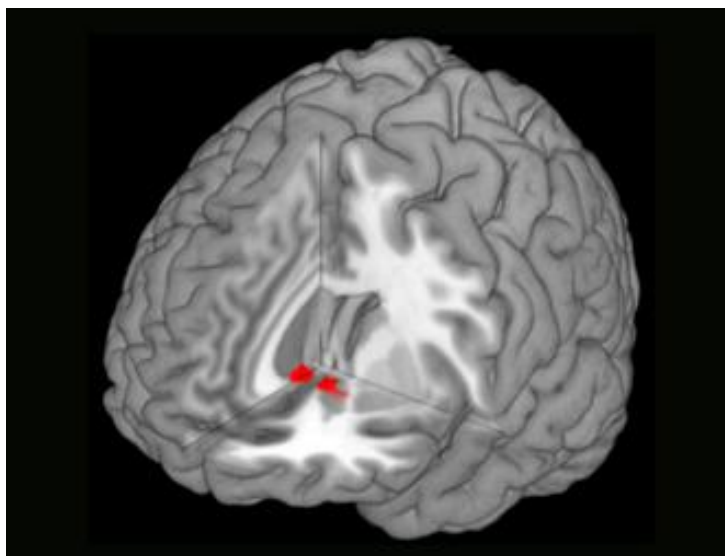


Рисунок 1 - Прилежащее ядро (*nucleus accumbens*)

В 1970 году Робертом Хисом из университета Тулейна было проведено исследование прилежащего ядра. В отличие от первого эксперимента, данный опыт был проведен на человеке. Имя подопытного нам неизвестно, известно лишь, что записан он был как "пациент В-19", ему в зону прилежащего ядра были вставлены два электрода. Затем Хис собрал устройство, которое позво-

ляло испытываемому стимулировать себя самому. Довольно быстро В-19 общился к удовольствиям. Во время трехчасовой сессии мужчина нажал кнопку удовольствия полторы тысячи раз, его охватила эйфория, и эксперимент пришлось приостановить.

Прилежащее ядро (*nucleus accumbens*) содержит большое количество дофаминовых рецепторов. Дофамин - это нейромедиатор, который вырабатывается во время секса или принятия кокаина.

Дофамин является важной частью «системы вознаграждения» мозга, поскольку вызывает чувство удовольствия, чем влияет на процессы мотивации и обучения. Дофамин естественным образом вырабатывается в больших количествах во время положительного, по субъективному представлению человека, опыта — к примеру, секса, приёма вкусной пищи, приятных телесных ощущений, а также наркотиков. Нейробиологические эксперименты показали, что даже воспоминания о поощрении могут увеличить уровень дофамина, поэтому данный нейромедиатор используется мозгом для оценки и мотивации, закрепляя важные для выживания и продолжения рода действия.

Навязчивую активность в этой области можно наблюдать у шопоголиков, которые, как кажется окружающим, испытывают удовольствие от покупки, однако это не так.

В 2001 году стэнфордский нейробиолог Брайан Кнутсон опубликовал убедительное исследование, в котором доказал, что дофамин отвечает за предвкушение, а не за переживание награды. Ученый использовал модель знаменитого эксперимента Ивана Петровича Павлова — классическое формирование условных рефлексов у собак. В 1927 году Павлов заметил: когда собаки привыкали, что перед кормежкой раздавался звон колокольчика, при этом звуке у них начинала выделяться слюна, даже если еды не предвиделось. Они выучились связывать звон с обещанием обеда. Кнутсон предположил, что мозг тоже выделяет своего рода слюну в предвкушении награды — и, что особенно важно, когда мозг получает награду, он работает иначе.

В своем исследовании Кнутсон помещал участников в томограф и вырабатывал у них условную реакцию: когда на экране появлялся определенный символ, они могли выиграть денежный приз. Чтобы его получить, нужно было нажать на кнопку. Вскоре, когда люди видели символ, в их мозге активировалась система подкрепления и выделялся дофамин, — и участники изо всех сил давили на кнопку. Но при выигрыше эта область мозга затихала. Радость победы регистрировалась в других нервных центрах. Кнутсон доказал, что дофамин отвечает за действие, а не за счастье. Обещание награды требовалось, чтобы не проворонить выигрыш. Когда возбуждалась система подкрепления, они переживали предвкушение, а не удовольствие.

Все, что, по-нашему, нам понравится, запускает систему подкрепления. Соблазнительный запах еды, любой приятный каждому из нас запах, улыбка симпатичной незнакомки, реклама, которая обещает сделать нас богатыми. С притоком дофамина этот новый объект желания кажется критически необходимым, чтобы выжить. Когда дофамин завладевает нашим вниманием, мозг приказывает нам достать объект или повторять то, что нас привлекло. Считается, что этот механизм был заложен еще в ранние периоды созревания человека как вида. Чтобы мы не оголодали, мысль о вкусной пище активирует выработку дофамина в мозге, ведь сбор ягод — серьезное занятие, а человеческий род не должен исчезнуть лишь потому, что это сложно. Ожидание счастья — а не непосредственное его переживание — мозг использовал, чтобы мы продолжали выживать, собирать, охотиться и размножаться.

Замечательный инстинкт, если вы живете в мире, где еды мало. Разумеется, мир изменился, и на данный момент человечество не испытывает недостатка в пище. Так же существует воздействие сексуальных образов на нашу систему подкрепления. На протяжении почти всей человеческой истории обнаженные люди принимали соблазнительные позы только перед реальными партнерами. Конечно, слабое желание действовать в такой ситуации было бы неразумным, если конкретный человек хотел оставить в генофонде свою ДНК. Но спустя несколько сотен тысяч лет мы оказались в мире, где сексуальные образы можно увидеть в рекламе и индустрии развлечений. В порыве преследования каждой из таких сексуальных «возможностей» в мозг поступает дофамин, и система подкрепления заставляет человека захотеть товар, который ассоциируется у человека с данной картинкой или видеороликом.

Из вышесказанного мы можем сделать вывод, что покупатели, как правило, не осознают или не могут адекватно объяснить, почему и как они совершают покупки, следовательно, усилия, направленные на сбор информации путем опросов, заявлений покупателей и самоотчетов, верны лишь на 5 % или около того.

Покупатели голосуют за тот или иной товар своим кошельком, но сами не осознают почему, их мозг обманывает их самих, создавая видимость свободы воли и принятия решения.

Несмотря на это мы зачастую обращаемся именно к сознательному выбору покупателей, мы предоставляем им статистику, список товарных характеристик и игнорируем огромную долю подсознательной работы мозга.

Возникает вопрос, как определить ценность товара? Если мы не можем доверять опросам и самоотчетам самих людей, как определяется ценность для мозга?

С точки зрения нейромаркетинга ценность — средняя активность определенных нейронных популяций прилежащего ядра. Активность области пропорциональна ценности ожидаемого действия.

Из этого следует, что, если мы знаем, какая область кодирует ценности и отвечает за удовольствие, мы можем путем сканирования определить поведение потенциального покупателя, предсказать, купит человек тот или иной товар или нет.

Профессор Чальз Спенс и Джемма Калверт из компании Neurosense, которая находится в Лондоне, проводили исследования по заказу Макдональдса.

Проводилось и исследовалось воздействие ароматизаторов на мозг потребителей. Людей поместили в фМРТ и показывали логотип макдональдса и давали человеку ощутить некоторые виды запахов, после чего при помощи фМРТ следили за притоком крови в прилежащее ядро, отвечающее, как мы уже выяснили, за предвкушение. После чего был выбран один из запахов, на который дофаминовый отклик был наиболее острым. Данная технология была использована в нескольких ресторанах Германии и Франции, а так же в одном или двух в Великобритании.

При этом если запах явно ощущается, как в аромомаркетинге, мозг выявит эту хитрость, и она не будет эффективной. Макдональдс добавил этот ароматизатор в моющие средства, что позволило им увеличить продажи. Запах — химический код, который проникает в эмоциональное ядро. Вы не можете сказать, что не поддадитесь тому или иному запаху, потому как он воздействует на эмоциональную часть вашего мозга, которая появилась гораздо раньше рациональной.

Тем самым, используя нейромаркетинг, та или иная компания способна к запланированному программированию покупателя, что лишает нас, как потенциальных покупателей, свободы выбора и превращает в неосознанных потребителей.

SNCF — французские железные дороги проводили исследование мозга посетителей собственного сайта для увеличения продажи билетов. Они изучали реакцию на различные изображения на сайте.

Более того, французская банковская группа Credit Mutuel, занимающаяся кредитованием физических и юридических лиц и проводящая прочие банковские операции, так же использует в подготовке сотрудников принципы нейромаркетинга.

Как мы могли видеть выше, различного рода примеры использования нейромаркетинга можно найти по всему миру (рисунок 2), хотя компании зачастую отказываются от признания в использовании таких технологий.



Рисунок 2 - Клиенты neurosense

Список цитированных источников

1. Канеман, Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман - М: АСТ, 2013. — 656 с.
2. Ренвуазе, П. Тренинг по нейромаркетингу / П. Ренвуазе, К. Морен. - М: Эксмо, 2015. — 224 с.
3. Дули, Р. Нейромаркетинг / Р. Дули — Минск: Поппури, 2015. — 336с.
4. Люис, Д. Нейромаркетинг в действии / Д. Люис - М: Манн, Иванов и Фебер, 2014. – 304 с.
5. Фрит, К. Мозги и душа / К. Фрит. - М: АСТ, 2012. – 336 с.

УДК 004:338

Гарах А.Г., Ешкилева Г.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Мишкова М.П.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновационное развитие является сегодня необходимым для самого выживания общества. Благодаря инновациям решаются многие проблемы традиционных обществ: эпидемии, детская смертность, производительность труда, доступность образования, культурных ценностей, технических средств. Глобальные угрозы современности, прежде всего социальные, военные и

экологические, возникшие в результате научно-технической революции, необходимо также эффективно нейтрализовать. Нам представляется, что достичь этой цели можно лишь в процессе инновационного развития соответствующих сфер жизнедеятельности человека.

Инновационное мышление является столь же необходимым, как и сами инновации. Исключительно технических новаций для полноценного развития общества явно недостаточно. Инновационное мышление – интеллектуальная и психологическая устремлённость к новациям – должно быть неразрывно связано с экоэтическим сознанием. Ведь новая техника и само общество должны быть безвредными как для людей, так и для природы.

Инновационное общество не просто открыто и приспособлено к инновациям. Оно само непрерывно генерирует новации всех уровней. Такое общество является наиболее динамичным и устойчивым при соблюдении одного условия: оно способно верно оценивать последствия внедрения каждой инновации и ещё на начальном этапе надёжно отсеивать те, которые представляют угрозу жизни и личности.

Инновационная деятельность – комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленных на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами [1].

Цель Государственной программы – обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологических секторов, базирующихся на производствах V и VI технологических укладов.

Для достижения цели Государственной программы **необходимо решить следующие основные задачи:**

- формирование и ускоренное развитие высокотехнологических секторов национальной экономики, базирующихся на производствах V и VI технологических укладов, закрепление позиций республики на рынках наукоемкой продукции;
- обеспечение конкурентоспособности традиционных секторов национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий;
- увеличение доли малых и средних инновационных предприятий в формировании ВВП Республики Беларусь;
- диверсификация и рост экспорта высокотехнологичной и наукоемкой продукции;
- развитие и повышение эффективности функционирования НИС на основе формирования рынка НТП и благоприятной среды для осуществления инновационной деятельности;
- вовлечение в инновационный процесс регионов республики;
- обеспечение экологической безопасности и благоприятной окружающей среды на основе использования экоинноваций и «зеленых» технологий;
- формирование инновационного общества, развитие системы непрерывного профессионального образования и подготовки кадров для инновационной деятельности [2].

Основным проблемным вопросом при осуществлении инновационной деятельности в республике остается низкий уровень инвестирования в инновационные проекты. Целевое бюджетное финансирование инновацион-

ных проектов Государственных программ остается достаточно низким и характеризуется отсутствием единого механизма координации и контроля за данным процессом.

По-прежнему остается невысокой доля бюджетного финансирования науки (в настоящее время – в пределах 0,25 – 0,3 процента).

Состав мероприятий государственных и других программ и сроки завершения их выполнения в целом определяются выделяемым объемом финансирования. Уменьшение объема финансирования приводит к невыполнению отдельных мероприятий и, соответственно, оказывает влияние на эффективность программы в целом. Одновременно имеет место распыление государственных средств [3].

Ряд НИОК(Т)Р оказываются недостаточно эффективными.

Во многом это связано с тем, что выбор тематики исследований и разработок определялся на основе ранее достигнутых результатов и созданных заделов. Причиной неэффективности отдельных инновационных проектов, выполняемых в рамках государственных программ, является недостаточная проработка вопросов маркетинга и будущей рыночной конъюнктуры. При этом для внедрения результатов разработок не применяется практика создания проектных команд, способных выстроить (найти, выявить) успешную модель бизнеса и реализовать ее, создав в конечном итоге организацию, способную вести успешную конкурентную борьбу на рынке на протяжении длительного периода.

Основной целью развития строительного комплекса является создание современных энергоэффективных и ресурсоэкономичных, экологически безопасных зданий и сооружений, новых конкурентоспособных на внутреннем и внешних рынках строительных материалов, не уступающих по своему качеству европейским [4].

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих задач:

- внедрение инновационных технологий, обеспечивающих производство строительной продукции ресурсосберегающего типа;
- достижение европейского качества выпускаемой строительной продукции (работ, услуг) за счет обновления основных производственных средств и внедрения инновационных технологий;
- развитие строительства доступного, комфортного и энергоэффективного жилья;
- поддержка индивидуального строительства, развитие строительства в сельской местности и малых городах, в том числе децентрализация застройки г. Минска и развитие городов-спутников;
- предоставление земельных участков и инфраструктуры для массовой и индивидуальной застройки;
- создание необходимых объектов социальной инфраструктуры.

Основные направления развития строительного комплекса включают:

- создание новых и увеличение объемов внедрения разработанных ресурсосберегающих технологий, универсальных архитектурно-конструктивно-планировочных систем зданий и сооружений нового поколения;
- возведение жилых и административных зданий по эффективным проектам, обеспечивающим снижение стоимости строительства объектов за счет снижения затрат на всех стадиях инвестиционно-строительного цикла (предпроектная стадия, инженерные изыскания, проектирование, производство строительно-монтажных работ) и сокращения потребления ресурсов;

- активизацию участия в подрядных торгах на строительство объектов за пределами страны, увеличение экспорта строительных работ (услуг);
- развитие территорий, инженерно-транспортной инфраструктуры населенных пунктов в соответствии с утвержденными генеральными планами;
- повышение эффективности работы архитектурно-строительного надзора, маркетинговых и инжиниринговых служб;
- государственное регулирование стоимости строительства жилья, осуществляемого с государственной поддержкой, особенно в сельскохозяйственных организациях [5].

На предпроектной стадии и при проведении различных видов инженерных изысканий необходимо обеспечить сокращение сроков выполнения соответствующих работ, особенно для жилья, строящегося по типовым и повторно применяемым проектам.

Говоря об инновациях в строительстве, специалисты часто подразумевают инновации в промышленности стройматериалов. Любое строительство представляет собой многоступенчатый процесс, непосредственно инновациями в котором могут являться как технологии строительства, архитектурные решения, системы управления проектами, так и проектирование, эксплуатация готовой постройки или методы восстановления и реставрации. Однако же, первостепенной инновацией в строительстве являются материалы.

В данной статье мы рассмотрели основные понятия инноваций, инновационной деятельности, инновационного развития, уделили внимание проблематике инновационного развития в РБ, указали приоритетные направления инновационной деятельности, также рассмотрели инновационное развитие на примерах некоторых крупномасштабных строительных проектов.

Список цитированных источников

1. Голубев, А.А. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебное пособие. — СПб : СПбГУ ИТМО, 2012. — 119 с.
2. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/opencms/opencms/-ru/innovation/>
3. КОНЦЕПЦИЯ Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы.
4. Об утверждении Концепции развития строительного комплекса Республики Беларусь на 2011-2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28.10.2010 N 1589.
5. Инновации в строительном кластере: барьеры и перспективы [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.rusdb.ru/dom/researches/inno_rdb/.

УДК 339.944.2

Григорьева И.С., Замулко Т.М.

Научный руководитель: старший преподаватель Крамаренко А.К.

ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В КОНТЕКСТЕ РАСШИРЕНИЯ СУБКОНТРАКТНЫХ СВЯЗЕЙ

В настоящее время большое внимание уделяется поиску новых форм экономического сотрудничества между малыми, средними и крупными предприятиями как в рамках одной страны, так и на уровне региональных подсистем. И одной из таких форм становится сотрудничество на основе субконтрактных связей.

Целью данной работы является изучение организации субконтрактных отношений, механизмов взаимосвязи участников и на их основе выявление возможностей расширения субконтрактных отношений в Беларуси (на примере Брестской области).

Приграничные регионы, являясь частью своего национального рынка, могут при установлении экономических связей с пограничной территорией иного государства создавать новый уровень взаимодействия – региональный рынок.

Вопрос о расширении трансграничного сотрудничества как никогда актуален для Беларуси в условиях ускорения процессов глобализации и усиления конкуренции на рынках.

В качестве примера была исследована возможность установления субконтрактных отношений в Еврорегионе «Буг».

Среди наиболее крупных городов Еврорегиона можно выделить: Брест, Барановичи, Пинск (Республика Беларусь), Люблин, Бяла Подляска (Республика Польша), Луцк, Волынь, Ковель (Украина).

Так были рассмотрены Брестская и Волынская области. Это направление сотрудничества выбрано исходя из территориальной близости, наличия возможности специализации и кооперации производственных усилий, наличия общих организаций, объединений и норм в различных сферах деятельности.

На основе проведенного анализа региональных возможностей были выявлены особенности Брестской и Волынской областей.

Заметим, что предприятия Брестской области характеризуются значительной инновационной активностью (Таблица 1).

Таблица 1 – Структура отгруженной продукции инновационно-активных организаций по уровню новизны предприятий Брестской области

| Отрасль промышленности | Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции, % | | | | | |
|--|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Промышленность – всего | 3,9 | 4,1 | 4,9 | 4,0 | 2,0 | 1,6 |
| 1. Горнодобывающая промышленность | 6,2 | 10,2 | 17,0 | 18,2 | 2,0 | - |
| Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических | 7,0 | 11,6 | 18,7 | 19,4 | 2,1 | - |
| 2. Обрабатывающая промышленность | 4,4 | 4,4 | 5,1 | 3,9 | 2,3 | 1,9 |
| Пищевая промышленность | 0,7 | 1,6 | 1,6 | 0,4 | 0,5 | 0,9 |
| Текстильная и швейная промышленность | 2,7 | 4,3 | 5,5 | 5,4 | 3,1 | 2,7 |
| Кожевенная и обувная промышленность | - | - | - | - | 0,8 | 0,5 |
| Деревообрабатывающая промышленность | - | - | 0,2 | 0,1 | 0,1 | - |
| Химическая промышленность | 2,4 | 17,3 | 40,0 | 30,6 | 15,4 | 7,9 |
| Производство резиновых и пластмассовых изделий | 0,2 | - | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,1 |
| Производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 7,3 | 14,2 | 12,9 | 9,4 | 8,1 | 14,0 |

Продолжение таблицы 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-------------------------------|------|------|------|------|-----|------------|
| Металлургия | 11,3 | 8,2 | 7,9 | 10,9 | 3,2 | 1,0 |
| Машиностроение | 14,1 | 10,5 | 10,5 | 10,9 | 6,7 | 3,3 |
| Прочие отрасли промышленности | - | 0,04 | - | - | - | - |

Так, наибольшая инновационная активность характерна для химической промышленности, машиностроения, производства прочих неметаллических минеральных продуктов, что обусловлено высоким уровнем профессионализма и квалификации кадров, богатым опытом, благоприятным инновационным климатом.

Анализируя вышеприведенную таблицу, можно заметить, что удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции в организациях промышленности в 2015 году составил 1,6 %, что является достаточно хорошим показателем по стране [1].

В современном мире стабильный экономический рост обеспечивают факторы, которые стимулируют распространение ноу-хау. Уровень технологии производства, конкурентоспособность выпускаемой продукции, занимаемые на рынке позиции, стабильное финансовое положение – все это зависит от развития инновационных технологий, методов, моделей управления.

Для сравнения уровня экономического развития областей в рамках Евро-региона «Буг» выбраны основные финансово-экономические показатели отраслевой структуры промышленности Брестского и Волынского регионов за 2015 год (Таблица 2).

Таблица 2 – Удельный вес промышленного производства по отраслям в общем объеме произведенной продукции Брестского и Волынского регионов за 2015 год

| Отрасль | В % к объёму реализованной продукции | |
|---|--------------------------------------|-------------------|
| | Брестская область | Волынская область |
| 1 | 2 | 3 |
| Промышленность – всего | 100 | 100 |
| Горнодобывающая промышленность | 2,1 | 0,8 |
| Обрабатывающая промышленность в т. ч.: | 85,0 | 84,8 |
| Пищевая промышленность | 49,1 | 30,4 |
| Текстильная и швейная промышленность | 4,5 | 1,5 |
| Кожевенная и обувная промышленность | 3,3 | 16,2 |
| Химическая промышленность | 2,4 | 0,9 |
| Фармацевтическая продукция | 0,1 | - |
| Производство резиновых и пластмассовых изделий, производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 6,0 | 6,4 |
| Металлургия | 3,1 | 1,9 |
| Машиностроение | 10,9 | 18,5 |
| Прочие отрасли промышленности | 5,6 | - |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 12,9 | 14,4 |

Исходя из таблицы 2, можно сказать, что наиболее благоприятными для трансграничного сотрудничества на основе субконтрактных связей являются отрасли пищевой промышленности и машиностроения.

Т. к. БрГТУ специализируется на подготовке специалистов в области строительства и эксплуатации машин (имеются соответствующие кафедры и специальности), рассмотрим более подробно отрасль промышленного производства - машиностроение. Для количественного определения уровня специализации Брестской и Волынской областей на машиностроении рассчитаем ряд показателей.

По статистическим данным, за 2015 год были рассчитаны коэффициенты локализации отрасли на территории региона Кл, коэффициенты душевого производства Кд и коэффициенты специализации Кс [2]. По Брестской области вышеприведенные показатели равны: Кл = 0,8365, Кд = 0,5938, Кс = 0,8370. Соотнесем полученные значения с аналогичными показателями по Волынской области: Кл = 2,6696, Кд = 1,3484, Кс = 2,6748 соответственно.

Так как все расчетные отраслевые коэффициенты по Волынской области больше единицы, то машиностроение является отраслью рыночной специализации Волынской области. Следовательно, предприятия Волынской области могут выступать в качестве субконтракторов для предприятий-контракторов Брестской области, тем самым увеличится прибыль обоих участников субконтрактных отношений и повысится конкурентоспособность продукции машиностроения Брестской области.

Из всего вышеизложенного следует, что значительная концентрация наукоемких отраслей высшего учебного заведения и других специализированных организаций позволяет говорить о возможности организации субконтрактных отношений и связей в Брестской и Волынской областях (Рисунок 1).

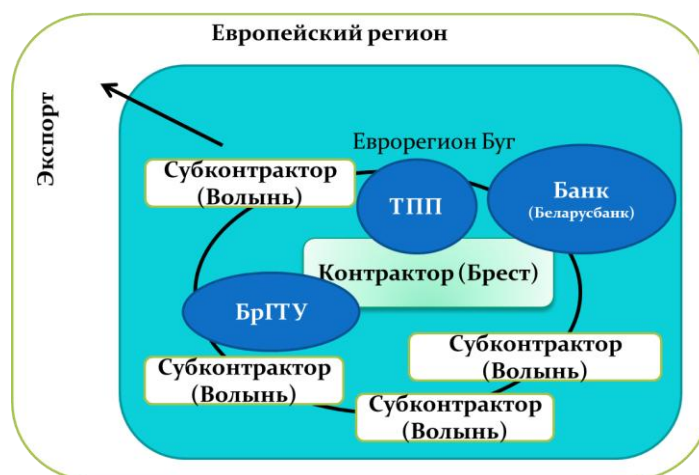


Рисунок 1 – Примерная схема организации субконтрактных отношений и связей между основными элементами (на примере Еврорегиона «Буг»)

Исходя из данной схемы, контрактором может выступать предприятие Брестской области, концентрирующее усилия и ресурсы на стратегических направлениях своей деятельности и стремящееся оптимизировать производственный цикл, выстроить более действенную и эффективную организационную структуру, сэкономить на административном ресурсе.

В качестве субконтракторов рассматриваются предприятия Волынской области, которые будут производить работы в соответствии с техническими спецификациями, предоставленными контрактором (например, ООО «Луцкий подшипниковый завод», ОДО «Оснастка-маркет», Нововолынский механическо-литейный завод и др.). Впоследствии субконтракторы поставят готовые детали и узлы заказчику (контрактору) в Брестской области. Тем самым субконт-

тракторы смогут загрузить свои производственные мощности дополнительными заказами, что принесет дополнительную прибыль данным предприятиям.

Функция поиска контракторов и субконтракторов будет закреплена за торгово-промышленной палатой. Ядром научных разработок станет УО «Брестский государственный технический университет».

Продукция, произведенная контрактором при непосредственном участии субконтракторов, впоследствии может успешно экспортироваться.

В результате субконтрактного взаимодействия между предприятиями Брестской и Волынской областей ожидается положительный экономический эффект, заключающийся в снижении таможенной нагрузки, а также снижении себестоимости готовой продукции.

Проведенный анализ позволяет определить следующие рекомендательные направления:

- развитие сотрудничества между коммерческими и образовательными организациями в области подготовки персонала требуемой квалификации;
- расширение и углубление взаимодействия субъектов субконтрактных отношений преимущественно в области научно-исследовательского сотрудничества и продвижения товаров на рынок;
- развитие соответствующей инфраструктуры.

Список цитированных источников

1. Статистический ежегодник Брестской области / Г.Н. Хвалько. – 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://brest.belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_126/
2. Брестская область в цифрах / Г.Н. Хвалько. – 2016. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://brest.belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_135/

УДК 338.242

Неживинский Н.Ю.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Четырбок Н.П.

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

Экономика Беларуси строится на принципах социально-ориентированной рыночной модели, так же как и в других развитых странах с сильной экономикой. Однако по сравнению с другими странами в РБ нет возможности развития из-за слабо развитой фондовой биржи, и в этом случае Республика Беларусь теряет большой поток инвестиций.

Таблица 1 – Виды ценных бумаг и их структура на фондовом рынке

| Вид ЦБ | Первичное размещение | | Вторичное обращение (кроме РЕПО) | | РЕПО | |
|-------------------------------|----------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------|----------|-----------------|
| | 2014 | Прирост к 2013% | 2014 | Прирост к 2013% | 2014 | Прирост к 2013% |
| Государственные ценные бумаги | 5 941,4 | 212,3 | 7 068,6 | 91,8 | 24 686,2 | 87,5 |
| Ценные бумаги НБ РБ | - | - | 141,0 | 298,3 | - | - |
| Акции | 0,4 | -99,3 | 479,3 | -6,1 | - | - |
| Облигации местных займов | - | - | 79,3 | 26 333,3 | - | - |
| Облигации банков | 1 919,1 | -30 | 16 132,8 | 5,7 | 32,0 | -92,6 |
| Облигации прочих юрлиц | 1 350,3 | -39,4 | 8 522,7 | 427,6 | - | - |

На данный момент в РБ представлены такие виды ценных бумаг и их структура на фондовом рынке (см. таб.1). Исходя из показателей, можно сделать вывод: что увеличивается прирост на первичном размещении государственных облигаций и спад акций. Это говорит о том, что на данный момент инвесторы не видят выгоды в инвестировании.

Также сохраняется практика, когда государство оформляет погашение долгов госпредприятий в виде увеличения уставного капитала и/или дополнительной эмиссии акций. Встречаются лишь единичные случаи, когда белорусские ОАО проводят первичное размещение акций через IPO с целью привлечения дополнительных финансовых средств. Из-за значительной доли государства в уставных фондах АО (75,5 % объема эмиссии акций всех АО) и продолжающейся практики получения господдержки, предприятия не рассматривают акции как способ привлечения долгосрочных инвестиционных ресурсов.

Суммарный объем биржевых торгов ценными бумагами всех видов в 2014 году достиг 66,4 трлн бел. руб., или 6 471,1 млн долларов США (данный показатель в 2013 году составлял 42,4 трлн бел. руб., или 4 770,9 млн долларов США соответственно).

Максимальный объем операций был зафиксирован в секторе государственных облигаций – 56,8 % от суммарного объема торгов на фондовом рынке. Лидером по темпам роста на биржевом фондовом рынке стал сектор небанковских инвестиционных облигаций, по отношению к 2013 году его темп роста составил 845,7 %. В течение 2014 года с использованием модуля БЕКАС «Индикативные заявки» были выставлены 511 внебиржевых котировок на продажу и 225 котировок на покупку ценных бумаг. В модуле БЕКАС ИКС «Внебиржевой рынок» была зарегистрирована информация о 11 687 внебиржевых сделках на общую сумму 50,8 трлн бел. руб. Так же можно отметить слабое развитие фондового рынка Республики Беларусь в начале становления на ноги фондового рынка а именно в 2000-х гг. Наши партнеры и союзники уже во всю развивали этот экономический инструмент в то время как мы только «очухались» и стали вводить нововведения в экономику, чтобы выйти из круга «кредиты ради кредитов»

Таблица 2 – Список национальных листинговых эмитентов.

| Страна | 2009 г. | 2008 г. |
|---------------------|---------|---------|
| США | 5238 | 5603 |
| Россия | 342 | 327 |
| Республика Беларусь | 68 | 59 |

Судя по цифрам в таблице и данным факторам, следует сказать, что белорусский рынок отстает как по количеству эмитентов на бирже, так и по инфраструктуре.

Таблица 3 – Капитализация рынков акций в млрд долл.

| Государства – участники СНГ | Капитализация рынка акций, млн долларов США | | Капитализация рынка акций/ВВП, % | |
|-----------------------------|---|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | По состоянию на 1 января 2009 г. | По состоянию на 1 января 2010 г. | По состоянию на 1 января 2009 г. | По состоянию на 1 января 2010 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Республика Армения | 176 | 141 | 1,5 | 1,71 |
| Республика Беларусь | 103 | 1 500 | 0,18 | 3,2 |

Продолжение таблицы 3

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---------|---------|-------|--------------------------------|
| Республика Казахстан | 31 130 | 57 310 | 23,64 | 53,24 |
| Кыргызская Республика | 1 216 | 1 328 | 25,24 | 29,8 |
| Республика Молдова | 713 | 362 | 11,85 | 11,06 |
| Российская Федерация | 365 413 | 760 000 | 26,4 | 59 |
| Украина | 23 542 | 17 153 | 19,08 | <i>Данные не предоставлены</i> |

В 2009 году наибольший рост капитализации рынка акций, обращающихся на организованном рынке, наблюдался в наиболее интегрированных в международную финансовую систему странах, финансовые рынки которых быстрее отреагировали на глобальный экономический рост. Капитализация российского рынка акций за год возросла на 108 % и составила 0,76 трлн долларов США. Соотношение капитализации рынка акций и ВВП по итогам года составило 59 %. Капитализация рынка в Республике Казахстан в 2009 году возросла на 84 % и составила 53 % ВВП.

Рынки ценных бумаг остальных государств двигались в противоположном направлении. Так, наибольшее снижение капитализации наблюдалось в Украине и Молдове – 27 и 49 % соответственно. По сравнению с Украиной и Молдовой спад уровня капитализации в Армении оказался более низким, но тем не менее значительным – 19 %. Стоит отметить, что рынок Кыргызстана показал рост, хотя и незначительный – 0,01 %.

Объем и количество выпусков ценных бумаг в течение 2009 года в основном показывают противоположную динамику по сравнению с предыдущим годом. Несмотря на уменьшение почти во всех государствах количества выпусков ценных бумаг (только в Армении количество выпусков возросло на 50 %, в Кыргызстане наблюдается незначительный рост выпусков – 1,5 %) объемы размещенных ценных бумаг показали значительный рост (исключение составляет лишь Молдова, где объемы снизились на 33 %). Наиболее возросли объемы в Республике Армения (157 %), Республике Казахстан (145 %) и Украине (68 %). Это объясняется постепенным ростом экономики и притоком капитала, а также развитием рынка ценных бумаг в целом и повышением финансовой грамотности как эмитентов, так и инвесторов.

Для этого необходимы благоприятные предпосылки, в числе которых формирование проработанного законодательства о рынке корпоративных ценных бумаг, обеспечение стабильного курса национальной валюты и роста доходов населения, организация эффективной системы биржевых торгов и внебиржевого обращения ценных бумаг, информационная открытость эмитентов.

В ходе исследования обнаружено развитие фондового рынка, улучшается законодательство в сфере рынка ценных бумаг, постоянно совершенствуется либерализация условий, идет улучшение стандартов до международных стандартов, так же увеличивается создания условий для размещения ценных бумаг белорусских эмитентов на зарубежных фондовых рынках.

Однако все же остается очевидным, что идет сдерживание развития рынка ценных бумаг в Республике Беларусь. В настоящее время следует отметить, что на фондовом рынке большинство акций принадлежит государству около (84% акций акционерных обществ), что составляет 76 % от общего объема их эмиссий. Государство не заинтересовано в продаже частным инвесторам акций высокорентабельных предприятий. Таким образом, при существующем жестком контроле со стороны государства над фондовым рынком о достаточной

свободе перемещения капитала говорить не приходится. Мы должны перенять опыт наших соседей и на Востоке и на Западе для более сильного и грамотного, а самое главное, безопасного и надежного реформирования нашего образа ведения дел на фондовом рынке как внутри страны, так и вне её, для выхода экономики Республики Беларусь на новый уровень развития.

УДК 339.137.2

Осопрелко Т.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

В условиях единого мирового рынка рост конкурентоспособности собственных экономик становится одной из приоритетных задач в стратегии долгосрочного развития любого государства. Конкурентные преимущества страны напрямую зависят от конкурентоспособности ее регионов, в связи с этим представляет интерес анализ конкурентоспособности регионов на уровне областей.

Уровень конкурентоспособности и причины существующих различий в уровнях развития регионов Беларуси остаются недостаточно изученными. Регионы Беларуси различаются по уровню доходов населения, темпам роста валового регионального продукта, по отраслевой структуре и т. д. Это влияет на их социально-экономическое развитие и отражается в неодинаковом вкладе регионов в размер валового внутреннего продукта Беларуси. Мировой финансово-экономический кризис 2008-2009 гг. и валютный кризис в Беларуси 2011 г. показали, что регионы в разной степени подвержены внутренним и внешним шокам [1]. Относительность и динамичность категории «конкурентоспособность» обуславливает многообразие подходов к ее оценке. В настоящее время системный анализ конкурентоспособности регионов Беларуси не проводится, исследования носят узконаправленный характер. Однако расчет сводных индексов конкурентоспособности регионов является важным инструментом для разработки экономической политики.

Для анализа и оценки конкурентоспособности региона предлагаются наиболее значимые для данного периода времени и уровня социально-экономического развития Республики Беларусь факторы, которые отражают интегральную конкурентоспособность отдельных регионов для наиболее важных потребителей (населения, туристов, студентов, предприятий): экономическое и инновационное развитие, качество жизни и человеческий капитал.

Принимая во внимание рассматриваемые подходы различных авторов, для анализа экономического развития региона из официальных изданий Национального статистического комитета Республики Беларусь для характеристики целесообразно выбрать две стороны экономической конкурентоспособности региона - уровень экономического развития и динамика роста экономики.

Выбранные в данном исследовании показатели для характеристики инновационной привлекательности регионов сгруппированы по двум фазам: производство научных знаний и технических инноваций и применение научных знаний, технологий, новой техники.

Для оценки уровня конкурентоспособности регионов по фактору «качество жизни» предлагается распределить показатели по двум субфакторам: денежные доходы населения и условия жизни населения.

Наиболее важными компонентами человеческого потенциала в условиях современной Беларуси являются демографическая и образовательная составляющие.

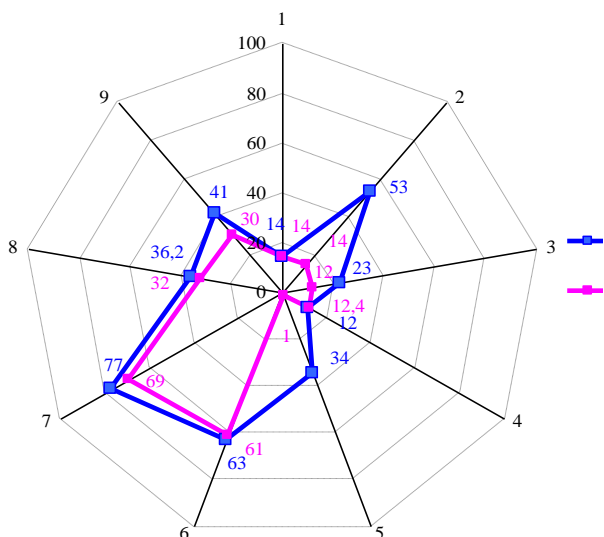
В таблице 1 приведены балльные оценки по регионам Республики Беларусь по четырем факторам и восьми субфакторам, интегральные оценки конкурентоспособности регионов. Результаты можно увидеть на рисунке 1.

Брестский регион в конкурентном соревновании в 2014 году занимает третье место по интегральной оценке конкурентоспособности регионов Республики Беларусь (40,5 баллов). В 2011 году наш регион был только на пятом месте. *Слабым звеном* в развитии Брестской области является инновационная составляющая (17 баллов, 6 место) и низким остается уровень развития экономики (14 баллов, 5 место). Эти показатели в сочетании с низкими денежными доходами населения региона (34 балла) существенно понижают интегральную оценку конкурентной привлекательности Брестского региона.

| Регион | По фактору экономики | | | По фактору инновации | | | По фактору качества жизни | | | По фактору чел. потенциала | | | Интегральная оценка |
|---------------------|------------------------------|--------------------|-----------------------------------|---|--|-----------------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------|---|---------------------|
| | По уровню развития экономики | По росту экономики | В целом по экономическому фактору | Производство научных знаний и технических инноваций | Применение научных знаний, технологий, новой техники | В целом по инновационному фактору | Денежные доходы населения | Условия жизни населения | В целом по фактору качества жизни | Субфактор демогра | Субфактор образования | В целом по фактору человеческого потенциала | |
| Республика Беларусь | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Брестская область | 14 | 53 | 34 | 23 | 12 | 17 | 34 | 63 | 54 | 77 | 36,2 | 57 | 40,5 |
| Витебская область | 8 | 58 | 33 | 38 | 34 | 36 | 23 | 47 | 39,5 | 44 | 36,4 | 40 | 37,13 |
| Гомельская область | 20 | 64 | 42 | 28 | 55 | 42 | 21 | 48 | 39,6 | 55 | 30 | 42 | 41,4 |
| Гродненская область | 19 | 70 | 44 | 21 | 9,3 | 15 | 15 | 58 | 45 | 48,8 | 39 | 44 | 37 |
| г. Минск | 100 | 57 | 78 | 80 | 74 | 77 | 70 | 71 | 71 | 60 | 80 | 70 | 74 |
| Минская область | 55 | 93 | 74 | 14 | 24 | 18,9 | 17 | 38 | 32 | 48,9 | 12 | 31 | 39 |
| Могилевская область | 2 | 4 | 3 | 14,3 | 22 | 18,4 | 2 | 36 | 26 | 47 | 34 | 41 | 22 |

Преимущества региона остаются условия жизни населения региона (63 балла, 2 место) и демографическая составляющая конкурентного потенциала (77 баллов, 1 место). Повысились в 2014 году конкурентные свойства Брестской области по динамике роста экономики (14 баллов, 7 место в 2011 году, и 53 балла, 6 место в 2014 году). По денежным доходам Брестский регион переместился с седьмого места в 2011 году на второе в 2014 году.

Таблица 1 – Оценки по факторам и субфакторам и интегральной оценке конкурентной привлекательности регионов Республики Беларусь в баллах, 2014 г.



- 1 -Уровень развития экономики
- 2 - Динамика роста экономики
- 3 - Производство научных знаний и технических инноваций
- 4 - Применение научных знаний, технологий, новой техники
- 5 - Денежные доходы населения
- 6 - Условия жизни населения
- 7 - Субфактор демографического развития региона
- 8 - Субфактор образования
- 9 - Интегральная оценка

Рисунок 1 - Сопоставление балльных оценок конкурентных свойств по 8 субфакторам и интегральному показателю конкурентоспособности Брестского региона, 2011 и 2014 годы

Порядковый номер региона в общем рейтинге конкурентоспособности не полностью характеризует его место среди регионов Республики Беларусь. Если весь диапазон шкалы (от 74 у Минска и до 22 баллов у Могилевской области) разделить на пять равных отрезков, то можно увидеть, в какую группу попадает тот или иной регион по конкурентоспособности.

Первая (высшая) группа регионов разместилась в диапазоне от 74 до 63,6 баллов включительно. В эту часть диапазона попал один регион - г. Минск, который отнесен к группе с *высокими конкурентными свойствами*. Следующие два участка диапазона от 63,6 до 53,2 балла (группа с повышенной конкурентной привлекательностью) и от 53,2 до 42,8 баллов остались без регионов. Все остальные регионы разместились в участках диапазона конкурентоспособности по интегральной оценке от 53,2 до 22 баллов - места с *пониженными или низкими конкурентными свойствами*.

В таблице 2 приведены данные о распределении регионов по группам конкурентоспособности с указанием численности населения, проживающего в этих регионах. *79,6 % населения нашей страны проживает в регионах с пониженными или низкими конкурентными свойствами.*

Таблица 2 - Ранжирование и группировка регионов по интегральной оценке конкурентной привлекательности, 2014 г.

| Регион | Интегральная оценка конкурентной привлекательности | Группа по уровню конкурентной привлекательности | Численность населения по группе регионов, тыс. чел. | Удельный вес по группе регионов % ко всем жителям РБ |
|---------------------|--|---|---|--|
| г.Минск | 74 | 1 | 1 938,2 | 20,4 |
| Гомельская область | 41,4 | 4 | 6471,9 | 68,3 |
| Брестская область | 40,5 | 4 | | |
| Минская область | 39 | 4 | | |
| Витебская область | 37,13 | 4 | | |
| Гродненская область | 37 | 4 | | |
| Могилевская область | 22 | 5 | 1070,8 | 11,3 |

Еще ниже результаты конкурентных свойств по интегральному показателю конкурентоспособности регионов Республики Беларусь были в 2011 году.

Пониженная конкурентная привлекательность регионов будет приводить к тому, что как рабочие места, так и население последних групп регионов будут постоянно перемещаться в регионы с более высокими конкурентными свойствами.

Изучение теоретических основ конкурентоспособности регионов, проведенное в данной работе, позволяет нам сделать следующие выводы:

1. Интеграционные процессы, происходящие в мировой экономике, способствуют усилению конкуренции между фирмами, странами и регионами, а необходимость повышения своей конкурентоспособности признаётся как на страновом, так и региональном уровнях.

2. Сущность региональной конкурентоспособности заключается в способности регионов выдерживать конкуренцию со стороны других регионов в борьбе за население, предприятия, малый бизнес, инвесторов, туристов с целью устойчивого социально-экономического развития территории.

3. Конкурентоспособность в определяющей степени зависит от наличия конкурентных преимуществ, способности региональных органов власти их создавать и поддерживать.

4. Управление конкурентоспособностью региона предполагает проведение её оценки и использование в рамках регулирования социально-экономической политики широкого набора методов, в числе которых плановые, организационно-управленческие и экономические.

5. Оценка конкурентоспособности территории должна быть комплексной и учитывать разные факторы. Системные показатели, характеризующие развитие регионов, должны быть методологически сопоставимы и согласованы с соответствующими показателями макроуровня.

Рассмотренный пример по Брестской области показывает возможность проведения углубленного анализа конкурентоспособности отдельных регионов. Взгляд на свой регион относительно всей картины конкурентоспособности регионов страны очень важен для *анализа и выбора стратегии* повышения конкурентоспособности региона.

Список цитированных источников

1. Фатеев, В.С. Регулирование и координация государственной, региональной, институциональной и инновационной политики в Республике Беларусь и перспективы развития: МОНОГРАФИЯ / Е.Б. Дорина [и др.]; под ред. Е.Б. Дориной, В.С. Фатеева. – Минск: Издательство «Четыре четверти», 2011. – [276] с.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. – Мн.: Юнипак, 2015.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.belstat.gov.by](http://www.belstat.gov.by). – Дата доступа: 01.09.2015

УДК 65.0

Козлова Е.А., Панасюк В.Р.

*Научный руководитель: доцент, кандидат экономических наук
Граник И.М.*

ЖЕНЩИНА-РУКОВОДИТЕЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: КАКАЯ ОНА ДОЛЖНА БЫТЬ

Актуальность исследования роли женщины-руководителя в современном обществе обусловлена динамичным проникновением женщин в сферу управления экономикой. Повышается активность и масштаб участия женщин в предпринимательской, общественной и политической сферах.

Трудовой потенциал руководителей-женщин — это совокупность качеств, влияющих на их производственные возможности, определяющих их способности к выполнению управленческих функций и учитывающих уровень профессиональных знаний, накопленный опыт, психофизиологические особенности руководителей-женщин, нравственные качества, а также стремление к лидерству и развитию. Оценка эффективности использования трудового потенциала руководителей-женщин позволила выявить следующие особенности. Из опрошенных 150 женщин-руководителей города Бреста выделены следующие характерные им социально-демографические характеристики:

- образовательный статус респондентов: 46,0 % женщин получили высшее образование в вузах технического и гуманитарного профиля; 38,0 % женщин обучались в вузах экономического и управленческого профиля, 16,0 % - со средним специальным образованием, 3 % - имеют ученую степень кандидата наук;

- общий трудовой стаж респондентов: 6 -10 лет (16,0 %); 11-20 лет (28 %); 21-25 лет (36,0 %), более 25-ти лет (20,0 %),

- стаж работы респондентов в данной должности: 38,0 % женщин занимают руководящий пост от 3 до 5 лет; 16,0 %- 6-10 лет; 22,0 % - 11-15 лет; 11,0 % женщин менее двух лет являются руководителями, а около 13 % опрошенных находятся на данном посту уже более 15 лет;

- по брачному статусу руководители-женщины характеризуются следующим образом: 72,0 % - состоят в зарегистрированном браке; 8,0 % - не замужем, 20 % - в разводе.

Что касается распределения респондентов по отраслям экономики в рамках г. Бреста, то имеют место следующие результаты (удельный вес в % от общего числа опрошенных): промышленность – 9 %; здравоохранение и социальное обеспечение – 18 %; строительство – 2 %; оптовая и розничная тор-

говля – 20 %; жилищно-коммунальное хозяйство – 6 %; наука и образование – 13 %; культура и искусство – 15 %; финансово-кредитная система – 17 %.

Работая, женщина испытывает удовлетворение от возможности улучшить материальное положение семьи - отметили 34,0 % опрошенных, от возможности реализации своих способностей — 31,0 %, от сознания того, что она вносит свой вклад в общественное производство и укрепление личной экономической самостоятельности, - 24,0 %, от желания быть в коллективе - 6,0 %, от возможности профессионального роста - 6,0 %.

Наиболее предпочтительной формой повышения квалификации руководителей-женщин является самообучение — 43 %, в то же время готовы обучаться на курсах по профессиональной подготовке и переподготовке – 37 % респондентов и 20 % - готовы на взаимное консультирование руководителей.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о наличии существенных резервов повышения трудового потенциала руководителей-женщин, позволяющих повысить их конкурентоспособность на рынке управленческого труда.

С позиции теории и практики управления, современное общество не может пренебрегать теми возможностями, которые дает ему хорошо организованный квалифицированный труд руководителей-женщин. Постоянный рост трудового потенциала руководителей-женщин и повышение эффективности его использования обеспечивается за счет использования имеющихся у женщин организационных, экономических, социальных и психологических резервов. В управленческом труде женщин-руководителей целесообразно выделить следующие основные особенности и тенденции:

1. Занятая женщина на рынке труда, а особенно в отрасли управления, испытывает удовлетворение от возможности улучшить материальное положение семьи, от возможности реализации своих способностей, от сознания того, что она вносит свой вклад в общественное производство и укрепление личной экономической самостоятельности, от желания быть в коллективе, от возможности профессионального роста.

2. Наиболее предпочтительной формой повышения квалификации руководителей-женщин является самообучение. В то же время они готовы обучаться на курсах по профессиональной подготовке и переподготовке, а также использовать практику перекрёстного консультирования руководителей.

3. Руководитель-женщина обладает своим стилем управления, отличным от мужского. Успеха в менеджменте женщины достигают не в результате копирования мужского стиля управления, а посредством творческого использования своих способностей, реализации внутренне присущих только женщине черт и особенностей.

4. Среди черт, способствующих успеху, женщины-руководители считают умение налаживать контакты с людьми, добросовестность и ответственность, умение доводить начатое до конца, стремление всему научиться, женскую интуицию и хитрость.

5. Мотивами успешной карьеры руководители-женщины выделяют возможность творчества, самореализации, полного раскрытия своих профессиональных возможностей.

6. Руководители-женщины являются сторонниками строгого контроля при условии принятия коллективных решений внутри своей команды. Отличительной особенностью работы руководителей-женщин с персоналом является не столько стремление к жёстким санкциям, сколько желание обеспечить необ-

ходимые условия для сотрудников с целью минимизации наказаний. Более 80 % руководителей-женщин свой стиль характеризуют как демократичный с разумным сочетанием жесткости, интуиции и дипломатичности.

7. При управлении конфликтами руководители-женщины больше склонны к социальному партнерству, чем к подавлению своим мнением других. Конфликтную ситуацию на рабочем месте руководители-женщины в основном разрешают ясным изложением своих позиций и отказом от дальнейших споров.

8. В условиях риска руководители-женщины выбирают более осторожные стратегии и настроены на постепенные преобразования без ориентации на моментальный прорыв, что делает их действия весьма эффективными в ситуации неопределенности.

Особенности трудового потенциала руководителей-женщин служат свидетельством высокого управленческого потенциала, которым обладают женщины и который может открыть для Беларуси новые возможности экономического развития.

Список цитированных источников

1. Беларусь: международные рейтинги и национальная статистика / <http://mfa.gov.by/upload/123/january2015rus.pdf>
2. Женщина-руководитель. Все за и против [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krasota.uz/interesno/4755>
3. Барышева, А. Что бы у фирмы было «завтра» // Управление персоналом. – 2000. - №5. - С. 49-52.
4. Белядский, Н.П. интеллектуальная техника менеджмента: Учебное пособие / Н.П. Беляцкий. - Минск: Новое знание. – 2001. – 320 с.
5. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер: для рук-ля практика. Пер. с англ. – М.: Дело, 2012.
6. Гибсон, Дж. Л. Организации: Поведение, структура, процессы: пер. с англ.: учеб. для вузов / Дж. Л. Гибсон, Д.М. Иванцевич, Д.Х. Доннелли. - 8-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2006. – 662 с.
7. Кадровый рекрутинг: карьера // Управление персоналом. - 2008. - №12. С.18-50.
8. Карезин, В. Самый главный экзамен // Управление персоналом. - 2014. - №5. - С.47-48
9. Коробейников, А. Жизнь и карьера // Пробл. теории и практики упр. - 2013. - №6. - С.77-81.

УДК 658.51

Бердник К.О.

Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ SCOR-МОДЕЛИ

Значительную долю экономики в Республике Беларусь занимает отрасль строительства, которая является основополагающей в создании строительного продукта массового пользования. Сегодня строительные организации самостоятельно выбирают стратегию развития организации, отличную от других предприятий отрасли, с целью создания конкурентной среды. Логистическое управления процессами является одним из существующих преимуществ строительной фирмы. Моделирование цепи поставок строительного процесса позволит свести к минимуму ряд проблем, с которыми сталкивается организация, таких как:

1. Неполная загрузка производственных мощностей предприятий стройиндустрии;
2. Постоянный рост цен на строительные материалы и топливо;
3. Отсутствие гибкости участников строительного цикла;
4. Отсутствие постоянных заказов у производителей строительной организации;
5. Отсутствие координации деятельности в процессе строительства.

Моделирование процессов позволяет не только определить, как компания работает в целом, как взаимодействует с внешними организациями, заказчиками и поставщиками, но и как организована деятельность на каждом рабочем месте. Моделирование бизнес-процессов в строительной отрасли – это эффективное средство поиска путей оптимизации деятельности строительной организации, средство прогнозирования и минимизации рисков, возникающих на различных этапах строительного процесса. Этот метод позволяет дать стоимостную оценку каждому отдельному процессу и всем бизнес-процессам организации в совокупности, а также наглядно увидеть проблемные места строительной деятельности и своевременно найти источник их возникновения, а также показатели, которые необходимо улучшить, для устранения проблемных мест. Следовательно, в случае возникновения отклонений в работе, излишков или дефицитов в существующей модели необходимо преобразовать, заменить или исключить данный процесс и внедрить его в данную схему описания бизнес-процессов [1].

Для эффективного процесса оптимизации модели строительного предприятия существуют определенные требования. Во-первых, существующая модель должна быть максимально простой, должны легко прослеживаться все взаимосвязи между элементами. Во-вторых, модель должна быть достаточно точной и обоснованной, чтобы не допустить включения в модель убыточных процессов.

Процесс усовершенствования модели бизнес-процессов должен иметь соответствующий порядок моделирования. После завершения каждого шага необходимо осуществлять проверку модели, в случае, если проверка показала отрицательный результат, следует вернуться и проделать этот шаг заново.

Первый шаг оптимизации модели реализует трактовку проблемы цепи поставок, которая должна быть сформулирована через цели. На выходе данного шага предприятие должно получить сведения об источнике возникновения проблемы, а также описание улучшений с точки зрения целей.

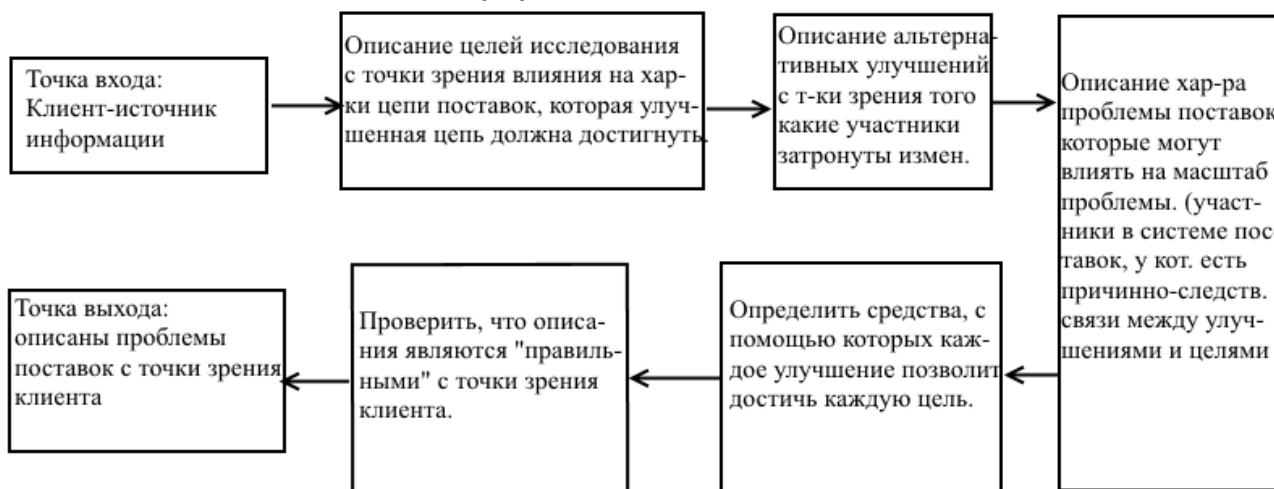


Рисунок 1 – Шаг 1: описание проблемы с точки зрения клиента

На втором шаге осуществляется измерение целей предприятия с помощью показателей эффективности SCOR. В данном случае предприятие осуществляет описание базовых процессов, необходимых для расчетов по каждой цели на основании SCOR-языка, то есть метрик.

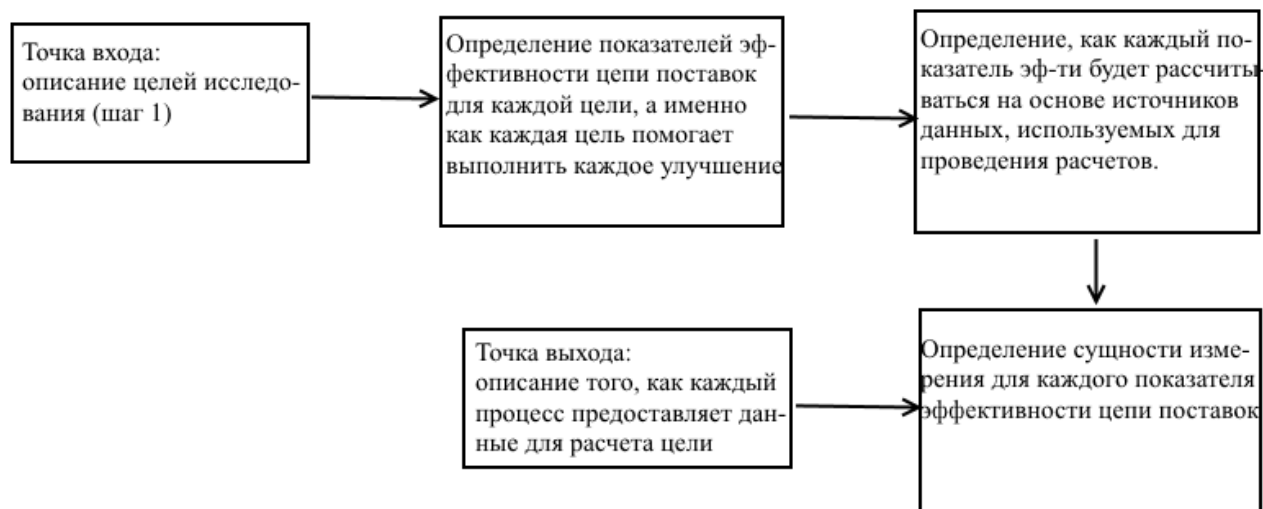


Рисунок 2 – Шаг 2: определение порядка измерений по каждой цели

На третьем шаге организации необходимо определить, как должно быть представлено улучшение, то есть предоставление информации по каждому бизнес-процессу «как было → как должно быть».

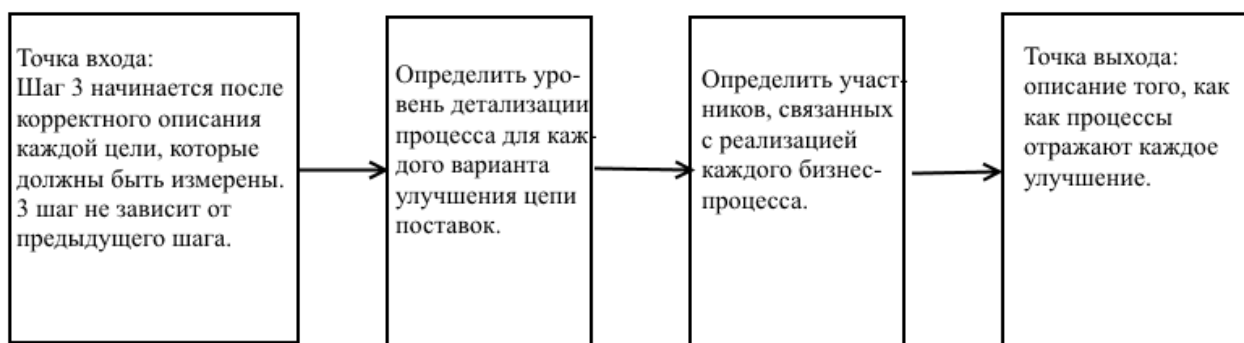


Рисунок 3 – Шаг 3: Определение порядка представления каждого улучшения

На четвертом шаге детализируются элементы структуры бизнес-процессов, которые входят в модель, определение процессов, которые должны быть смоделированы. Таким образом, предприятие составляет полный список процессов-участников, входящих в модель, а также возможных кандидатов для включения, то есть посредников. Данный процесс может осуществляться согласно реальной практике.

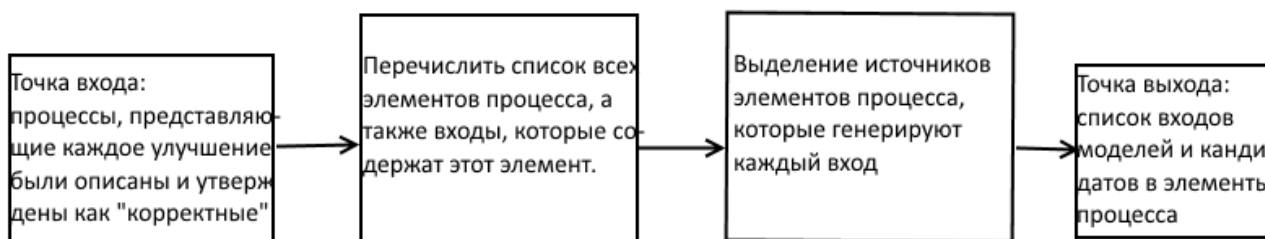


Рисунок 4 – Шаг 4: определение входов и источников модели

Пятый шаг посвящен детализации уровня процесса, необходимого для оптимизации модели. Требуется сформулировать участников модели, их взаимосвязи, которые представляют ценность для предприятия.

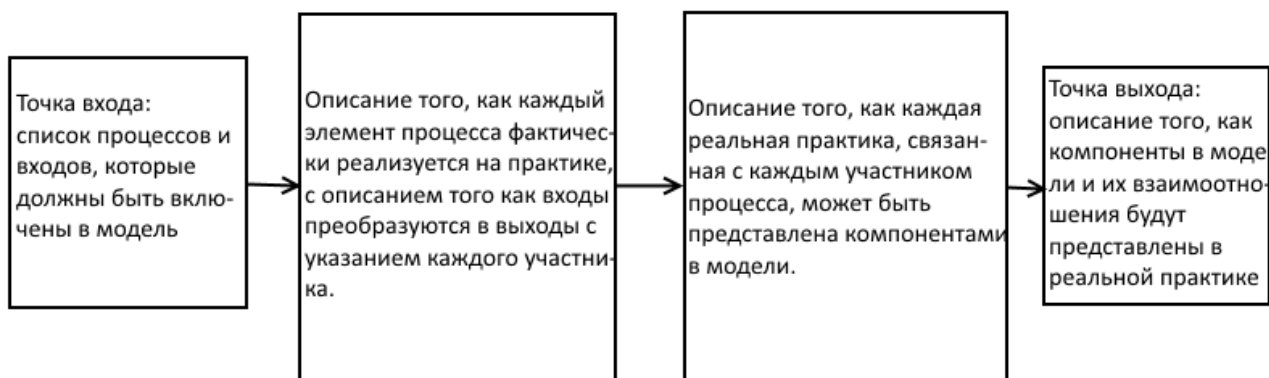


Рисунок 5 – Шаг 5: описание уровня детализации

Заключительный шестой шаг ориентирован на моделирование бизнес-процессов всего предприятия, учитывая уровень оптимизации, а также документацию и проверку усовершенствований модели.

Таким образом, оптимизация модели бизнес-процессов возможна при последовательном прохождении 6 шагов.

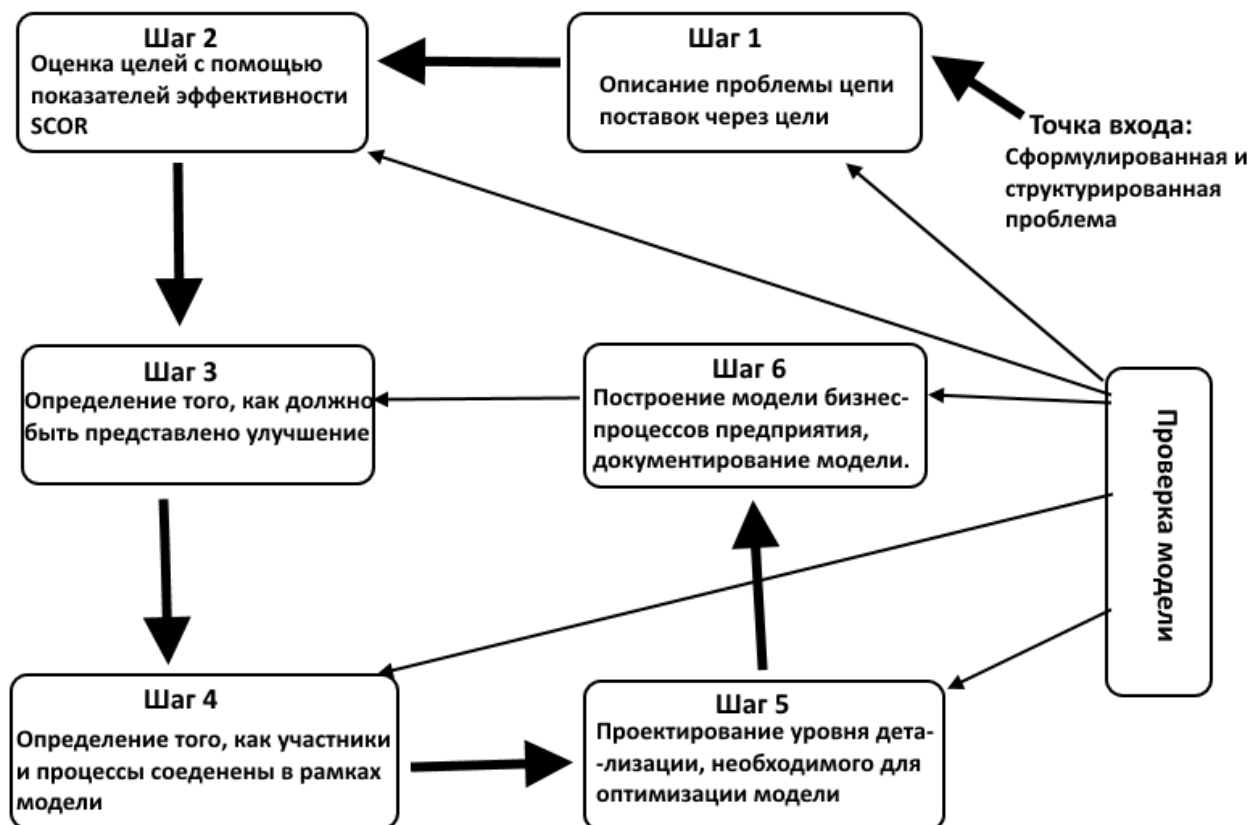


Рисунок 6 – Этапы оптимизации модели бизнес-процессов

Возможности SCOR-модели в области строительства широки, начиная от планирования, описания и контроллинге цепи поставок, заканчивая управлением каждым процессом на всех уровнях детализации модели, а также нахождение вариантов повышения ее эффективности. Использование данной мо-

дели на белорусском рынке в строительных организациях ограничено, в связи с неблагоприятной экономической средой, так как процессы и затраты на предприятии при использовании SCOR-модели должны быть максимально прозрачны для достижения наибольшей точности в моделировании, а также из-за отсутствия самого понимания логистического управления процессами в строительстве. Однако существует вероятность, что распространение SCOR-модели управления цепями поставок в Беларуси сможет положительно повлиять на новые, молодые строительные компании, которые только начинают выстраивать свои цепи поставок.

Список использованных источников

1. Методы и средства моделирования бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.seun.ru/upload/iblock/74e/modelirovanie_i_analiz_biznes_protsessov.pdf – Дата доступа: 22.04.2016.

УДК 658.512.6

Бердник К.О.

Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СТРОИТЕЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ С ПОМОЩЬЮ ЭТАЛОННОЙ SCOR-МОДЕЛИ

В последнее время в Республике Беларусь наблюдается тенденция развития современных логистических подходов в управлении процессами на предприятии. Управление цепями поставок является одним из самых существенных изменений модели ведения бизнеса. Достижение наибольшего результата с помощью построения логистической цепи возможно при высокой степени интеграции между участниками логистического процесса. Наибольшая степень рассогласованности целей процессов наблюдается в строительной сфере Республики Беларусь. На сегодняшний день процесс проектирования и непосредственно строительного производства носит хаотический порядок. Отсутствует координация процессов товарно-материального движения, включая закупку строительных материалов, координация в управлении запасами и производстве строительной продукции, а также интеграция технологических процессов строительной организации, ее партнеров, материальных и информационных потоков. Следовательно, отечественные строительные комплексы не могут составить конкуренцию зарубежным организациям строительной отрасли, эффективно использующим логистические системы управления процессами строительного производства.

Логистическая система в строительной отрасли есть экономически упорядоченная совокупность логистических целей, которые возникают и взаимосвязанно функционируют в процессе производства и реализации строительной продукции.

Достижение экономической интеграции интересов участников логистической системы в строительном производстве возможно с помощью метода моделирования. Для описания объекта моделирования, то есть строительной организации, наиболее гибким является процессный подход, так как он заключается в детализированном описании бизнес-процессов в цепи поставок на различных уровнях с целью достижения наибольшей координации. Таким ин-

струментом в решении задачи моделирования является разрабатываемая и продвигаемая в настоящее время Советом по цепям поставок SCOR-модель. Однако практическое применение данной модели с целью совершенствования существующей деятельности в сфере строительного производства методом моделирования в Республике Беларусь не наблюдается.

SCOR-модель позволяет использовать единые процессы внутри логистической цепи для сравнения «как есть» и как «должно быть». Данная модель состоит из типовых бизнес-процессов, горизонтальных и вертикальных связей, собственного языка и правил составления модели цепи поставок, которые каждое предприятие приспособливает под свою специфику. Применение SCOR-модели позволяет достичь комплексного прохождения материального потока по цепи поставок. Преимущество SCOR-модели состоит в графическом представлении проходящих на строительной фирме бизнес-процессов, что позволяет наглядно оценить сетевую структуру организации. Помимо того, в SCOR-модель, с помощью существующих инструментов, возможно выявление «узких мест» фирмы, а также нахождения возможных альтернативных вариантов построения цепи, исключая проблемные места.

SCOR-модель основывается на стандартном описании процессов управления цепями поставок и правилах приведения к стандартным характеристикам и функциям, а также стандартизации взаимоотношений между бизнес-процессами. В общем случае в SCOR-модели участники цепи поставок выполняют пять базисных бизнес-процессов:

1. Make («делать») – операции, связанные с производством товара (физического продукта или услуги).

2. Source («снабжать»)-операции, связанные с получением предметов снабжения для производства товара или его продажи.

3. Deliver («доставлять»)- операции по реализации строительного продукта потребителям как собственными подразделениями фокусной компании, так и ее контрагентами в цепи поставок.

4. Return («возвращать»)- операции, связанные управлением возвратными материальными потоками- с возвратом бракованной продукции, оборотной тары, утилизацией отходов или брака.

5. Plan («планировать») объединяет и координирует деятельность всех участников цепи поставок и является интегрирующим элементом SCOR-модели [1].

Глубина детализации процессов определяется пирамидой из четырех уровней, которые проходит компания к совершенствованию своей цепи поставок.

На первом уровне дается характеристика деятельности контрагентов цепи поставок, ключевых бизнес-процессов с учетом спецификации предприятия. Все бизнес-процессы предприятия распределяются на 5 базисных групп: Plan, Source, Make, Deliver, Return. На этом этапе компания формирует основные цели для каждой из базисных групп. На 2 уровне формируются основные направления процессов, уже внесенные в базу SCOR-модели, которые могут быть структурными элементами конкретной цепи поставок на предприятии. То есть фирмы могут сами выстраивать идеальные или фактические процессы для конкретной специализации. На 3 уровне определяются операции, связанные с выбранным процессом на втором уровне. На 4 описываются показатели по каждой операции, проходящей внутри системы. То есть установление метрик SCOR-модели. Так же определяются процедуры усовершенствования по-

казателей, однако они не установлены в SCOR-модели, так как являются уникальными для каждой организации [2].

В зависимости от выбранной детализации, каждая операция может подразделяться на элементарные функции.

Для наглядного представления данных процессов по каждому из уровней можно рассмотреть поэтапное составление модели бизнес-процессов строительного предприятия.

1. На первом этапе описывается стратегия предприятия, вплоть до 4 уровня. Определение стратегии, целей фирмы включает в себя базисный процесс Plan.

Планирование осуществляется по 5 направлениям: P1.План цепи поставок, P2.План снабжения, P3.План производства, P4.План поставки или реализации, P5.План возвратов.

Планирование цепи поставок (P1.) определяет стратегические цели предприятия, для решения которых фирма решает вопросы, на какой стадии развития находится, выявляет свои слабые и сильные стороны, возможных конкурентов, экономические условия, уровень технологии создания продукта. Для описания планирования цепи поставок выполняются следующие операции:

P1.1 – определение целей предприятия: снижение затрат на строительство, совершенствование уровня технологии, достижение определенных результатов.

P1.2 – определение путей их достижения

P1.3 – оценка ресурсов: уровень развития техники, движущие силы конкуренции, собственные финансовые средства и материальные ресурсы.

Этот этап является основополагающим в описании бизнес-процессов. Важно четко указать цели строительной организации, и оценить возможности.

На процессе Планирование снабжения (P2) решается вопрос о выборе и учете сырья, для производства продукции. Ставится вопрос: заказывать зарубежное сырье или отечественное? Рассчитывается целесообразность заключения контрактов с иностранными контрагентами. Данный процесс включает следующие операции:

P2.1 – расчет потребности: уровень обеспеченности потребностями подразделений, интервал между поставками, размер поставки.

P2.2 – учет имеющихся запасов: оборачиваемость запасов, среднесуточное потребление строительных материалов, уровень страхового запаса.

P2.3 – выбор поставщика: качество материально-технических ресурсов, надежность поставщика, время поставки, отдаленность поставщика, общие затраты на поставку.

P2.4 – заключение контрактов на поставку: затраты на составление контрактов.

Основным является процесс планирования производства (P3.), от которого зависят график снабжения и поставки. На процессе планирования производства стоит вопрос «что производить» (конструкция сооружения, выбор места расположения), технология производства, а также оценивается возможность производства, в зависимости от имеющихся мощностей и рыночных условий. Таким образом, главной целью является:

P3.1 планирование удовлетворения потребностей по мере возможностей рыночного спроса: уровень спроса на строительную продукцию, потребительские возможности приобретения, актуальность данного сооружения.

При реализации процесса планирования поставки или реализации (P4.) могут возникнуть убыточные процессы, влияющие на рентабельность всего бизнеса, так как на данном этапе решаются такие задачи, как:

P4.1- выбор рынка реализации (отечественный или зарубежный) : сегмент рынка, регион реализации проекта.

P4.2- организация транспортного хозяйства (создавать свой транспортный парк или прибегнуть к специализированным компаниям).

P4.3- организация складского хозяйства (собственный склад или аренда площадей).

Таким образом, если складирование строительных материалов осуществляется в незначительных объемах и сразу большая часть запасов идет на строительное производство, что приводит к простоям складских площадей, то рациональнее пользоваться услугами аренды. Возможно также совместное пользование с другими организациями, что наглядно уменьшит затраты на складирование, Так же и с транспортом: нерационально иметь в собственности транспортный парк, если строительные работы осуществляются сезонно.



Рисунок 1 – Описание стратегии предприятия с помощью SCOR-модели

2. На следующем этапе, согласно планированию ресурсов, производства и реализации, определенном на 1 этапе, более подробно описывается каждый из ключевых процессов, определяющих деятельность предприятия. Каждый базисный бизнес-процесс имеет свой перечень стандартных подпроцессов согласно наилучшей практике. На данном этапе выбираются конкретные процессы снабжения, производства и реализации объекта, ориентированные на достижение стратегии планирования.

Данные процессы: source, make, deliver взаимосвязаны в зависимости от выбранной стратегии. Таким образом, если организация ориентирована на производство строительного продукта на склад, то есть с целью выполнения государственного плана, что крайне распространено в Республике Беларусь, то и процессы будут исходить из выбранного направления. Например S1→M1→(D1;D4) или, при использовании на предприятии микрологистиче-

ской системы тянущего типа, схема бизнес-процессов подстроится под процессы S2;S3→M2;M3→(D1;D2;D3;D4). Следовательно, многие процессы, занесенные в базу данных SCOR-модели, могут быть не использованы.



Рисунок 2 – Описание основных бизнес-процессов на предприятии

3. Последним этапом является организация возвратов на основании базисного процесса Return, а также запуск модели, то есть обеспечение всех процессов.

Таким образом, модель бизнес-процессов будет выглядеть следующим образом.

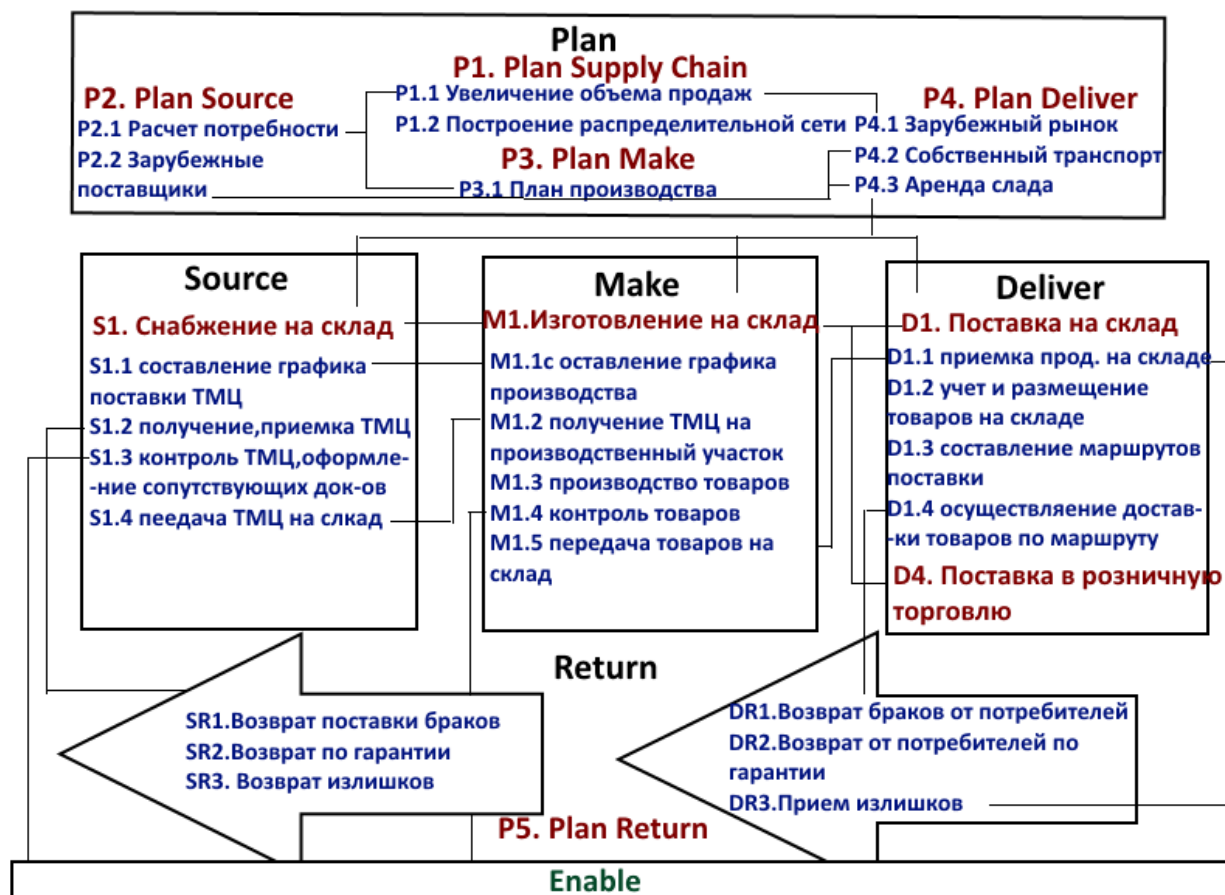


Рисунок 3 – Схема взаимодействия бизнес-процессов на предприятии с использованием SCOR-модели

Такое развернутое представление бизнес-процессов строительного предприятия позволит, во-первых, наглядно увидеть проблемные места организации и своевременно найти источник их возникновения, а также показатели, которые необходимо улучшить, для устранения проблемных мест. Во-вторых, координировать процессы движения материалов во взаимодействии с информационными потоками, участников логистического процесса, а также функций планирования, организации и контроля потоков в строительной сфере. Ведение строительного бизнеса через призму логистического управления позволит улучшить координацию и контроллинг процессов цепи поставок и, как следствие, сделать строительную продукцию, а также строительные организации более конкурентоспособными.

Список цитированных источников

1. Основные SCOR- процессы [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.lfa.ru/SCOR_processes.html . – Дата доступа: 19.04.2016.
2. Уровни SCOR- процессов [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.lfa.ru/SCOR_Levels.html . – Дата доступа: 20.04.2016.

УДК 314.174

Бердник К.О., Наумчик С.Г.

Научный руководитель: старший преподаватель Сметюх А.В.

АНАЛИЗ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Демографическое развитие представляет одну из важнейших характеристик современных социально-экономических изменений и преобразований и определяется сложным взаимодействием комплекса факторов. Демографическая среда является, с одной стороны, результатом политических, экономических, социальных, демографических факторов развития Республики Беларусь, а с другой – причинами сложившейся ситуации. Демографические процессы отражают не только тенденции прошлого и настоящего, но и закладывают почву для будущих социально-экономических отношений и демографического развития.

Сегодняшняя демографическая ситуация в Республике Беларусь оценивается многими специалистами не просто как критическая, но как глубокая депопуляция. Результатом демографического кризиса стало сокращение населения, которое началось после 1994 года. По данным Белстата, количество населения снизилось с 10,19 миллионов человек в 1991 году до 9,47 миллионов человек в 2015 году. В последние годы сокращение населения замедлилось, а в 2014 году даже наблюдался незначительный рост. Причинами роста рождаемости стали меры экономической политики, направленные на стимулирование рождаемости. Развитие здравоохранения и экономическая стабилизация помогли снизить смертность, особенно среди мужчин. Однако, согласно прогнозам ГНУ "НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь", численность населения вскоре опять начнет снижаться, и к 2036 году составит 9,41 миллиона человек [1].

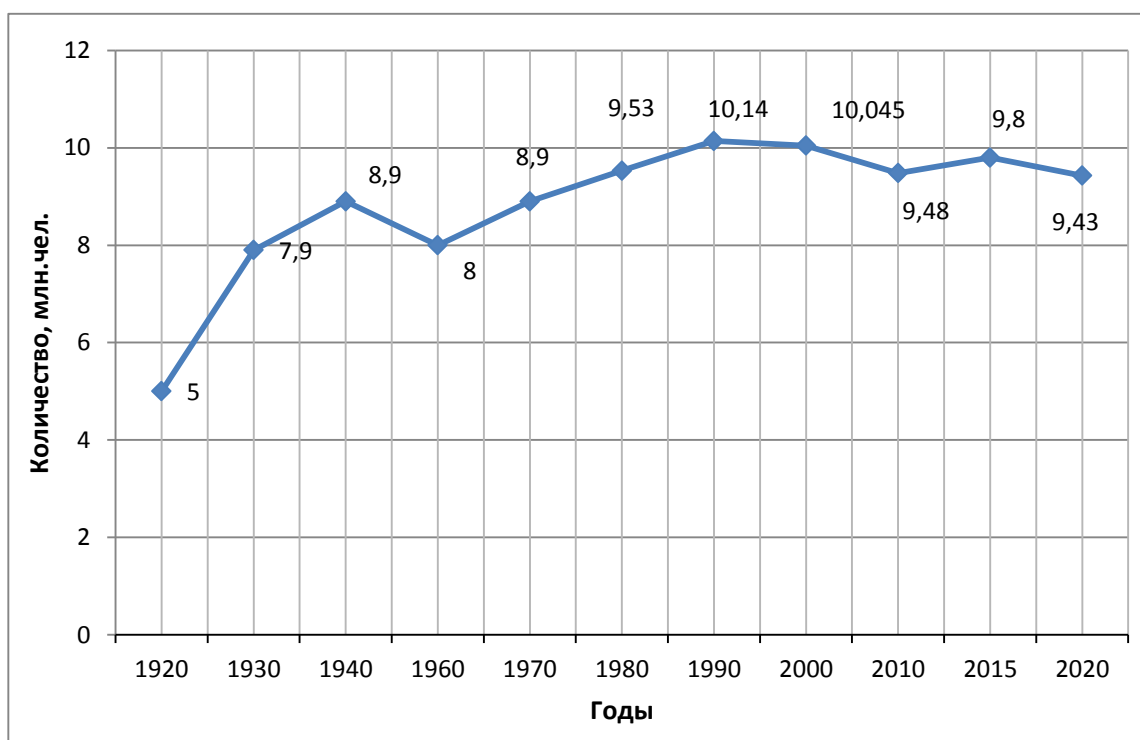


Рисунок 1 – Динамика численности населения Республики Беларусь

Депопуляция в Республике Беларусь характеризуется процессом естественной убыли населения, представляющей потенциальную угрозу устойчивому развитию государства и национальной безопасности. В нашей стране коэффициент депопуляции составляет 1,57 при предельно допустимом значении 1,0. Особенностью процесса депопуляции населения в Беларуси является одновременное снижение рождаемости и увеличение смертности. Общий коэффициент рождаемости по сравнению с 1990 г. снизился с 14,0 до 9,9 на 1000 чел. Современные параметры воспроизводства населения почти в 2 раза меньше, чем требуется для замещения поколений [2].

Главным отрицательным последствием снижения рождаемости являются несколько факторов, которые также влияют на демографическую ситуацию. Во-первых, ухудшение возрастной структуры населения, в которой растет доля пенсионеров, и отношение нетрудоспособного населения к трудоспособному. Во-вторых сокращение трудовых ресурсов из-за увеличения смертности, особенно в трудоспособном возрасте. В Беларуси на 2015 зарегистрировано более 2 млн 561,4 тыс. пенсионеров.

Согласно международным критериям, население считается старым, если доля лиц в возрасте 65 лет и старше в нем составляет 7 %.

По данным Национального статистического комитета в настоящее время каждый седьмой белорус, то есть 14 % жителей страны, находится в возрасте 65 лет и старше [3]. Такой процесс старения населения характерен для большинства европейских стран. Это обусловлено как невысокими темпами рождаемости, так и увеличением средней продолжительности жизни. Прямым следствием данного процесса является изменение в структуре нагрузки на трудоспособное население.

Следует отметить, что в настоящее время нагрузка на население трудоспособного возраста пожилыми людьми достигла максимального значения за всю послевоенную историю развития страны. На начало 2015 года на

1000 человек населения в трудоспособном возрасте приходилось 415 человек в возрасте старше трудоспособного, в 2009 году — 359 человек.

Коэффициент пенсионной нагрузки (отношение количества пенсионеров к количеству человек трудоспособного возраста) вырастет с 40 % в 2014 до 60 % уже в 2035. То есть, если сейчас на пятерых трудоспособных приходится два пенсионера, в 2035 их станет уже три. Согласно прогнозу ООН, к 2050 коэффициент пенсионной нагрузки достигнет уже 76 %, то есть на 4 работающих будет приходиться 3 пенсионера.

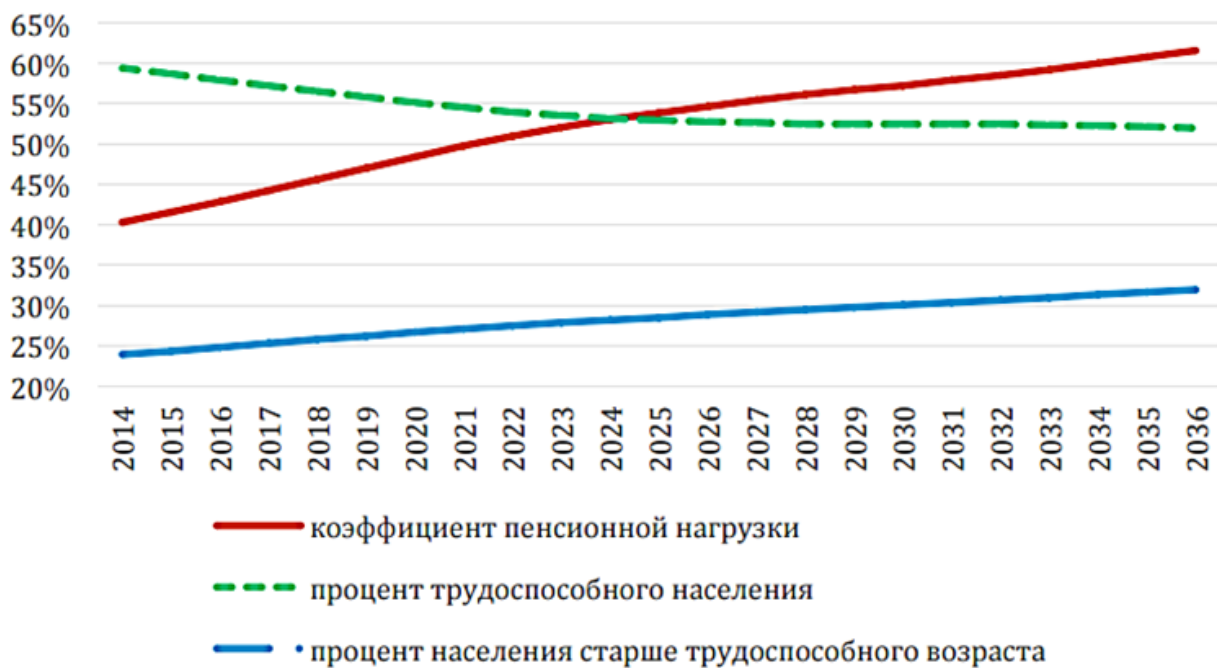


Рисунок 2 – Возрастная структура населения Республики Беларусь

Прогнозируется, что тенденция уменьшения численности трудоспособного населения сохранится, поскольку в данный возраст будут вступать малочисленные группы населения, рожденные в начале 90-х годов, характеризующихся низким уровнем рождаемости. Вместе с тем, из этой возрастной категории постепенно выходят поколения, родившихся в послевоенные годы, для которых был характерен рост рождаемости. Кроме того, при сохранении текущего пенсионного возраста количество человек в трудоспособном возрасте будет сокращаться. По прогнозу НИЭИ Минэкономики, процент трудоспособного населения будет падать даже на фоне небольшого сокращения населения в целом, что несомненно окажет негативный эффект не только на пенсионную систему, но и на ВВП.

На сегодняшний день ухудшающаяся демографическая ситуация негативно повлияет на ВВП Беларуси. Причиной такого негативного влияния является старение населения на фоне низкой рождаемости и, как следствие, сокращение населения в трудоспособном возрасте. В результате сокращается объем рабочей силы, а значит, сокращается и ВВП. Также сокращается ВВП на душу населения, потому что численность населения в работоспособном возрасте снижается на фоне сохранения количества нетрудоспособного населения, то есть на одного работающего будет приходиться больше несовершеннолетних и пенсионеров.

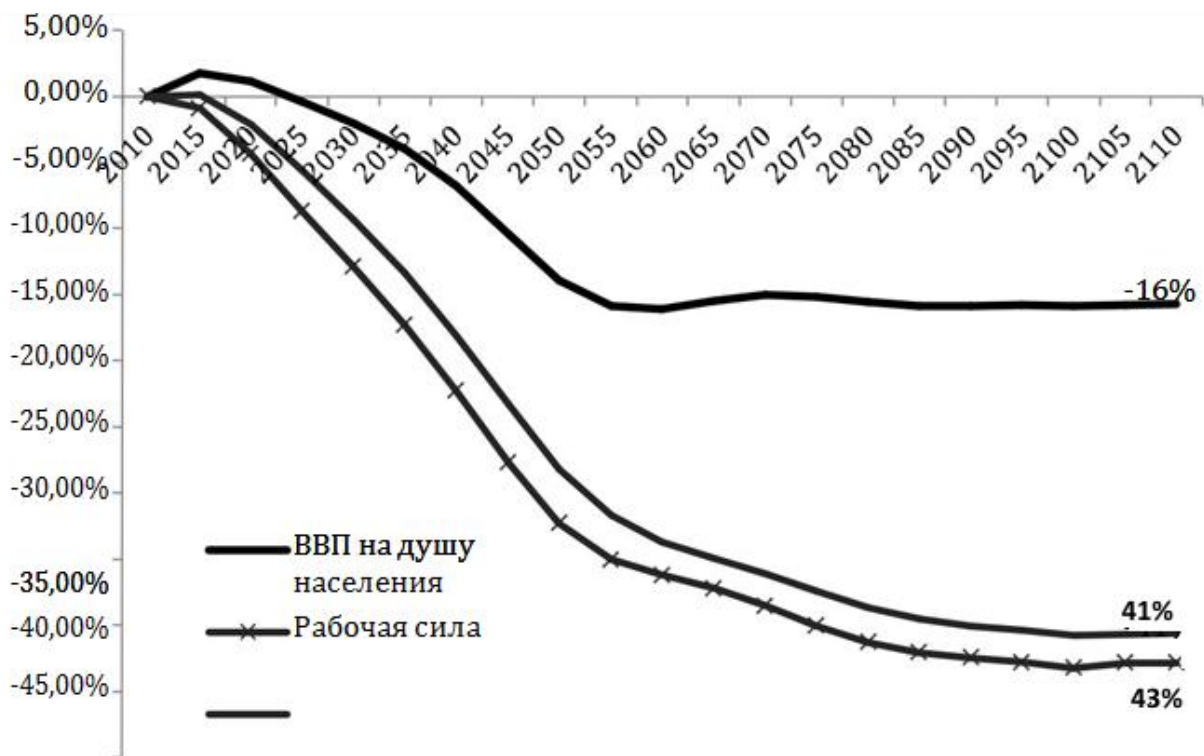


Рисунок 3 – Негативное влияние старения на экономические показатели

На Рисунке 3 изображено сокращение ВВП Беларуси из-за старения населения относительно ситуации, в которой нет старения населения. Как показывают расчеты, старение приведет к относительному сокращению ВВП на 28% уже к 2050 (то есть без старения населения ВВП был бы на 28% выше). ВВП на душу населения тоже сокращается из-за процесса старения. При этом стоит упомянуть, что рост производительности будет достаточным, чтобы преодолеть негативные эффекты от старения населения. Прогнозируется, что уровень ВВП к 2050 году увеличится на 60%. Однако он был бы еще выше, если бы не было старения населения.

Текущая возрастная структура населения, рост продолжительности жизни на фоне незначительного роста рождаемости и отсутствие роста количества населения станет серьезным вызовом для экономики Беларуси, что сделает текущую пенсионную систему несостоятельной. Следовательно, существующая пенсионная система в Республике Беларусь нуждается в преобразованиях, которые заключаются в сокращении гендерного разрыва, а именно выравнивание пенсионного возраста для мужчин и для женщин.

Список цитированных источников

1. Демографический потенциал Республики Беларусь: основные тенденции развития. [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskiy-potentsial-respubliki-belarus-osnovnye-tendentsii-razvitiya>. – Дата доступа: 20.04.2016.
2. Численность и естественный прирост населения [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/g/chislennost-i-estestvennyi-prirost-naseleniya/. – Дата доступа: 19.04.2016.
3. Удельный вес численности работающих пенсионеров в общей численности пенсионеров [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/sotsialnaya-zaschita-nseleniya/graficheskii-material-grafiki-diagrammy_10/udelnyi-ves-chislennosti-rabotayuschih-pensionerov-v-obschei-chislennosti-pensionerov/. – Дата доступа: 20.04.2016.

ТЕХНИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ СКЛАДА

Целью данной работы является исследование причин потерь товарно-материальных ценностей внутри предприятия, при движении товара на складе и разработка комплекса мер безопасности для каждого вида потерь.

Склады - это комплексы сооружений, в которых хранятся товарно-материальные ценности и оказываются складские услуги, поэтому вопрос обеспечения безопасности для них очень важен.

В основном потери товарно-материальных ценностей происходят внутри предприятия, при движении товара на складе. Основной причиной, которая приводит к потерям ТМЦ, является невыполнение исполнителями должностных инструкций и утвержденных технологических процессов, что является следствием ошибок, вызванных как усталостью или неподготовленностью сотрудников, так и сознательные мошеннические действия.

Как правило, потери имеют следующую структуру:

1. Ошибки персонала (ошибки при контроле сроков годности продукции, при приёмке товара);
2. Хищения (вынос/вывоз продукции за пределы склада либо её потребление прямо на складе, или исправления в документах и т. п.);
3. Несоблюдение условий хранения;
4. Пожары, потопы, обесточивания из-за неисправности оборудования и т. п.;
5. Порча складского оборудования (случайная или сознательная).

Для каждого вида потерь существует свой комплекс мер безопасности. К ним, в том числе, относится использование различных технических систем безопасности.

Под технической системой безопасности понимается система раннего обнаружения угроз предприятия от стихийных бедствий, несанкционированного проникновения нарушителей и ошибочных либо неправомерных действий персонала или клиентов предприятия с использованием технических средств обнаружения угроз. При этом обнаружение, а зачастую нейтрализация и даже ликвидация угроз осуществляются с помощью различных технических средств и методов [1].

Безопасность складского объекта можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Пожары, грабежи, стихийные бедствия - это внешние угрозы. Нарушения внутренней безопасности исходят от сотрудников, работающих на объекте. В основном это кражи, иногда совершаемые посторонними лицами по сговору с работниками склада. Борьба с воровством - задача службы безопасности склада. По статистике, около двух третей сотрудников склонны к совершению краж (при этом состав службы безопасности не является исключением). Такие моменты, как странные пометки на упаковках, исправления товарно-транспортной документации, нахождение продукции в неполюженном месте, а также слишком частые перекуры работников, являются тревожным сигналом для менеджера по безопасности [2].

Система безопасности не может противостоять всем угрозам, если хотя бы один из ее элементов уязвим. Есть разница между созданием на складе внут-

ренной службы безопасности, установкой технической системы безопасности и системой безопасности в целом. Система безопасности представляет собой некую концепцию, которая становится бизнес-процессом компаний, работающих в логистическом секторе.

Современный склад - это объект, который оснащен автоматизированными системами управления зданием и его инженерной инфраструктурой, которые можно объединить с техническими системами безопасности. Роли технических систем безопасности в таком комплексе - ограничение доступа на территорию и в здание, визуальный контроль, оперативное оповещение о всех нестандартных ситуациях.

Для каждого складского объекта разрабатывается концепция безопасности, под которой подразумевается безопасность экономическая, пожарная, информационная, физическая и т. д.

Основные положения концепции безопасности:

1. Выявить потенциальные угрозы, провести их статистический анализ, дать точную картину структуры возможных потерь на складе;
2. Сформировать общее видение всех заинтересованных сторон в вопросе обеспечения безопасности логистического объекта с учетом стратегических целей компании;
3. Сформировать оптимальный (с точки зрения соотношения «затраты-эффективность») комплекс систем безопасности с учётом наиболее вероятных угроз и рисков;
4. Обеспечить согласование различных элементов системы безопасности в рамках единой концепции;
5. Задать параметры оценки эффективности будущей системы безопасности [2].

Технические системы безопасности позволяют получать оперативную информацию о процессах, которые происходят в здании, а также вокруг него, и о неисправностях самих систем, помогают быстро реагировать на чрезвычайные ситуации. Они помогают владельцу сэкономить время и деньги. Прибегая к техническим системам безопасности, собственник и управляющий уменьшает число персонала, т. е. уменьшает издержки, связанные с человеческим фактором. Инвестиции в систему безопасности влияют на рост дохода компании (за счет снижения потерь), они нужны, чтобы предотвращать финансовые риски.

Установление технических систем безопасности помогает операторам складов уменьшать количество персонала, особенно сотрудников службы охраны. Здесь действует такой принцип: чем больше технических систем интегрируется между собой, тем меньше сотрудников требуется. Чем система более совершенна, тем меньше затрат нужно на её обслуживание.

Обеспечение санкционированных проездов и проходов в помещения осуществляется за счет системы контроля и управления доступом, которая включает шлагбаумы, считыватели, турникеты и т. д.

Установка электронных проходных позволяет контролировать перемещение персонала, осуществлять учет рабочего времени сотрудников и их нахождения на складе. Последнее особенно важно в случае возникновения чрезвычайных ситуаций - необходимо понимать, покинули ли сотрудники склад или еще находятся внутри него. Системой контроля доступа на складе оснащаются помещения бухгалтерии, проходы в служебные помещения, кабинеты ру-

ководства, входы на склад и т. д. Также на складе могут использоваться специальные средства защиты - например, металлодетекторы. Если на складе осуществляется этикетировка (нанесение на товар защитных меток), то могут использоваться и такие специальные средства, как противокражные системы.

Для защиты периметра и внутренних помещений применяется охранная сигнализация. Она устанавливается в нескольких зонах склада. Особенно уязвимыми в складских объектах считаются зоны приёма и погрузки товаров, а во внутренних помещениях - все оконные и дверные проемы. Сигнализационные зоны определяются экспертами исходя из планировки помещений и возможностей внутренней службы безопасности. В уязвимых местах устанавливаются разные приборы сигнализации - инфракрасные датчики движения, акустические датчики разбития стекла, лучевые датчики.

В крупных комплексах рекомендуется сочетание охранной сигнализации с системой охранного телевидения.

Система охранного телевидения:

- 1) обеспечивает визуальный мониторинг складских зон, что сводит к минимуму число сотрудников охраны;
- 2) является средством профилактики хищений и порчи товаров;
- 3) осуществляет запись и хранение изображений, которые могут быть использованы при проведении расследований хищений, порчи и т. п.;
- 4) визуально контролирует рабочий процесс [2].

Система охранного телевидения применяется, например, для произведения записи приёма товаров, передвижения грузов по складу и вплоть до момента передачи их перевозчику. Используя видеозаписи, можно обнаружить потерявшуюся в недрах хранилищ продукцию.

Видеокамеры могут размещаться в зонах наблюдения следующим образом: в зоне приёма/погрузки товаров, в секциях хранения продукции, в которых число камер может варьироваться от одной до шести; на территории комплектации заказов; в подсобных помещениях; при въезде на площадь комплекса [2].

При установке системы видеонаблюдения организуются, как правило, два автоматизированных рабочих места - одно для дежурных, следящих за событиями на складе, и второе для руководителя контрольно-пропускной службы.

Т. к. склад является местом, где хранится большое количество продукции, то обеспечение противопожарной безопасности является одной из важнейших задач.

Один из самых распространенных типов складов это универсальные помещения со стеллажным хранением (обычно 5-6 ярусов). Высота их потолков составляет 10-15 м. В них, как правило, образуются потоки тепла, которые при нагревании поднимаются вверх и могут спровоцировать ложные сигналы тревоги. Поэтому дымовые или тепловые детекторы в таких складах не рекомендуется устанавливать под потолком. Извещатели монтируются на промежуточных ярусных конструкциях (металлическая сетка, арматура). [2]

Для тушения пожаров в складах применяется многоярусная система водяного пожаротушения, то есть водяные оросители располагаются между стеллажами. Для того, чтобы изолировать складские и технологические зоны от огня, используются дренчерные установки тушения пожара с автоматическим или ручным управлением, которые создают водяные завесы [2].

Контролировать все вышеперечисленные системы на уровне людей очень сложно, тем более, что количество обрабатываемой информации увеличива-

ется, поэтому использование интегрированных систем безопасности является одной из главных тенденций на рынке.

Интегрированные системы, представляющие собой единый взаимосвязанный комплекс всех систем безопасности, которыми можно управлять с одного терминала, способны взять на себя часть функций, выполняемых персоналом [3].

В завершение статьи отмечу, что внедрение технических систем безопасности помогает сократить риски потери продукции, что важно для производителя; а также повысить конкурентоспособность складских площадей на рынке недвижимости. Но собственнику склада перед установкой систем безопасности нужно задуматься, нужны ли ему очень современные, но дорогие системы или можно воспользоваться вариантом попроще. Например, если склад небольшой и там только 1 проходная и 2 въезда, то нет нужды в интегрированной системе безопасности, т. к. информации, обрабатываемой оператором, будет немного. А вот на больших складах потребность в современных системах безопасности возрастает.

Список цитированных источников

1. Современные технические средства систем безопасности [Электронный ресурс]. – 2016.–Режим доступа: http://www.redov.ru/tehnicheskie_nauki/tehnicheskoe_obespechenie_bezопасности_biznesa/p2.php – Дата доступа: 09.05.2016.

2. Системы безопасности для складов [Электронный ресурс]. – 2016.–Режим доступа: http://www.lfa.ru/warehouse_security.htm – Дата доступа: 09.05.2016

3. Безопасность склада - особенности технических решений //технологии защиты, 3-2013 [Электронный ресурс]. – 2016.–Режим доступа: http://www.smt-vc.ru/press_centр/articles/bezопасnost-sklada-osobennosti-tekhnicheskikh-resheniy/ – Дата доступа: 10.05.2016

УДК 658.51

Парафенюк А.А.

Научный руководитель: доцент Омельянюк А.М.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ SCOR-МОДЕЛИ

Одной из особенностей преобразования народного хозяйства в нашей стране является временное функционирование элементов плановой экономики и появляющихся рыночных механизмов в различных отраслях хозяйства. Бывшие государственные промышленные гиганты, работавшие на выполнение определённого плана сверху, сейчас сталкиваются с проблемой реализации своей продукции, что во многом зависит от конкурентоспособности фирмы и товара на рынке, повышать которую должны они сами для поддержания предприятия на плаву. Такая ситуация создает новые условия для деятельности предприятий, которые, с одной стороны, должны придерживаться установленных правил и порядков хозяйствования, а с другой — активно заниматься поиском и анализом новых форм, методов и знаний осуществления деятельности и внедрения их в свою практику. Данная ситуация характерна и для рынка строительной отрасли Беларуси, так как в данном секторе преобладают фирмы с государственной формой собственности. Но в силу того, что сегодня эти фирмы имеют больше возможностей вести свою деятельность и

формировать стратегию развития, каждое предприятие старается добиваться индивидуальных конкурентных преимуществ. Очевидно, что одним из методов повышения конкурентоспособности предприятия является минимизация издержек (как общих, так и переменных). В связи с этим, каждая фирма пытается найти своё индивидуальное решение данного вопроса, которое смогло бы дать ей превосходство над другими фирмами рыночного сегмента [1].

Практика показывает, что одними из наиболее успешных методов повышения конкурентоспособности является внедрение логистического системного подхода и интеграция (как вертикальная, так и горизонтальная). Зарубежный опыт логистического подхода и создания цепей поставок (совокупности организаций, людей, технологий, процессов, информации и ресурсов, задействованных в продвижении продукта или услуги от поставщика к потребителю) был успешно заимствован нашими предприятиями, сегодня подобной формой ведения бизнеса никого не удивит. Однако для минимизации издержек необходим инструмент, который позволяет проанализировать эффективность работы как отдельных фирм механизма, так и всю цепочку доставки ценностей. В данном вопросе не существует какого-либо единого системного подхода, но существует единая цель – минимизация издержек и оптимизация работы цепи. К достижению данной цели каждое предприятие и руководство каждой цепи поставок подходят по-своему.

Весьма эффективное решение было найдено Европейским Советом по цепям поставок. В 1996 году данная организация разработала методику под названием SCOR. Основная цель данной методики – повышение эффективности анализа, планирования и проектирования цепей поставок за счёт построения индивидуальных моделей цепей поставок из общего базисного функционала системы. SCOR является референтной моделью, которая охватывает все аспекты взаимодействия с потребителями (от заказа до выставления счета), все транзакции (от поставщиков до потребителя), а также все рыночные взаимодействия (от понимания общих потребностей до исполнения конкретных заказов). При этом в SCOR-модель не включаются такие аспекты бизнес-деятельности, как маркетинг и продажи, технологические исследования и разработки, разработки новых продуктов, обслуживание клиентов после исполнения поставки. Внедрение SCOR позволяет сформировать индивидуальную бизнес-модель из имеющихся базисных процессов и подпроцессов [2].

Структура SCOR-модели:

В ядре модели имеется пять главных процессов, на которые «разбивается» вся цепь поставок:

- Планирование (Plan)
- Источник (Source)
- Производство (Make)
- Доставка (Deliver)
- Организация возвратных потоков

Каждый из главных процессов разбивается на подпроцессы для непосредственного описания индивидуальных видов деятельности конкретного предприятия.

Планирование:

1. Общее планирование цепи поставок (P1)
2. Планирование потребности в ресурсах и поиск поставщиков (P2)
3. Планирование производства (P3)
4. Планирование доставки (P4)
5. Планирование возвратов\послепродажного сервиса (P5)

Источник сырья:

1. Сырьё, имеющееся в наличии (S1)
2. Заказываемое сырьё (S2)
3. Давальческое сырьё (S3)

Производство:

1. Производство и размещение на складе (M1)
2. Производство под заказ (M2)
3. Производство разработанного под заказ товара (M3)

Доставка:

Доставка товара, имеющегося в наличии (D1)

Доставка под заказ (D2)

Доставка разработанного под заказ продукта (D3)

Доставка товара в розничную торговлю (D4)

Цепь поставок изображается схематично с использованием стандартов SCOR. Модель SCOR оказывает помощь в выборе типовых форм реализации институциональных отношений. Построением цепи поставок, используя условные обозначения и стандарты SCOR, минимизируются издержки для определения формы институциональных отношений и распределения рисков [3].

С точки зрения данной методики подавляющее большинство логистических цепей поставок могут быть стандартизированы, упорядочены и полностью описаны с использованием данных условных обозначений. Более того, SCOR даёт возможность сократить различного рода затраты. Действия схожего характера, которые происходят в цепи поставок снова и снова, могут быть упорядочены и оптимизированы. Модель постоянно обновляется, включая новые стандарты и процессы. Это позволяет сокращать расходы на логистику, увеличивать темпы товарооборота, минимизировать объём возвратов путём использования стандартизированного метода ведения логистической деятельности. Строительное производство, как и любое другое, может быть описано с помощью данной методики. Главное преимущество методики SCOR и логистического подхода в целом – универсальность. Отдельное внимание модель также уделяет возвратным потокам, которые присутствуют в строительной сфере.

Таким образом, SCOR-модель является универсальным инструментом для фирм строительной отрасли, позволяющим не только ускорить и облегчить переход на рельсы рыночного механизма, но и повысить конкурентоспособность за счёт оптимизации на всех уровнях.

Список цитированных источников

1. Методы и средства моделирования бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.seun.ru/upload/iblock/74e/modelirovanie_i_analiz_biznes_protsestsofov.pdf – Дата доступа: 22.04.2016.

2. Референтная модель организации цепей поставок [Электронный ресурс]. -2016. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Supply-chain_operations_reference - Дата доступа: 12.05.2016.

3. SCOR-модель [Электронный ресурс]. - 2015. – Режим доступа: http://www.lfa.ru/SCOR_model.html - Дата доступа: 12.05.2016

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ SCOR-МОДЕЛИ В БИЗНЕС-ОТНОШЕНИЯХ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современные условия ведения торговли в рамках рыночного механизма предполагают наличие относительно жёсткой конкуренции во многих сегментах рынка. В таких условиях фирмам необходимо действовать максимально чётко и грамотно, дабы минимизировать свои общие и переменные издержки, максимизировать прибыль и, тем самым, пытаться выйти на передовые позиции сегмента рынка, повысить свою конкурентоспособность. При интеграции отдельно действующих фирм в агрегированные цепи поставок (системы доставки ценностей, включающие все транзакции от получения заказа до выставления счёта), что наблюдается при внедрении логистического подхода для максимизации прибыли, наблюдается резкая смена как общей структуры и политики фирм, так и институциональной среды для участников цепи. Это, в свою очередь, требует от субъектов цепи поиска решений по оптимизации деятельности не своих отдельных фирм, а всего механизма доставки ценностей.

С точки зрения институциональных отношений субъекты цепей поставок взаимодействуют в весьма неоднородной среде. В системах доставки ценностей существуют «белые пятна», т. е. области недостаточно конкретизированные, противоречивые для субъектов, между которыми проходят бизнес-процессы. Примером могут являться спорные ситуации по организации возвратных потоков цепей поставок, связанных с получением потребителем дефектного товара. Распределение рисков происходит размыто, т. к. ни фирма-производитель, ни фирма-транспортировщик не желают брать ответственность за подобный форс-мажор на себя. SCOR-модель позволяет схематически упорядочить все логистические процессы, распределить риски, а также определить возможные экстерналии для более эффективного планирования и работы всего механизма. Построением индивидуальной цепи поставок с использованием стандартов SCOR логистическая система доставки ценностей, как минимум, приобретает стандартизированный упорядоченный вид, но, в действительности, SCOR предоставляет больше: появляются обширные возможности для изучения институциональной среды деятельности предприятий, модель позволяет оперативно определить границы рынка, произвести анализ как всей цепи поставок, так и отдельно взятых в ней фирм. Конечно, скажете вы, для подобных ситуаций существуют и альтернативные методы, отражающие распределение рисков, но данная модель позволяет произвести эти операции с минимальными транзакционными издержками. Система производит замену каждого логистического потока (материального, финансового и т. д.) на незамысловатые условные обозначения, имеющиеся в её базисном функционале. Цепь поставок становится не только понятна каждому специалисту, использующему SCOR, но и открыта с тыльной стороны для более глубокого анализа. Внедрение SCOR-системы в цепь поставок позволяет каждому участнику объективно оценивать состояние ресурса\товара на каждой стадии

технологического и других циклов. Работа SCOR также заключается в статистическом описании всех бизнес-отношений, сложившихся после заключения контракта, что позволяет объективно анализировать и оценивать деятельность партнёров, а также рассматривать возможные варианты их замены/исключения из цепи либо варианты выведения их на новые уровни. Особенно актуален этот вопрос для средних и крупных предприятий, работающих с большим числом поставщиков. Все преимущества модели достигаются за счёт построения типового плана-схемы и базы данных для индивидуальной цепи поставок [1].

Модель SCOR оказывает помощь в выборе типовых форм реализации институциональных отношений. Построением цепи поставок, используя условные обозначения и стандарты SCOR, минимизируются издержки для определения формы институциональных отношений и распределения рисков. К примеру, если предприятия выбирают такую форму кооперации, как толлинг, то изучая цепь поставок схематично, с использованием обозначений и стандартов SCOR, вырисовываются и характерные особенности распределения рисков. Если фирма, в рамках толлинга, предоставляет сырьё производителю, для того, чтобы в дальнейшем забрать готовый продукт, то большинство рисков ложится на её плечи (некачественное сырьё, проблемы транспортировки и т. д.). SCOR, в данном случае, является универсальным информативным «таблом», позволяющим с ходу выявить особенности институциональной среды и положения в ней фирм, минимизируя затраты на построение и отображение всей цепи поставок. Модель не только схематично упорядочит цепь поставок, но и сделает её понятной для логистов в любом конце света.

SCOR отображает и все возможности для изменения институциональных форм отношений для достижения различных целей, таких как постепенный вывод фирмы (подразделения) из цепи поставок, либо повышение их до новых уровней.

Данный способ проявления институциональной среды помогает эффективно анализировать и оценивать аспекты взаимодействия субъектов цепи и, как следствие, прибегать к новым формам кооперации. Примером может являться типичная ситуация, при которой две фирмы действуют в условиях долгосрочного контракта, но, минимизируя свои издержки на инновационную/другую деятельность, объединяют свои капиталы и создают совместное предприятие. SCOR, в данном случае, ускоряет этот процесс за счёт более быстрого выявления институциональной составляющей. Все упорядоченные SCOR-системой процессы становятся оптимизированными. Это позволяет сокращать расходы на логистику, увеличивать темпы товарооборота, минимизировать объем возвратов путём использования стандартизированного метода логистической деятельности [2].

Теперь вашему вниманию предлагается макет незамысловатой цепи поставок (Рис. 1).

На первом слайде представлена цепь поставок с поставщиком сырья на Дальнем Востоке, поставщиком узлов во Франции, производством в центральной России и складом в центральной Европе. Количество информации о цепи поставок минимально, но, используя методику SCOR, данная цепь поставок становится более информативной.

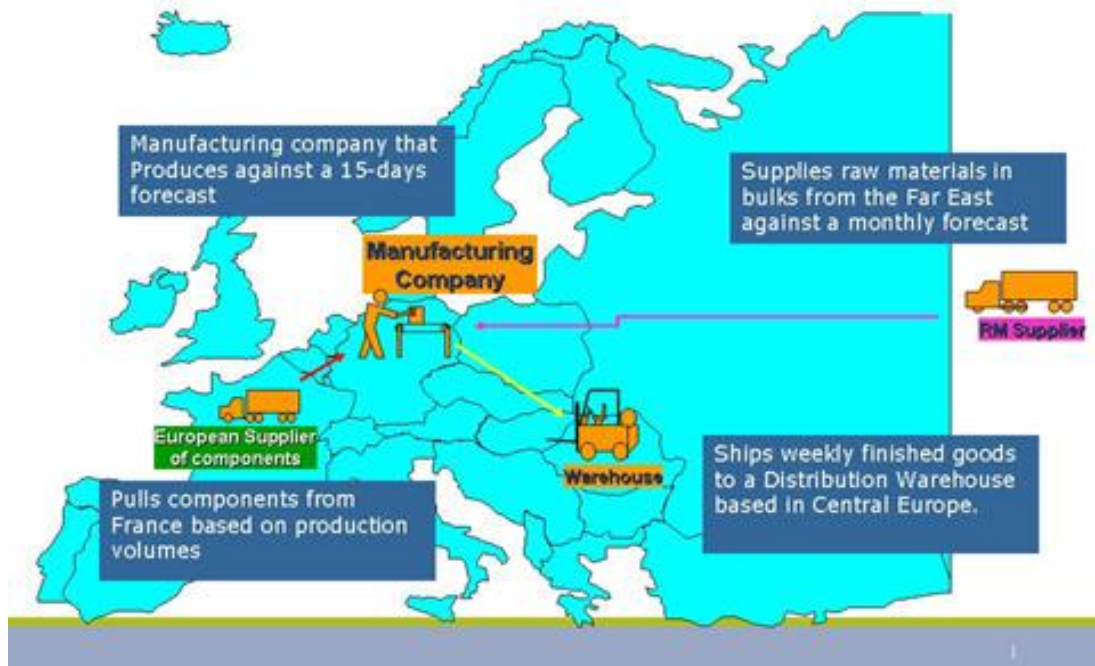


Рисунок 1– Пример цепи поставок

На втором слайде, используя методы SCOR, имеем ту же цепь, но в стандартизированном виде.

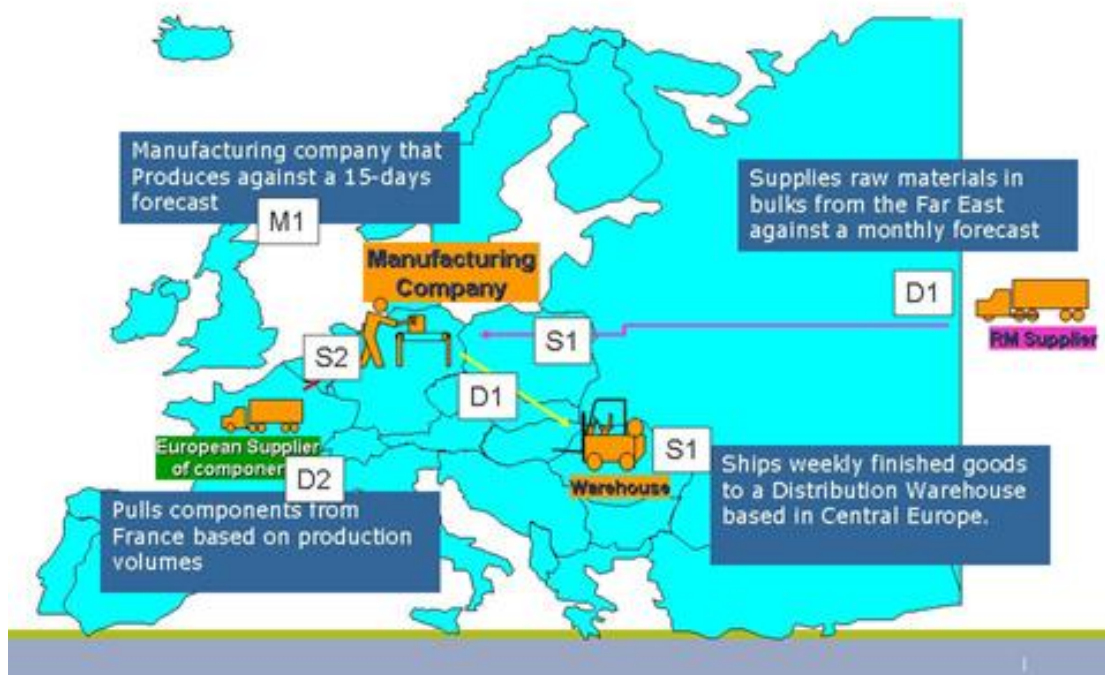


Рисунок 2– Пример цепи поставок с обозначениями SCOR-модели

Переводя условные обозначения, видим, что поставщик сырья на Дальнем Востоке продаёт сырьё, имеющееся у него в наличии, транспортируемое нашими тягачами. Институциональная составляющая проявляется: риски за транспортировку груза ложатся прямым образом на фирму-производителя. Поставщик узлов и комплектующих во Франции работает по принципу толкающей системы, комплектующие и их транспортировку заказывает фирма-производитель, поэтому транзакционные издержки после заключения контракта сводятся к минимуму (остаются издержки контроля за выполнением контракта и учёта прибывшей продукции). Фирма в Центральной Европе, являющаяся производителем, свою готовую продукцию после технологического процесса размещает на складе (M1) и расходы на транспортировку и складирование полностью берёт на себя (S1,D1).

Как можно видеть, SCOR дала гораздо больше информации о каждом из субъектов цепи, это преимущество особенно актуально, когда речь идёт о масштабной системе доставки ценностей, включающей побольше субъектов. Элементарные условные обозначения сделали систему доставки ценностей понятной для логистов в любом конце света. Свет упал и на институциональную составляющую: все риски распределены, более того, можно видеть, где стоит поменять форму партнёрских отношений для достижения большей выгоды [3].

К преимуществам данной модели также стоит отнести её постоянную актуальность, т. к. SCOR-модель постоянно совершенствуется и обновляется.

Если смотреть глобальнее, при внедрении SCOR и стандартизации институциональной составляющей закрепляются и определённые неформальные институты поведения в различных условиях деятельности фирмы, и решение, которое принимается один раз с помощью SCOR-модели, становится типовым, что, в свою очередь, минимизирует транзакционные издержки, что и является одной из основных функций института.

Следует сказать, что SCOR - нужный инструмент в руках экономиста-логистика, позволяющий не только сэкономить время и средства, но и раскрыть те «подводные камни», которые не были сразу заметны. С помощью SCOR-модели можно легко сравнивать себя с конкурентами, выявлять слабые и сильные стороны. Не составит труда провести анализ эффективности функционирования как всей цепи поставок, так и отдельных операций, а также провести планирование деятельности предприятия в будущем. В долгосрочном периоде данная модель, с моей точки зрения, – гарант поддержания конкурентоспособности цепи поставок. Европейские логистические предприятия активно используют данную модель. Особенно актуальна SCOR в цепях поставок, имеющих длинный список субъектов, начиная от предприятий добывающей отрасли, заканчивая предприятиями, оказывающими услуги по доставке.

Внимание следует уделить и тому фактору, что SCOR-модель является актуальной, она постоянно обновляется, включает в себя новые стандарты и базисные функции, что даёт ей возможность подстраиваться под абсолютно любую цепь поставок и быть использованной в различных отраслях производства, что, несомненно, является плюсом.

Список цитированных источников

1. SCOR-модели цепи поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/3321161/>. - Дата доступа: 14.05.2016.
2. Преимущества использования SCOR - модели [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipkmedi.ru/articles.htm?id=13>. – Дата доступа: 14.05.2016
3. Реинжиниринг цепи поставки путем изменения системы транспортировки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vybor-group.ru/publicat010.shtml>. – Дата доступа: 14.05.2016

УДК 658.7

Пелля А.А., Замулко А.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

ОТКРЫТЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ M2M И IOT В ЛОГИСТИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Стремительное развитие мобильных сетей передачи данных открыло перед потребителями новые возможности для мгновенного обмена информацией на любом расстоянии. Создание и постепенное внедрение технологий M2M и IoT позволили логистическим компаниям развивать системы управления цепями поставок и бизнес-процессы посредством внедрения передовых технологий.

Можно отметить, что современный мировой бизнес позитивно оценил современные инновационные технологии: за прошедшие годы число M2M-абонентов непреклонно растёт, и тренд на дальнейшее развитие абонентской базы очевиден: за последние 2-3 года рост составил 200% (от 0,3 млн устройств в 2014 году до ожидаемого объёма продаж в 2018 году 2 млн единиц).

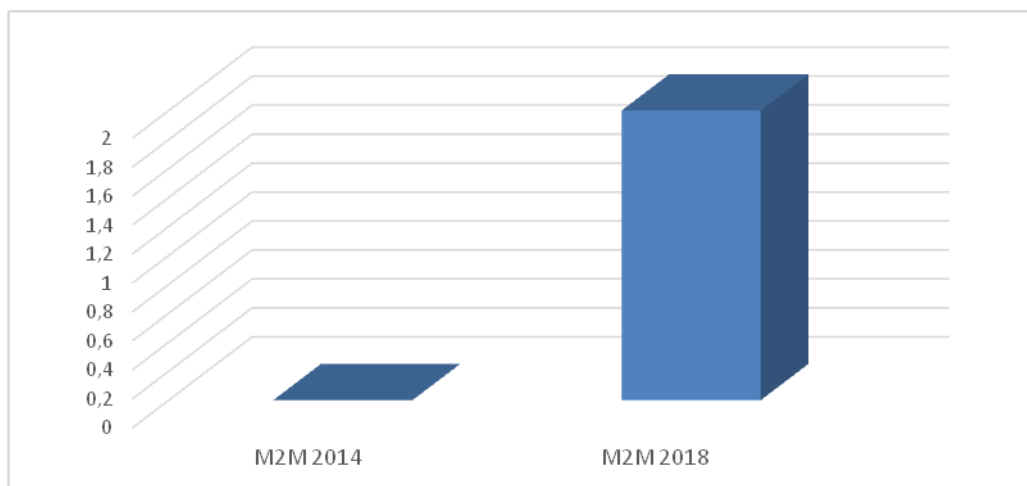


Рисунок 1 – Трафик прогноза числа подключений сегмента IoT

Что такое M2M?

Machine-to-Machine, M2M – общее название технологии, которая позволяет удалённому устройству передавать в центр обработки информации данные о контролируемом объекте. В качестве M2M-устройств могут выступать системы телеметрии, датчики освещённости, давления и прочих важных для операционной деятельности параметров технологических систем.

Что такое IoT?

IoT, или Internet of Things (интернет вещей),- эволюция технологии M2M, при которой различные устройства могут взаимодействовать между собой на едином машинном языке для решения индивидуальных и групповых задач.

Концепция и термин для неё впервые сформулированы основателем исследовательской группы Auto-ID при Массачусетском технологическом институте Кевином Эштоном в 1999 году на презентации для руководства Procter & Gamble.

В 2004 году в Scientific American опубликована обширная статья, посвящённая «интернету вещей», наглядно демонстрирующая возможности концепции в бытовом применении: в статье приведена иллюстрация, демонстри-

рующая, как бытовые приборы, домашние системы, датчики и «вещи» взаимодействуют друг с другом посредством коммуникационных сетей и обеспечивают полностью автоматическое выполнение процессов.

Период с 2008 по 2009 год аналитики считают «настоящим рождением «интернета вещей», так как, по их оценкам, именно в этом промежутке количество устройств, подключённых к глобальной сети, превысило численность населения Земли, тем самым «интернет людей» стал «интернетом вещей».

Простым примером IoT-среды может служить система автоматического регулирования транспортной системы города, в рамках которой транспортные средства смогут проезжать перекрестки без помощи водителя. Фактически устройства на автомобилях смогут «договориться» между собой о приоритете проезда через перекрёсток согласно его загруженности. Очевидно, что IoT-устройство в автомобиле может само прогнозировать время прибытия в пункт назначения с учетом не только дорожной ситуации и метеоусловий, но и необходимости отдыха водителя и прочих моментов. Информация по всей логистической цепи со всех IoT/M2M-устройств может обрабатываться централизованно на облачных серверах заинтересованных компаний, как на базе аутсорсинга, так и в собственных DATA-центрах крупных логистических компаний. На текущий момент подобный виток развития IT-инфраструктуры в логистической компании, равно как и переход от M2M к IoT, уже не кажется фантастическим, но всё же выглядит как задача на ближайшую перспективу.

Внутренние темпы развития технологии M2M во многом обеспечены спросом на «умные» взаимодействия в странах с высокоразвитой и активно растущей экономикой. В частности, по прогнозам Machina Research, К 2022 году лидером по числу M2M-подключений станут США (20%), затем Китай (17%), а третье место между собой разделят Япония, Германия и Россия. В настоящий же момент, самым насыщенным M2M-рынком можно считать Азию (42%), Европу (28%), Северную Америку (18%) и Латинскую Америку (8%).

На фоне активного развития сетей 3G и LTE идёт стремительный рост потребления интернет-трафика в отношении к абонентской базе операторов сотовой связи.

В качестве примера рассмотрим диаграмму распределения доходов операторов мобильной связи. В 2013 году окончательно закрепился тренд снижения доходов от традиционных услуг связи. Голосовая телефония и обмен короткими сообщениями в доле доходов начали уступать своё место доходам от услуг передачи данных.

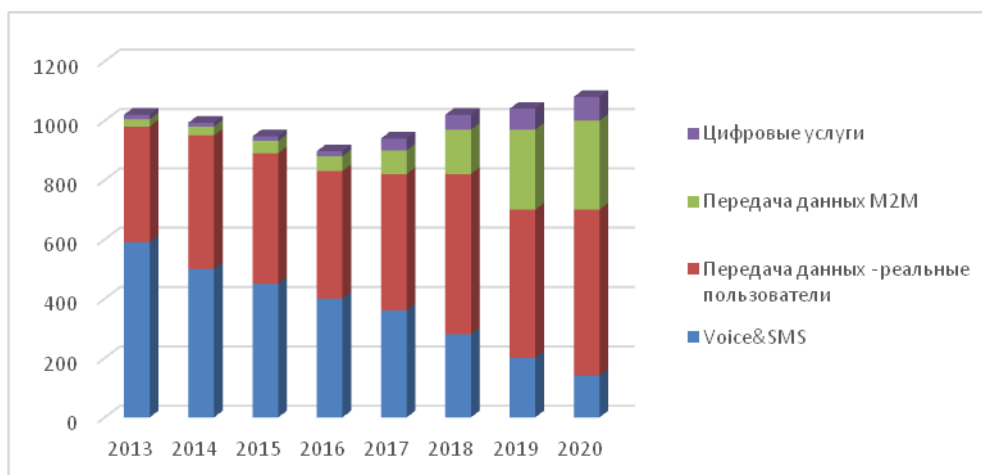


Рисунок 2 – Трафик распределения доходов мобильных операторов

Развитие сетей передачи данных и их проникновение в бизнес-среду дало жизнь направлению M2M, которое в настоящий момент всерьёз учитывается мобильными операторами как потенциальный сегмент рынка услуг передачи данных.

Другим инновационным витком в развитии концепции M2M можно считать интеграцию приборов M2M/IoT с решением под названием LTE-Broadcast. LTE-Broadcast можно сравнить с радио- или телесигналом, который принимается всеми поддерживающими данную технологию устройствами. Для логистических операторов данная технология несёт в себе ряд интересных возможностей. Например:

- Широковещательное обновление ПО на M2M устройствах;
- Дистанционное обновление маршрутных карт;
- Единоразовое обновление информации о дорожных событиях на онлайн-картах для актуализации информации;
- Рассылка управляющего сигнала для синхронизации между собой всех M2M устройств компании и многое другое.

При должном развитии рыночной инфраструктуры в ближайшее время логистический бизнес может получить в свое распоряжение интересный продукт: систему управления логистической инфраструктурой на базе технологий IoT и LTE-Broadcast.

Логистические компании за счёт использования IoT-решений получают возможность существенно улучшить управляемость автопарком и снизить затраты за счёт обнаружения ранее скрытых издержек.

20 апреля 2016 года в Минске состоялась конференция, посвященная концепции Интернета вещей (IoT). В качестве основных организаторов выступили Министерство связи и информации Республики Беларусь, РУП «Белтелеком», ООО «Бел Хуавэй Технолоджис», ОАО «Гипросвязь», ОАО «Промсвязь». В конференции приняли участие представители более 20 белорусских ИКТ-компаний.

На прошедшей IoT-конференции поднимались темы международных тенденций развития концепции Интернета вещей, вопросов стандартизации и внедрения IoT решений, общие перспективы развития IoT в Беларуси.

Итогом первой IoT-конференции стало создание рабочей группы в составе представителей компаний РУП «Белтелеком», ОАО «Промсвязь», ООО «Бел Хуавэй Технолоджис», ОАО «Гипросвязь», SAP SE и Intel. Рабочая группа открыта для привлечения большего количества партнеров в целях дальнейшего продвижения концепций и технологий IoT в Беларуси.

Следует отметить, что ключевым сдерживающим фактором в развитии IoT считается отсутствие единого машинного языка общения – интерфейса API. Схематично проблему можно локализовать следующим образом: API-платформа является универсальным переводчиком с одного IoT-устройства на другой платформой-коммуникатором. Именно наличие API делает возможным построение комплексных связей между IoT-сетями, в которой все элементы могут свободно обмениваться информацией как современные ПК через интернет.

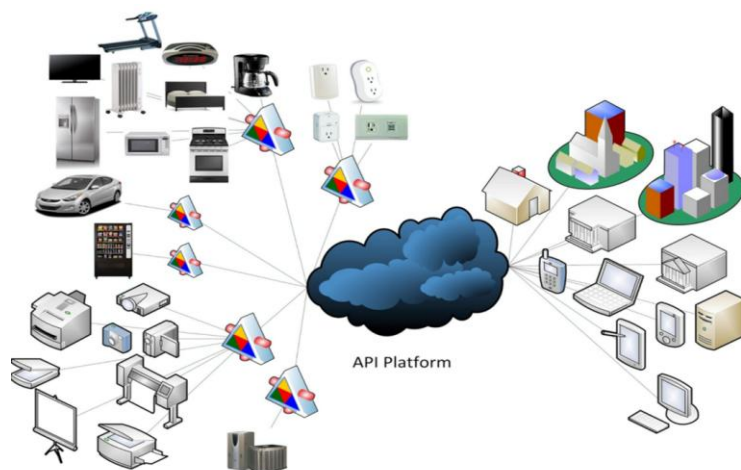


Рисунок 3 – Место API-платформы в межмашинном взаимодействии

В настоящий момент язык IoT-взаимодействия (API) не стандартизирован, что не даёт организовать единый интерфейс для обмена информации между различными IoT-средами. Вместе с тем, мы можем вспомнить, что недавно абоненты сотовых операторов не могли обмениваться между собой SMS-сообщениями, что сейчас уже сложно себе представить. Поэтому возникновение межсистемного API следует считать делом ближайшей перспективы.

УДК 658.512.3

Топор Е.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Почко Е.О.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АУТСОРСИНГ

Целью настоящей работы является выявление сущности аутсорсинга логистических услуг и возможностей его использования на предприятиях Республики Беларусь.

Аутсорсинг в логистике заключается в передаче логистических процессов третьей стороне. В качестве последней может быть, как одна фирма, так и группа компаний. Суть данной услуги состоит в уменьшении расходов компании, при реализации поставок продукции благодаря привлечению одного или нескольких квалифицированных профессионалов – логистических операторов.

Практика аутсорсинга как некой стратегии компании берет свое начало в 80-е годы XX века. Впервые в полной мере аутсорсинг стали использовать крупные компании-производители товаров массового потребления в части товаропроизводства. Такая ситуация была наиболее типичной для США и усугублялась экономическим спадом того времени. Вследствие этого возникла устойчивая тенденция, заключающаяся в стремлении крупных компаний отделиться от производства и сосредоточиться на управлении организацией в целом.

В этих условиях зарождается новая модель организации деятельности компаний, ориентированных на административные бизнес-процессы, - так называемый подрядный способ производства, или аутсорсинг производства. Теперь производственная деятельность компании строится на лицензионных соглашениях, на предоставлении прав на производство сторонним организаци-

ям. Бывшие товаропроизводители превращаются в потребителей бизнес-услуг, а на первый план выходит разработка наиболее эффективных корпоративных стратегий и аутсорсинговых схем производства [1].

В дальнейшем компании, следуя стратегии затрат, стали использовать аутсорсинг не только в производстве, но и в других бизнес-процессах.

В логистике у аутсорсинга та же задача, что и в других сферах, а именно - снижение затрат компании. Аутсорсинг может стать одним из важнейших инструментов оптимизации логистической цепочки, если правильно его использовать. Для крупных компаний логистический аутсорсинг может стать необходимым элементом управления сложными алгоритмами поставок.

Виды логистического аутсорсинга:

1. Промышленный аутсорсинг (решение задачи «сделать или купить»). Промышленный аутсорсинг характерен для высокотехнологичных предприятий. Компании в сфере производства техники и телекоммуникаций передают сторонней организации весь производственный процесс. Вследствие этого снижается себестоимость изготовления, повышается качество и надежность. Тем самым они могут сосредоточиться на продвижении существующих товаров и разработке новых видов продукции.

2. Аутсорсинг отдельных логистических функций:

1) транспортно-экспедиционные услуги. Здесь можно выделить две самостоятельные услуги: транспортную и экспедиционную. Как правило, транспортную услугу заказывают те компании, в которых уже существует отдел экспедирования. В этом случае транспортная компания выполняет только перевозку груза, а подготовку документов и т. д. компания осуществляет собственными силами. Чаще более востребованной является транспортно-экспедиционная услуга, поскольку включает в себя полную координацию грузоперевозки в целом;

2) складирование. Организация складского комплекса (либо просто складских помещений) внутри компании достаточно дорогостоящее мероприятие, подразумевающее большие финансовые инвестиции, как в покупку либо аренду помещения, так и в оборудование склада в соответствии с требуемыми нормами.

3) координация процесса закупок, упаковка/переупаковка товаров, складирование и т. д. Данный вид услуг востребован чаще всего компаниями, имеющими в своей организационной структуре достаточно разветвленные филиальные (торговые) сети. В данном случае заказ такого рода логистических услуг будет целесообразен и оправдан;

4) дистрибуция. Поскольку сбытовая политика у производителей отсутствовала, то вся ответственность за дальнейшее продвижение товара лежала на оптовике. Крупные оптовики со своих складов продавали продукцию мелким, чаще всего на условиях самовывоза. Причем цены на товар устанавливали сами оптовики. И чем больше посредников было в цепи поставок, тем дороже мог обойтись конечному потребителю тот же самый товар. Сейчас оптовая торговля в таком старом ее понимании практически отмирает. Система сбыта у крупных, да и у средних производителей выстроена четко. И ее важное звено — дистрибьюторы, те, кто по заданию производителя берут на себя обслуживание тех или иных каналов сбыта, определенную территорию или сегмент рынка;

6) управление запасами и закупками – это две взаимосвязанные области, которые в последнее время также передаются на аутсорсинг. Примером мо-

жет послужить опыт ряда крупных компаний, например, Caterpillar, которые отказываются от собственных снабженческих подразделений в пользу специализированных обслуживающих компаний. Эти компании осуществляют мониторинг потребностей в материальных ценностях, проводят отбор поставщиков, заключают договора на поставку необходимой продукции, берут на себя большую часть рисков и транзакционных издержек;

7) таможенное декларирование и таможенная очистка грузов. Таможенное оформление - достаточно специфическая сфера логистической деятельности. Она подразумевает работу непосредственно с таможенными органами в регламентированном правовом поле. Это обуславливает наличие в компании аттестованных специалистов по таможенному оформлению, досконально знающих таможенное законодательство, а также обеспечение уплаты таможенных платежей. В большинстве случаев достаточно трудно организовать работу по таможенному оформлению внутри компании, так как это требует больших финансовых и трудовых затрат. Кроме того, при возникновении разногласий с таможенными органами, проблем в части декларирования товаров вся ответственность, как юридическая, так и финансовая в виде штрафов, ложится непосредственно на компанию.

3. IT-аутсорсинг подразумевает принятие решений в области использования и поддержки логистических решений с помощью различных ИС.

4. Полная передача в аутсорсинг услуг внешней логистики и управления цепями поставок логистическим оператором. При этом аутсорсер осуществляет полное управление внешней логистикой (или отдельными функциями), оптимизирует и постоянно совершенствует логистический процесс.

Передача функций может проходить несколькими способами. Например, предприятие может выделять соответствующее звено из общей структуры, наделяя его при этом определённой юридической и финансовой самостоятельностью. Это повышает степень ответственности, качество оказываемых услуг, способствует снижению издержек. При этом соответствующая структура может обслуживать и сторонние предприятия, что повышает конкурентоспособность её услуг. Таким образом работают сетевые розничные компании, аптеки. Нефтяные компании выделяют из своей структуры сервисные подразделения, обслуживающие нефтяные скважины. Дело в том, что, функционируя в структуре компании, такие подразделения не заинтересованы в повышении качества и снижении издержек, так как их услуги всё равно будут куплены.

Еще один способ передачи функций - покупка услуги у специализированной компании или размещение заказа у специализированного поставщика.

В зависимости от принятия и выполнения логистическими операторами тех или иных функций, потенциально передаваемых им на аутсорсинг, провайдеров подразделяют на следующие категории:

1PL (First Party Logistics) - собственная логистика, все операции выполняются самим производителем (грузовладельцем);

- 2PL (Second Party Logistics) - предполагает, что компания оказывает лишь традиционные услуги по транспортировке и управлению складом, предоставляет информационные услуги по экспедированию грузов;

- 3PL (Third Party Logistics) - компания оказывает полный комплекс услуг по транспортировке, хранению и обработке товара, его таможенной очистке, имея для этого собственные средства (транспорт, складские комплексы, штат

таможенных брокеров и т. п.). В то же время по желанию клиента может оказываться только часть услуг;

- 4PL (Fourth Party Logistics) - это интеграция всех компаний, вовлеченных в цепь поставки грузов. 4PL-провайдер занимается процессом планирования и контролем выполнения планов компании-клиента касательно продвижения ее товаров, используемых для этого денежных средств и информации.

5PL – Fifth Party Logistics – провайдеры, которые кроме всех функций 4PL – провайдера, также предоставляют услуги сетевого бизнеса [2].

В большинстве развитых стран мира операторы категории 3 PL составляют основу всех участников рынка логистических услуг. Они берут на себя выполнение основных видов операционной логистики, обрабатывают заказы, разрабатывают контракты и другую документацию, осуществляют складирование, доставку грузов до конечного потребителя и несут ответственность по условиям контракта за выполняемые операции. Для Республики Беларусь логистический рынок в настоящее время балансирует на уровне услуг 2-PL оператора.

Необходимо отметить, что аутсорсинг связан с рисками и может способствовать росту издержек – задержка поставок, несвоевременность оказания услуг, потеря управляемости и контроля. Аутсорсинг тогда даст положительный эффект, когда передаваемые функции не являются специфическими для данного предприятия и поэтому из-за высокой конкуренции предлагаются на более выгодных условиях.

Таким образом, в условиях сложной экономической ситуации использование аутсорсинга логистических услуг позволяет повысить конкурентоспособность предприятия, за счет возможности концентрации сил на профильной деятельности предприятия.

Список цитированных источников

1. Аутсорсинг в логистике [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.logists.by/library/view/aytsorsing-v-logistice> – Дата доступа: 05.04.2016.

2. О путях развития отечественной логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.bit-union.by/o-putyah-razvitiya-otechestvennoy-logistiki-dovnar-v-i-predsdatel-pravleniya-ooo-gruppa-bit-yunion> – Дата доступа: 25.03.2016.

УДК 658.8

Ширковец О.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основная цель распределительной логистики – доставить товар в нужное место и в нужное время с наименьшими затратами. Значительную роль в достижении этой цели играет выбор логистической информационной системы. Для логистического управления информационные технологии являются одним из основных источников повышения эффективности принимаемых решений, производительности и конкурентоспособности. Большинство задач в распределительной логистике невозможно решить без интенсивного, постоянного оперативного обмена информацией, без быстрого реагирования на потребно-

сти рынка. Более того, именно благодаря развитию информационных систем и технологий товародвижение на высоко-конкурентных рынках экономически развитых стран приобрело необходимый динамизм и адаптивность. Рассмотрим некоторые наиболее активно развивающиеся современные технологии в распределительной логистике.

1. Интернет-магазины и электронная коммерция – главным преимуществом интернет-торговли является смещение центра тяжести на рынке и в логистической системе в сторону покупателя. Благодаря современному уровню развития информационных технологий покупатель может удобно и, что немаловажно, быстро сравнить интересующий его товар с аналогами прямо с экранами своего телефона или компьютера. Потребитель получает то, что хочет именно он, а не то что ему предлагают. Конкуренция способствует смещению приоритетов в сторону максимального удовлетворения потребностей потребителя. Таким образом, логистическая система становится “тянущей” и функционирует именно по заказу покупателя.

Серьезным аспектом электронной коммерции являются минимальные возвраты товара и нереализованных запасов. Тем не менее, существуют определенные сложности при ведении подобного рода бизнеса - необходимо четкое взаимодействие всех звеньев логистической цепи, начиная с поставщиков и потребителей и заканчивая продавцами.

В свою очередь электронная коммерция реструктуризирует традиционные цепи создания стоимости, изменяется само понятие конкурентной борьбы, создаются комплексные системы распределения данных о конъюнктуре рынка, а также поставщиках, потребителях и конкурентах.

2. Гибкие системы поставок – заключаются в качественном улучшении уровня сервиса за счет роста скорости реакции на заказы потребителей благодаря созданию определенной избыточности (обширные складские запасы, смещение дистрибуционных центров как можно ближе к клиентам и т. д.) в цепи поставок с целью снижения уровня неопределенности. Примером может служить компания DELL.

Dell Computer разработала бизнес-модель для продажи компьютеров через Интернет. Оформляя свой заказ на сайте компании, потребители могут выбрать конфигурацию своих компьютеров, включая в них разные компоненты. После размещения и оплаты заказа, Dell заказывает у своих поставщиков необходимые для производства и сборки компоненты и — по прибытии заказанных компонентов — за несколько часов собирает и тестирует компьютер. С помощью такого подхода Dell удалось избавиться от товарно-материальных запасов. Более того, Dell работает только по 100%-й предоплате и заказывает детали у поставщиков только после полной оплаты, гарантируя себе тем самым отсутствие необходимости возврата нереализованной продукции. В результате клиент получает свой компьютер с доставкой на дом. Руководствуясь данной бизнес-моделью компании удалось снизить свои товарно-материальные запасы до 4 дней вместо месяца в среднем по отрасли и нарастить чистую прибыль с 360 млн \$ до 1,1 млрд \$ всего за несколько лет.

3. Just-in-time – JIT. Изначально *JIT* позиционировалась как технология отказа от складских запасов материалов, компонентов и полуфабрикатов в производственном цикле. Исходной задачей была организация движения материальных потоков таким образом, чтобы все необходимые для производства компоненты поступали в нужном объеме, в нужное место и точно в срок для производства или сборки готовой продукции. Традиционным является

подход, когда запасы являются неотъемлемой частью всей системы, гарантирующий отсутствие сбоев при выполнении операций. В JIT все устроено несколько иначе: благодаря MRP сокращается объем запасов, а производственный график составляется таким образом, чтобы обеспечить максимальное соответствие между поставками материалов и спросом на них. Тем не менее, определенный страховой запас существует на случай непредвиденных проблем. Работа концепции "Точно в срок" основана на максимальном устранении несоответствия между поставками сырья и спросом на готовую продукцию, благодаря чему можно будет полностью отказаться от запасов.

Беларусь характеризуется высокой степенью концентрации производства на сравнительно небольшой территории, но обеспечить работу предприятий «с колес» по материалам, производимым за ее пределами, в обозримом будущем невозможно (многие поставщики расположены на большом расстоянии от белорусских предприятий-потребителей (Урал, Сибирь и др.), разрушено единое экономическое и транспортное пространство, скорость доставки материальных ресурсов стала мала, а сроки их отгрузки стали большими и нерегулярными. Это диктует необходимость создания значительных запасов исходных материалов у потребителя. Тем не менее, использование идей системы JIT внутри предприятий может дать большие экономические преимущества, а также при снабжении материалами, производимыми на территории республики. Поэтому вполне возможно, что процесс планирования потребности ресурсов будет осуществляться системой MPR, а процесс управления производством — по системе JIT.

4. Аутсорсинг. Состоит в передаче функций контроля над распределением готовой продукции от производителей к специализированным фирмам. Данная форма имеет некоторые преимущества: использование опыта логистики в сферах производства и распределения, снижение расходов на второстепенную деятельность компании, а также сокращение накладных расходов. Сокращение количества поставщиков и формирование долгосрочного сотрудничества с логистическими фирмами является основополагающим фактором возникновения аутсорсинга.

Приведем некоторые основные достоинства аутсорсинга:

1. Снижение стоимости. Благодаря аутсорсингу значительно сокращаются затраты на поиск и содержание высококвалифицированного персонала, что, в свою очередь, сулит снижение издержек в области вспомогательной деятельности компании.

2. Увеличение скорости и качества. Появляется возможность улучшения скорости обработки заказов и повышения качества оказываемых услуг путем передачи части деятельности специализированным компаниям. Аутсорсинговая компания больше всех заинтересована в результате своей деятельности, так как это её основной источник дохода.

3. Снижение рисков. Прибегнув к разделению и частичной передаче собственной деятельности компании-исполнителю, предприятие получает возможность снижения рисков. Все накладные расходы в виде подготовки сотрудников и их содержание возлагаются на компанию-исполнителя.

Привлекая сторонних специалистов, компания должна решать вопросы конфиденциальности информации. Для безрискового аутсорсинга необходимо, чтобы существовал развитый рынок услуг. Если в компании ликвидируется какое-то подразделение, а его функции передаются единственной на рынке сторонней организации, то могут возникнуть проблемы, как при разорении этой

организации, так и при взаимовыгодном сотрудничестве в ее пользу. Если вы не готовы бесконечно инвестировать в развитие инфраструктуры рынка – подождите, пока ее сформируют другие.

Развитие аутсорсинга в Республике Беларусь имеет свои особенности, которые значительно сдерживают его популяризацию в нашей стране. В первую очередь, негативное воздействие оказывает недостаточность правовой базы. В гражданском законодательстве Беларуси отсутствует понятие договора аутсорсинга. Единственным нормативным документом, в котором содержится определение аутсорсинга, является письмо Национального банка Республики Беларусь «Об использовании в работе принципов управления операционным риском». Согласно этому письму, (оно датировано 2006 г.), аутсорсинг – это привлечение сторонней организации для выполнения отдельных видов работ. В правовой доктрине также ясно не отображена юридическая и экономическая суть этого договора: некоторые юристы полагают, что договор аутсорсинга следует относить к договору аренды, другие – что названный договор больше всего приближен к договору возмездного оказания услуг или договору подряда. Как бы там ни было, аутсорсинг в Беларуси достаточно популярен. Особенно в сфере ИТ. Он представляет собой частичное либо полное возложение обязанности поддерживать, обслуживать и модернизировать ИТ-инфраструктуру на плечи специализированной компании. В современном мире аутсорсинг приобретает все большее доверие и популярность. В последние годы в число стран – поставщиков рынка аутсорсинга вливаются Индия, Филиппины, Мексика, Китай и восточно-европейские страны как представители «новой экономики», переживающей значительный подъем в сфере производства и использования информационных технологий. Несмотря на существующие сложности, главное, что у белорусского бизнеса сегодня также есть возможность использования аутсорсинга, и только ему решать, стоит ли ей воспользоваться.

5. Дропшипинг: наглядная выгода от прямых поставок. Dropshipping – это уникальный способ посреднической торговли. На сегодняшний день на рынке существует немало производителей, не стремящихся заниматься рекламой собственной продукции. Это и обеспечило появление дропшипинга как способа ведения бизнеса. Вся суть состоит в том, что существует некое связующее звено-посредник (он же дропшиппер), с помощью которого и осуществляется взаимодействие потребителя и производителя. Работает дропшипинг все так же 100 %-й предоплате. Таким образом, товар прямо со склада производителя отправляется напрямую покупателю, что позволяет избежать многочисленных промежуточных звеньев традиционной торговой цепи поставок и обеспечивает поставщику отличный сбыт продукции, а покупателю – привлекательные цены. Дропшипперу же достаются проценты от организации своей посреднической деятельности между потребителем и производителем, а благодаря огромному объему заказов этот, казалось бы простой, вид бизнеса приносит огромный доход множеству фирм по всему миру. Преимущество Дропшиппера состоит в том, что он редко теряет клиентов. Не будучи скованным рамками инвестиций, он всегда может предложить обширнейшую товарную базу своим клиентам и никогда не встретится с таким понятием, как «замороженный капитал». И удовлетворенные, клиенты возвратятся вновь.

6. B2B & B2C системы business to business (бизнес для бизнеса). Форма взаимодействия двух компаний, согласно которой одна из них предоставляет (производит, продает, сдает в аренду или лизинг) какие-либо материальные

объекты другой компании для ведения бизнеса. В свою очередь вторая компания может их использовать по-разному – продавать, перерабатывать, оказывать с их помощью услуги и т. д. Но самое главное – она должна делать это именно с целью получения прибыли. В B2B деятельности выигрывает и одна и другая компания, так как обе получают прибыль: компания «А» получает оплату от компании «Б» за предоставленные объекты, компания «Б» получает прибыль уже от их реализации потребителям в какой-либо форме или использования в своем бизнесе. Примеры: производство барно-ресторанного оборудования, рекламные агентства, консалтинговые компании. Крупные и известные компании в сфере B2B: IBM, Oracle, Intel, General Electric.

B2C – это уже бизнес для потребителя, «business to consumer». Основой такой формы деятельности служат взаимоотношения между компанией, организацией и частными лицами (конечными потребителями). Компании B2C продают товары или услуги, которые предназначаются непосредственно для потребителей, использующие их в своих личных целях.

Примеры B2C бизнеса: интернет-магазины, юридические компании.

Крупные и известные компании в сфере B2C: Dell, Ikea, Inditex, Wall-Mart, Starbucks.

Основное различие между B2B и B2C компаниями уже понятно из вышеизложенного: в первом случае клиенты (как правило, компании) приобретают товары и услуги для использования их в своем бизнесе, во втором случае клиенты (как правило, частные лица) приобретают товары и услуги для использования их в своих личных целях.

Следует различать эти понятия. Чтобы определить B2B или B2C бизнес, нужно отталкиваться от того, для каких целей приобретается продукт – личных или предпринимательских, а не от того, кем он приобретается или кем продается.

Применяя логистические методы для закупок, производства и распределения продукции, можно добиться существенного снижения уровня общих затрат. Это способствует снижению конечной стоимости продукции, что, в свою очередь, обеспечит доступность нужного товара по нужной цене в нужном количестве в нужном месте в нужное время для конечного потребителя.

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ

Одним из основных показателей, влияющих на уровень жизни людей пенсионного возраста и всего общества в целом, является уровень развития пенсионной системы страны. На сегодняшний день пенсионные системы развитых стран значительно отличаются друг от друга. В ходе реформирования пенсионных систем сформировались две основные модели пенсионного обеспечения: распределительная (солидарная) и накопительная (сберегательная).

В Республике Беларусь, как известно, действует государственная распределительная пенсионная система, которая основана на принципе "солидарности поколений", то есть денежные средства, формирующиеся за счет текущих взносов работающих граждан, не откладываются, а выплачиваются пенсионерам. Работающие граждане, в свою очередь, рассчитывают на то, что пенсию им будут выплачивать следующие поколения. Выплата пенсии в распределительной системе обязательно гарантируется государством. По достижении пенсионного возраста человек получает пенсию установленного размера, которая зависит от заработной платы и трудового стажа [4].

Тем временем, в социально ориентированных странах с высокоразвитой экономикой, действует накопительная пенсионная система, которая предполагает самостоятельное формирование человеком своей будущей пенсии. Такая система предполагает, что на протяжении всей трудовой деятельности люди делают взносы, которые идут на индивидуальный страховой счет, а не на выплату пенсий людям пожилого возраста. Размер пенсии зависит от отчислений в определенный фонд за всю трудовую деятельность и дохода, получаемого от их инвестирования.

Таблица 1 – Характеристика пенсионных систем

| Виды пенсионных систем | Основные принципы | Особенности | Различия |
|-------------------------------|---|---|---|
| Распределительная | "Солидарность поколений" Система носит наименование Pay-as-You-Go (выплата по ходу) | Пенсии нынешним пенсионерам формируются за счет работающих граждан | Уровень благополучия пенсионеров зависит от экономического состояния текущего поколения, на которое они уже никак не могут повлиять |
| Накопительная | Накопление средств (пенсионных взносов). Свободные денежные средства инвестируются с целью получения дополнительных доходов | Размер пенсионных выплат зависит от стажа работы, величины заработной платы и страховых взносов будущего пенсионера | Менее чувствительна к проблемам старения населения, так как каждый человек формирует себе пенсию сам |

В современном мире большинство стран столкнулись с трудностями пенсионного обеспечения по распределительной системе в связи с тенденцией

постепенного роста доли пожилых людей в общей численности населения, что обусловлено увеличением продолжительности жизни людей и уменьшением рождаемости. Соответственно, происходит сокращение населения в трудоспособном возрасте.

Все больше число стран перестраивает свою пенсионную систему с распределительной на накопительную. К основным причинам преобразований можно отнести:

1) на сегодняшний день в мире осложняется демографическая ситуация, вследствие чего на одного человека преклонного возраста постепенно приходится все меньшее число трудоспособных;

2) надежность пенсионного обеспечения повышается, так как деньги, накапливаемые на пенсионных счетах трудящихся, являются их собственностью, а не государства;

3) существует прямая связь между тем, сколько человек зарабатывал, и тем, какой будет размер его пенсии;

4) благодаря накопительной системе повышается норма сбережений в стране, что очень важно для ускорения экономического роста.

Одним из недостатков накопительной системы является проблема сохранности денежных средств. В экономически развитых странах с высоким уровнем жизни существуют различные альтернативы сохранения и приумножения пенсионных накоплений населения:

1) корпоративные и отраслевые пенсионные фонды, обеспечивающие профессиональное или дополнительное добровольное пенсионное страхование работникам крупных корпораций или отраслей с особыми условиями работы или более высокой экономической динамикой;

2) коллективные или общественные пенсионные фонды, образованные по типу паевых инвестиционных фондов (ПИФ) и действующие подобно им на финансовых и инвестиционных рынках;

3) частные пенсионные фонды, созданные по образу и подобию других частных предприятий и действующие с той же целью, что и любое другое частное предприятие: обеспечивать владельцам или менеджменту прибыль на уровне не ниже средней ее нормы.

Опираясь на опыт развитых стран, можно сделать вывод, что именно такое взаимодействие между бизнесом и людьми обеспечивает достойный уровень жизни человека при наступлении пенсионного возраста.

Негосударственное пенсионное обеспечение в свою очередь базируется на принципе накопления и обеспечивает индивидуализацию страхования. Однако необходимо отметить, что реализация зарубежного опыта негосударственного пенсионного обеспечения может увенчаться успехом только в условиях развития финансового рынка и экономического роста в стране, а также при обеспечении макроэкономической стабильности в долгосрочной перспективе, что вряд ли удастся реализовать у нас в стране в ближайшем будущем.

Кроме того, как видно из мирового опыта, негосударственные пенсионные фонды играют важную роль и с точки зрения обеспечения устойчивого функционирования финансовых рынков. Увеличение активов инвесторов способствует замещению краткосрочных источников предложения финансовых средств долгосрочными, помогает уменьшить рыночные риски инвестирования. Средства негосударственных пенсионных фондов способны увеличить стабильность не только пенсионной системы, но и финансового рынка страны

в целом, так как в наименьшей степени подвержены изменениям рыночного поведения.

В Республике Беларусь же действует пенсионная монополия, которая не дает человеку права самостоятельно распоряжаться своими денежными средствами. В то же время возможности для повышения личного дохода даже в пенсионном возрасте существуют и сегодня. В республике постепенно развивается система добровольного пенсионного страхования граждан. Различные программы предлагают белорусские страховые компании, в том числе предлагаются программы корпоративного страхования, когда наниматель страхует своих работников. Однако, в Республике Беларусь участие в подобных программах не носит массового характера.

Таким образом, необходимо развивать белорусский бизнес за счет льготного кредитования со стороны государства, дать доступ населению к мировому рынку капитала и создавать частные пенсионные фонды, которые станут альтернативой государственным монополистам.

Список цитированных источников

1. Зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://allrefs.net/c5/1azf2/p1/> – Дата доступа: 19.04.2016.
2. Накопительная пенсионная система в Беларуси - реальность или иллюзия? [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.economy-law.com/cgi-bin/article.cgi?date=2004/08/30&name=06> . – Дата доступа: 19.04.2016.
3. Пенсионное обеспечение как составляющая системы социального страхования [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.beroc.by/publications/policy_papers/pp34_rus/ . – Дата доступа: 20.04.2016.
4. Пенсионное оболванивание [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://liberty-belarus.info/ekonomika-belarusi/sotsialnaya-politika/item/3492-pensionnoe-obolvanivanie> . – Дата доступа: 20.04.2016.

УДК 81'28(476.7)

Голуб Х.В.

Навуковы кіраўнік: дац. Самуйлік Я.Р.

ГАВОРКА ВЁСКИ ГОРТАЛЬ ІВАЦЭВІЦКАГА РАЁНА: ГІСТОРЫЯ І СУЧАСНАСЦЬ

Горталь – вёска ў Целяханскім пасялковым савеце, што размешчана за 50 км на паўднёвы ўсход ад раённага цэнтра г. Івацэвічы. У пісьмовых крыніцах населены пункт упершыню згадваецца ў 1539 г. (на рускай мове) Гортоль (Ортел, Гортель, Ортель). Паводле іншых звестак паселішча ўпамінаецца ў “Пісцовай кнізе” былога Пінскага староства, складзенай 1561–1566 гг. пінскім і кобынскім старатам Лаўрынам Войнам. Пры апісанні Вядскай воласці ён піша пра дарогу, якая звязвала Бабровічы з Горталем. У 2011 г. тут налічваўся 1121 жыхар і 335 двароў [3, с. 95–99, 136, 204; 4, с. 467; 5, с. 378; 8, с. 103, 105; 10; 14, с. 18, 20, 476].

Дыялектны матэрыял у в. Горталь (мясц. назва: *Нортал'*; жыхары: *нортал'цы, нортал'ец, нортал'анка*) быў запісаны ў верасні 2013 – красавіку 2014 г. ад мясцовых жыхароў Юнчыка Аляксея Трафімавіча, 1950 года нараджэння, і Юнчык Веры Уладзіміраўны, 1953 года нараджэння. Для запісу дыялектнага матэрыялу намі была выкарыстана праграма “Атласа гаворак

Выганаўскага Палесся. Фанетыка. Марфалогія. Лексіка” (дапрацаваны варыянт, 128 пытанняў), а таксама так званая вялікая (новая) праграма (210 пытанняў па лексіцы) [17, с. 29, 32–35].

Разледзім асноўныя фанетычныя, марфалагічныя і лексічныя асаблівасці гаворкі в. Горталь Івацэвіцкага раёна.

Даследаванай гаворцы характэрны сяміфанемны склад галосных гукаў: [л], [ы], [е(э)], [э□(é)]¹, [а], [о], [у]. У першую чаргу адзначым такую адметную рысу гэтай гаворкі, як захаванне гістарычнага *о ў ненаціскным становішчы пасля цвёрдых зычных, г. зн. о к а н н е: *голова́, доро́га, коро́ва, молоко́, с’ёно, л’ёто, жы́то, вы́соко, садо́к, трава́* і інш. [13, с. 48–49, 52–54; 17, к. 1].

Самай выразнай і спецыфічнай асаблівасцю дадзенай гаворкі ў галіне націскага вакалізму з’яўляецца вымаўленне галоснага [э□] на месцы этымалагічнага *о ў новых закрытых складах пад націскам: *бэ□л’ш, вэ□з, вэ□з^с, вэ□н, вэ□л, корэ□ўка, нэ□с, стэ□л, кэ□н’, кэ□т* [17, к. 2].

Наступная паказальная і адрозная адметнасць вывучанай гаворкі – гэта рэалізацыя гук [э] ў наступных пазіцыях: на месцы гістарычных *е, *ѣ ў першым пераднаціскным складзе пасля губных зычных: *вэсна́, бэда́, вэдро́, мэшок, пэсок*; на месцы этымалагічных *е (*ь) у першым пераднаціскным складзе пасля гістарычных *з, *с, *н, [ц] < *т, [дз] < *д: *з’емл’а́, с’ело́, ц’епэр, дз’ен’о́к*, але *н’і^ема́², н’іма́*; на месцы этымалагічнага *е ў пераднаціскных і паслянаціскных складах у словах тыпу *пл’едз’е́ў, зл’ека́ўса, зл’ека́ц’іса, зайе́ц, памэ́ц’*, але *уз’ела́ і вэ’ала́*. Аднак на месцы націскага гістарычнага *ѣ, акрамя галоснага [е], спарадычна ўжываецца гук [é]: *л’ес, с’ёно, л’ёто, сн’е́н, хл’е́ў, в’е́ц’ер, в’е́ц’ор; л’ёс, с’ёно, л’ёто, сн’е́н, хл’е́ў* і інш. [17, кк. 4–7, 7а, 12–15].

Найбольш яркая і спецыфічная асаблівасць даследаванай гаворкі ў галіне кансанантызму – гэта розная рэалізацыя губных і пярэднеязычных: губныя цвёрдыя перад этымалагічнымі *е /ва ўсіх пазіцыях/, *ѣ /у ненаціскных складах/, мяккія – перад гістарычным *і: *вэсна́, бэро́н, вэчор, до мэ́н’е, пэршы, бэда́, вэдро́, мэшок, пэсок; заб’іра́ц’і, лов’і́ц’і, м’і́ска, п’і́сац’і, роб’і́ц’і*; этымалагічныя *з, *с, *н, [ц] < *т, [дз] < *д, *л мяккія перад гістарычным *е (*ь), *і: *з’емл’а́, с’ело́, н’і^ема́, н’іма́, ц’епэр, дз’ен’о́к; з’іма́, кос’і́ц’і, н’і́ўка, ходз’і́ц’і; ал’е́, л’едз’, по́л’е; кол’і́, л’і́па, л’і́ц’і, ходз’і́л’і* [17, кк. 6, 7а, 22, 24, 25, 27, 28].

Наступнай вельмі выразнай і значнай адметнасцю дадзенай гаворкі з’яўляецца пераход этымалагічных паўмяккіх *д’, *т’ перад *е, *і, гістарычных мяккіх *д’, *т’ перад націскным *ѣ ў палаталізаваныя зычныя [дз], [ц]: *дз’ен’, ц’епэр, ходз’і́ц’і, ц’і́хо, дз’ед, ц’ен’*. Разам з гэтым у акрэсленых пазіцыях тут спарадычна зафіксаваны мяккія [дз^о], [ц^м]³, [д], [т]: *дз^о’ен’, ц^м’епэр, ходз^о’і́ц^м’і, ц^м’і́хо, дз^о’ед, ц^м’ен’; д’ен’, т’епэр, ход’і́т’і, т’і́хо, д’ед, т’ен’*. Аднак на канцы дзеясловаў у форме трэцяй асобы адзіночнага і множнага ліку этымалагічны мяккі *т паслядоўна ацвярдзеў: *вэ□н ходз’і́т, нос’і́т, вон’ы́ ходз’а́т, нос’а́т* [17, кк. 32–35].

Паказальная асаблівасць вывучанай гаворкі – гэта вымаўленне мяккіх зычных у гістарычных спалучэннях *гы, *кы, *хы, што ўзніклі пры ўтварэнні поўных форм прыметнікаў: *до́ўх’і, коро́тк’і, ц’і́х’і*. Аднак у пазіцыі перад

¹ Гук [э□(é)] абазначае неабіялізаваны галосны пярэдняга рада сярэдне-верхняга пад’ёму (закрыты, сярэдні паміж [э(е)] і [ы(і)]), які пашыраны ў гаворцы в. Горталь пасля цвёрдых і мяккіх зычных.

² Гук [і^е] абазначае галосны сярэдні паміж [і] і [е], які зафіксаваны ў гаворцы в. Горталь пасля мяккіх зычных толькі ў слове *н’і^ема́*.

³ [дз^о] – вымаўленне [дз] з прыгукам [д], [ц^м] – вымаўленне [ц] з прыгукам [т].

галосным [э] ў прыметніках ніякага роду адзіночнага ліку зычныхыя [h], [k], [x] захаваліся цвёрдымі: *до́whэ, до́whэйе, корoткэ, корoткэйе, ц'іхэ, ц'іхэйе* [17, кк. 26, 31].

Істотнай адметнасцю даследаванай гаворкі з'яўляецца таксама наяўнасць цвёрдых (зрэдку паўмяккіх) этымалагічных *р, *ж, *ш, *ч, *ц у пэўных пазіцыях: *рэчка, hrэх, порэ́зав, пора́док, hрад*, але *дз'ер'эво; жар, жыто, на мэжэ; шапка, ол'ешына; вочы, очы, лохачэ* 'буякі, дурніцы'; *молoдзіца, ца́цка, хлопцы, цэп, цэ́жка* [17, кк. 36–38].

Адрозная асаблівасць дадзенай гаворкі – гэта зычны [в], які паходзіць з *в, *л. У пазіцыі перад галосным ён рэалізуецца ў губна-зубны [v]: *вата, вода, во́лны, в'е́ц'ор, плы́ву* і інш. Сустракаецца губна-зубны [v] і ў пачатковым становішчы перад зычнымі: *взала́, в'йун* 'уюн' і інш. Аднак у пазіцыі пасля галоснага гука перад зычным і на канцы слова зычны [в] (< *в, *л) даў рэфлекс губна-губнога [w]: *ла́йка, пра́йда, до́wh'і, куп'іw*. Акрамя таго, паўгалосны [ў] адзначаны ў наступнай словаформе: *оўйос* [17, кк. 9, 12, 41].

Вельмі яркая фанетычная адметнасць вывучанай гаворкі – гэта наяўнасць фарыгальнага (глотачнага) зычнага [h]: *хусты́, хо́род, надз'у́ка, з но́h'і* і інш. Зрэдку ўжываюцца тут і выбухны [g]: *хус'і g'ерg'е́чут* 'гусі гагочуць'.

Значнай асаблівасцю даследаванай гаворкі з'яўляецца таксама даволі выразнае вымаўленне звонкіх зычных у канцавым становішчы і ў сярэдзіне слова перад глухімі: *дуб, вэ□з, нэ□ж, хо́лод, ка́зка, за́hа́дка, ху́бка, нэ□жка* і інш. [17, кк. 39, 40]. Часам на канцы слова назіраецца частковае аглушэнне ці аглушэнне названых зычных: *дуб^п, вэ□з^с, пролэ□йны дошч* 'лівень /моцны, праліўны дождж' і інш.

Наступная выразная адметнасць дадзенай гаворкі – гэта розная рэалізацыя гістарычнага спалучэння "мяккі зычны + Ъ": *з'е́л'іе, нас'е́н'іе і з'е́л'л'е, нас'е́н'н'е* [17, к. 53].

Паказальнай і адрознай асаблівасцю вывучанай гаворкі з'яўляецца таксама пашырэнне пратэтычных зычных [h], [v] або іх адсутнасць перад галоснымі [o], [y]: *хо́раці́, хо́стры, н'іhодно́ho; воз'е́ро, во́с'ен', вочы, воhон', ву́ліца; онуча, о́с'ен', о́чы* [17, кк. 43–49].

Характарызуецца даследаваная гаворка і сваімі граматычнымі адметнасцямі.

Назоўнікі мужчынскага і ніякага роду другога скланення з асновай на мяккі і зацвярдзелы зычны ўжываюцца з канчаткамі -ем, -ом: *кон'ём, рубл'ём, ножэм, йе́йцэм, йа́йцэм; кон'ом, рубл'ом* [17, к. 54].

Назоўнікам жаночага і мужчынскага роду адзіночнага ліку першага і другога скланенняў з асновай на зацвярдзелы зычны ў месным склоне характэрны канчатак -э: *на мэжэ́, на двoрэ́, на концэ́* [17, кк. 55, 56].

Назоўнікі жаночага, мужчынскага і ніякага роду адзіночнага ліку першага і другога скланенняў з асновай на цвёрды і мяккі зычны пашыраны з канчаткам -і: *у /v/ ха́ці́, у /v/ л'е́с'і́, у /v/ но́с'і́, у /v/ по́л'і́* [17, к. 57].

Формы клічнага склону агульных назоўнікаў і ўласных імёнаў жаночага роду адзіночнага ліку адзначаны з канчаткамі -о, -а: *ба́бо, ма́мо, Вал'о, Надз'о, Ман'о; ба́ба, ма́ма, Вал'а, Надз'а, Ма́н'а* [17, к. 58].

Назоўнікам жаночага роду множнага ліку першага скланення ў родным склоне ўласцівы канчатак -эй або нулявы канчатак: *н'і́ма, н'і́ма бабэ́й, хо́ловэ́й, йа́мэ́й, до́роhэ́й, стрэ́хэ́й; баб, хо́лэw, до́рэh, стрэ́х* [17, к. 59].

Яркая і значная асаблівасць прыметнікаў дадзенай гаворкі – гэта т.зв. "сцягнуты" аднаскладовы націскны і ненаціскны канчатак -а або поўны

двухскладовы націскны і ненаціскны канчатак *-эйе* (зрэдку – ненаціскны канчатак *-э*) у назоўным склоне адзіночнага ліку адпаведна жаночага і ніякага роду: *моладá, старá, добра, нова; молодэйе, старэйе, новэйе, солодкэйе, хорошэйе; до́внэ, коро́ткэ, ц'і́хэ*. Аднак у гэтым жа склоне і ліку жаночага роду, як і ў літаратурнай мове, тут мае месца націскны і ненаціскны канчатак *-айа*: *моладáйа, старáйа, нова́йа, добра́йа* [17, кк. 65–68].

Інфінітыў з асновай на галосны зафіксаваны са старажытным суфіксам *-ц'і*: *ходз'і́ц'і, роб'і́ц'і, спа́ц'і* [17, к. 73].

Дзеясловам першага і другога спражэнняў у трэцяй асобе адзіночнага і множнага ліку характэрны канчаткі *-е, -ім, -ут, -ат*: *вэ́н і́дз'е, н'ес'е, ходз'ім, нос'ім, воны́ і́ду́т, н'есу́т, ходз'а́т, нос'а́т* [17, к. 80].

Зваротныя дзеясловы ў вывучанай гаворцы ўжываюцца с постфіксам *-са* (*-со*): *бра́ц'іса, зва́ц'іса, мы́ц'іса, умы́ва́ц'іса, роб'і́ц'са, бойу́са, купа́йуса, бойа́ўса, купа́ўса, н'ешчо зроби́лоса* [17, кк. 74, 79].

Выразная і адрозная асаблівасць даследаванай гаворкі – гэта аднаўленне форм інфінітыва на *-ц'і* (*-ц'е*) з захаваннем зычных [к], [н] у аснове: *с'е́кц'і, с'е́кц'е, пэ́кц'е, стры́ц'е*. Да таго ж ў форме трэцяй асобы множнага ліку цяперашняга часу падобныя дзеясловы паслядоўна захоўваюць зычны [н], непаслядоўна – [к]: *стры́ху́т, с'е́ку́т*, але *пэ́ку́т* і *пэ́чу́т* [1, с. 316–318; 22, с. 64, 116, 184–185].

Характарызуецца дадзеная гаворка і сваім адметным слоўнікам: *б'элы хрыб* 'баравік', *бол'ачка* 'хвароба ў выглядзе сажы ў коласе', *бочэчка* 'ячэйка на мёд у сотах', *варэн'ка* 'кашэль /вялікая кашолка, звычайна з лучыны', *воўчыё*, *овэчыё* 'неядомыя грыбы', *вы́чажк'і* 'мякаць унутры гарбуза', *хры́ва* 'пропуск у кашэнні', *хузэ́'эр* 'ніжня частка снапа', *дзвэ́'н* 'вага ў калодзежным жураўлі', *ды́хл'іна* 'уздухавіна /у каровы, бакавая ўпадзіна паміж апошнім рабром і клубам', *зато́ўка* 'здор /нутранае свіное сала', *збро́дз'іц'і* 'нанесці шкоду пасевам', *красно́голов'ік, красно́головэ́ц* 'падасінавік', *лапно* 'вапна', *ла́с'іцы* 'узоры ад марозу на акне', *лохачэ́* 'буякі, дурніцы', *на́нав'іцы* 'штаны', *орабушо́к* 'верабей', *ора́ч* 'араты /той, хто апрацоўвае, арэ зямлю; земляроб', *ос'ен'іца* 'вусень', *подбэ́рэзн'ік, ба́бка* 'падбярозавік', *подн'еб'ен'н'е* 'верхняя частка ўнутры печы', *полудз'ен'* 'абед /час яды/; сярэдзіна дня, поўдзень', *пэ́рэхмарок* 'воблака', *ра́дно, цэ́ха* 'палатняная коўдра', *роман'ец* 'рамонак', *спова́ц'і* 'спяваць', *стрэ́лка* 'кветканоснае сцябло ў цыбулі', *сц'е́жар* 'месца, дзе стаяў стог сена', *трыбу́х* 'страўнік у кабана, свінні; страўнік кабана, свінні, набіты мясам, салам і вэнджаны на паветры', *цыба́х* 'лісце цыбулі', *ц'у́ра* 'страва, прыгатаваная з вады, кавалкаў хлеба і цукру ці з малака і хлеба', *швэ́да* 'скварка', *шпа́на* 'стрэмка', *шп'і́лк'і* 'іглападобнае лісце хвойных дрэў і кустоў', *шчо́лка* 'шчыліна', *йасна* 'дзясна, дзясны' і інш. [6; 7; 12; 15; 17; 20; 21].

Такім чынам гаворка в. Горталь Івацэвіцкага раёна характарызуецца цэлым комплексам моўных адметнасцей і адносіцца да цэнтральна-целяханскай падгрупы паўночнабрэсцкіх гаворак [2, с. 81–82, 107–108, 113, 189; 9, с. 7–8, 39; 11, с. 202–203; 16, с. 123–125, 127–131; 17; 18, с. 113–115, 116–117; 19].

Спіс

1. Булыка, А.М. Гістарычная марфалогія беларускай мовы / А.М. Булыка, А.І. Жураўскі, І.І. Крамко. – Мінск : Навука і тэхніка, 1979. – 328 с.

2. Вайтовіч, Н.Т. Ненаціскны вакалізм народных гаворак Беларусі / Н.Т. Вайтовіч. – Мінск: Навука і тэхніка, 1968. – 220 с.

3. Вялікі гістарычны атлас Беларусі [Карты] : у 3 т. / Дзярж. кам. па маёмасці Рэсп. Беларусь ; рэдкал.: В.Л. Насевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – [Маштабы розныя]. – Мінск : Белкартаграфія, 2009. – Т. 1. – 2009. – 1 атлас (244, [3] с.).
4. Гарады і вёскі Беларусі : энцыклапедыя. – Т. 3, кн. I. Брэсцкая вобласць / рэдкал.: Г.П. Пашкоў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БелЭн, 2006. – 528 с.: іл.
5. Гарады і раёны Берасцейшчыны: гісторыя і сучаснасць. Івацэвіцкі раён / У.В. Здановіч [і інш.]; пад агул. рэд. А. А. Гарбацкага. – Брэст : Брэсц. друк., 2009. – 563 с.
6. Дыялекталагічны атлас беларускай мовы / Р.І. Аванесаў [і інш.]; Акад. навук БССР, Ін-т мовазнаўства; пад рэд. Р.І. Аванесава. – Мінск : АН БССР, 1963. – [2] с., VIII, 338 к.
7. Дыялекталагічны атлас беларускай мовы : уступ. арт., давед. матэрыялы і камент. да карт / Р.І. Аванесаў [і інш.]; Акад. навук БССР, Ін-т мовазнаўства; пад рэд. К.К. Крапівы, Ю.Ф. Мацкевіч. – Мінск : АН БССР, 1963. – 970 с.
8. Зайка, А.Ф. Населеныя пункты Івацэвіччыны / А. Ф. Зайка. – Пінск : Пінская рэгіянальная друкарня, 2012. – 304 с.
9. Клімчук, Ф.Д. Гаворкі Заходняга Палесся: фанетычны нарыс / Ф.Д. Клімчук; [рэд. М.І. Талстой]; Акад. навук БССР, Ін-т мовазнаўства. – Мінск : Навука і тэхніка, 1983. – 126 с.
10. Кононович, С. Деревне Гортоль – 450 лет / С. Кононович // Івацэвіцкі веснік. – 2011. – 27 мая. – С. 2.
11. Крывіцкі, А.А. Дыялекталогія беларускай мовы : дапам. для філал. спецыяльнасцей ВНУ / А.А. Крывіцкі. – Мінск : Выш. шк., 2003. – 293 с.
12. Лексічны атлас беларускіх народных гаворак : у 5 т. / Акад. навук Беларусі, Ін-т мовазнаўства; пад рэд. М. В. Бірылы, Ю. Ф. Мацкевіч. – Мінск : Фонд фундам. даслед. Рэсп. Беларусь, 1993–1998. – 5 т.
13. Мяцельская, Е.С. Беларуская дыялекталогія : практыкум : вучэб. дапам. / Е.С. Мяцельская, Э.Д. Блінава. – Мінск : Выш. шк., 1991. – 287 с.
14. Памяць: Івац. р-н : гіст.-дак. хронікі гарадоў і р-наў Беларусі / уклад.: М.В. Банасевіч [і інш.]; рэдкал.: В.П. Касько [і інш.]. – Мінск : БелТА, 1997. – 496 с.
15. Раслінны свет: тэмац. слоўн. / склад.: В.Д. Астрэйка [і інш.]; навук. рэд. Л.П. Кунцэвіч, А.А. Крывіцкі. – Мінск : Беларус. навука, 2001. – 655 с.
16. Самуйлік, Я. Гаворкі Выганаўскага Палесся / Я. Самуйлік // *České vědomí Bělarusi: [sborník]* / Univ. Karlova v Praze; ed.: V. Lendělová [et al.]. – Praha, 2013. – S. 123–142.
17. Самуйлік, Я.Р. Атлас гаворак Выганаўскага Палесся / Я.Р. Самуйлік; Брэсц. дзярж. тэхн. ун-т. – Брэст : БрДТУ, 2013. – 322 с.
18. Самуйлік, Я.Р. Дыялектны ландшафт Выганаўскага Палесся / Я.Р. Самуйлік // *Pogranicza słowiańskie w opisach językoznawczych. W 110 rocznicę urodzin Profesora Władysława Kuraszkiwicza (1905–1997)* / Instytut Filologii Słowiańskiej UMCS, Instytut Filologii Polskiej UAM, Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Włodawskiej; red. F. Czyżewski, M. Olejnik, A. Pihan-Kijasowa. – Lublin–Włodawa, 2015. – S. 113–121.
19. Самуйлік, Я.Р. Цэнтральнацеляханская падгрупа паўночнабрэсцкіх гаворак (на матэрыялах лінгвістычнага атласа «Гаворкі Выганаўскага Палесся») / Я.Р. Самуйлік // *Вестн. Брест. гос. техн. ун-та. Сер. Гуманитар. науки.* – 2012. – № 6. – С. 112–116.
20. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы / пад рэд. М.Р. Судніка, М. Н. Крыўко. – Мінск : БелЭн, 1996. – 784 с.
21. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / Акад. навук БССР, Ін-т мовазнаўства; пад агул. рэд. А.А. Атраховіча (К. Крапівы). – Мінск : БелСЭ, 1977–1984. – 5 т.
22. Янкоўскі, Ф.М. Гістарычная граматыка беларускай мовы : вучэб. дапам. для філ. фак. пед. ін-аў / Ф.М. Янкоўскі. – 2-е выд., выпр. і дап. – Мінск : Выш. шк., 1983. – 271 с.

УДК 338.48«313» (476)

Гречко А.А., Драневич Н.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Лазарчук И.М.

ИНТЕРНЕТ В БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является изучение и анализ сети Интернет в Республике Беларусь.

Интернет – всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Он уже давно перестал быть чем-то новым и диковинным. Согласно результатам исследования развития интернета в Европе, Беларусь последние семь лет показывает очень высокие темпы роста количества пользователей глобальной сети – 1785,8%. Это является вторым показателем после Украины.

Сегодня аудитория интернета в Беларуси приблизительно составляет 2,5 миллиона человек, а это более четверти населения. И в ближайшее время прогнозируют дальнейший активный рост числа пользователей. Также каждый день наблюдается появление новых порталов. Всё больше больших и малых компаний приходит в интернет. Кто-то уже реализует через сайты свою продукцию, кто-то ищет клиентов, кто-то просто завёл имиджевую страничку.

Чем обусловлено такое развитие? Основная причина – снижение стоимости интернета. Сюда же можно отнести и приведение к единообразию тарифов для юридических и физических лиц. Еще одна причина – появление нормативно-правовой базы по работе с электронной валютой, например, WebMoney. Это многим позволило легализовать доход и не бояться работать в Байнете.

Эти меры не могут не радовать. Остаётся надеяться на терпение и инициативность, на сохранение, в результате, заданного темпа.

Сравнение цен на сеть Интернет.

Интернет-провайдер (или просто провайдер) – организация, предоставляющая услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с интернетом услуги. Выбор иностранных провайдеров для сравнения велся следующим образом: обращалось внимание на крупные компании (которые не являются аналогами домашних сетей в Беларуси – цены у таких организаций несравнимо ниже), работающие в больших городах.

Основным отличием предложений белорусских провайдеров (речь идет о высокоскоростном интернете) является их «пакетирование»: безлимитные тарифные планы отсутствуют либо цена на них заметно выше, чем за рубежом. В качестве примера можно упомянуть «Рекорд 20» от byfly (\$40) или «Домашний Коннект 4» от компании МТС (\$51), которые не имеют ограничений по трафику. В последнем случае это в полтора раза выше стоимости аналогичной скорости в Литве и в 1,2 раза дороже немного более быстрого интернета в Германии [1].

Ни в одной из рассматриваемых стран (Россия, Украина, Эстония, Латвия, Литва, Польша, Германия и Чехия) нет ограничений по трафику – абонент использует доступный ему канал в своих целях, не оглядываясь на счетчик.

Теперь о ценах. Наиболее высокие платежи за доступ в интернет оказались в Германии. Для примера был взят оператор TeleColumbus, осуществляющий свою деятельность в Ганновере. Тариф со скоростью 30 Мбит/с

обойдется здесь в \$34, 60 Мбит/с – в \$41. Похожие цены в разных городах предлагают Kabel Deutschland, Kabel BW, NetCologne (NetAachen) и другие. Условия у каждого провайдера разные: некоторые дают возможность бесплатно пользоваться интернетом от месяца до полугода, значительно снижают цену за первый год (при заключении длительного контракта) и т. д.

Следующей с учетом цен оказалась Эстония. Однако именно в этой стране живут и здравствуют «домашние сети», в которых неограниченный доступ в интернет на скорости 25 Мбит/с может стоить около \$13.

Примерно поровну придется платить за интернет в Латвии и Чехии. В Чехии к всемирной паутине относятся, судя по полученным данным, достаточно прохладно. Это самая близкая страна к Беларуси, если рассматривать ее с точки зрения предоставляемых скоростей. Так, оператор O2 обеспечит 20-мегабитным интернетом за \$24, а 40 Мбит/с стоят уже \$30. Есть и менее дорогие варианты – например, T-Mobile предлагает те же скорости, но на 20 % дешевле. Разумеется, есть в Чехии и более скоростной интернет.

В Латвии, как и в Эстонии, цены могут зависеть от применяемой технологии. По этой причине у оператора Lattelecom 20 Мбит/с оценены в \$34, а вот 100 Мбит/с стоят всего \$20. Особенно требовательные пользователи могут обратить внимание на тариф со скоростью 250 Мбит/с (\$30), но с минимальной гарантированной скоростью всего 50 Мбит/с.

В этой стране достаточно сложно найти провайдеров, обеспечивающих низкие скорости, а с финансовой точки зрения такие предложения оказываются, как правило, невыгодными. Кроме того, гигабитный интернет для физических лиц здесь не является чем-то недоступным.

Затем в рейтинге следует Польша – цены здесь сравнимы с белорусскими. Правда, речь идет о более высоких скоростях, а ограничения по трафику, как говорилось выше, отсутствуют. Так, UPC (также присутствует в Чехии) предлагает 60 Мбит/с за \$20, а 85 Мбит/с – за \$27. Более приближенными к белорусским реалиям являются, вероятно, предложения от Orange: 20 Мбит/с обойдутся в \$23, столько же стоят и 40 Мбит/с.

В Литве, как и в Латвии, есть предложения по подключению к гигабитному интернету. Здесь есть некоторые технические нюансы и такая скорость доступна не всем. Кроме того, она актуальна только для доступа внутри страны, поэтому наше внимание направлено на скорости поменьше. Тенденция стимулировать клиентов покупать более скоростной интернет наблюдается и здесь, поэтому цена у некоторых операторов на скорости 20 и 40 Мбит/с может отличаться незначительно. 50-мегабитный интернет обойдется в Литве у провайдера SkyNet в \$13, 100-мегабитный – в \$20.

В соседней России нелимитированный доступ стоит примерно \$13,5 («Старлинк») на скорости 20 Мбит/с и \$20 – на скорости 50 Мбит/с. Локальные ресурсы при этом доступны на скорости до 100 Мбит/с. Правда, в правилах пользования есть пункт, согласно которому тарифная скорость измеряется до узла провайдера. При желании можно найти более дешевые предложения, равно как и более скоростные.

На первом месте по уровню цен оказалась Украина. Здесь также можно найти варианты с гигабитным интернетом. Тариф «Легкий» (до 20 Мбит/с «на мир») у компании ProLine обойдется всего в \$6, «Доступный» (до 60 Мбит/с) — в \$10. Эти предложения включают до 55 каналов IPTV и доступ на 100 Мбит/с к локальным ресурсам.

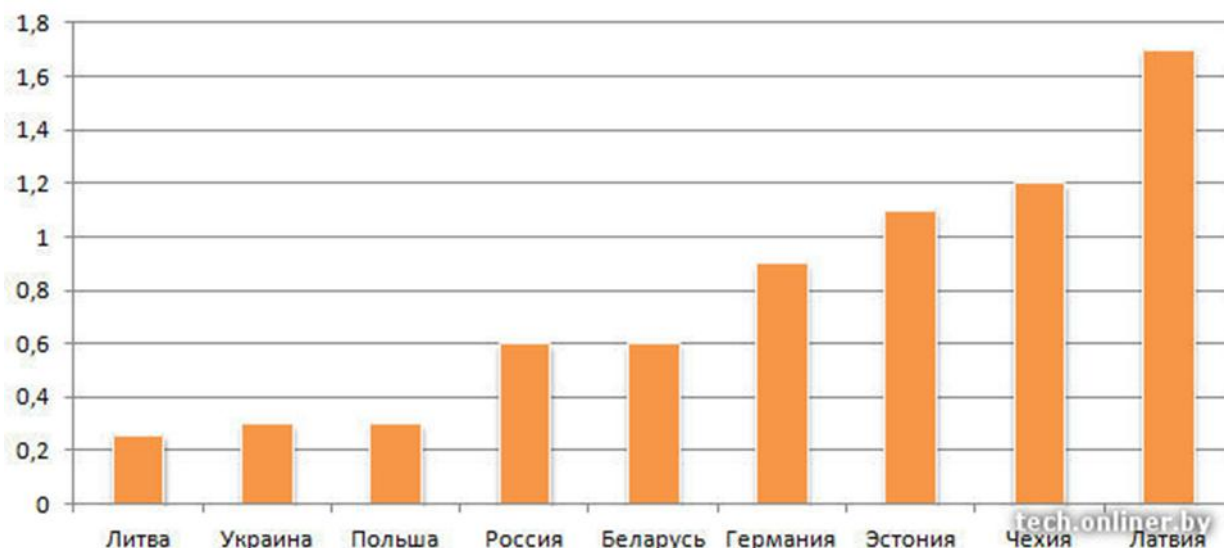


Рисунок 1 – Цена за мегабит при покупке тарифа со скоростью около 25 Мбит

Обособленно в этом списке стоит Беларусь. Это единственная страна, в которой провайдеры за редким исключением предлагают ограниченный по трафику интернет (за рубежом исключением, вероятно, является обратная ситуация). Его цена действительно невысока, однако наполняемость услуги не отвечает современным стандартам. «Домосед» от byfly, например, стоит менее \$10 в месяц, однако скорость доступа в 60 раз ниже, чем в соседней Украине за тариф аналогичной стоимости. «Дамавік» за чуть более чем \$10 предложит 2 Мбит/с, а за \$15 — до 25 Мбит/с с обязательным ограничением по трафику. То есть с учетом наполняемости услуги цена на белорусский интернет чрезвычайно высока: стоит лишь подсчитать, во сколько обойдется загрузка 500 ГБ данных из «внешнего» интернета или как долго она будет идти на нелимитированных тарифах с низкой скоростью [2].

Проблемы развития белорусской сети Интернет.

Как видно, белорусские цены действительно невысоки, однако ограничения по трафику сводят весь выигрыш на нет.

Представители некоторых компаний считают, что проблема связана с недостатком белорусского контента, однако этот вопрос не стоит перед провайдерами соседних стран, даже небольших. Правда, нигде нет и монополии на внешний канал связи. Кроме того, далеко не везде практикуется одинаковая стоимость интернета для физических и юридических лиц: в ряде стран цены для этих категорий клиентов отличаются в 30 раз.

На начало 2015 года количество абонентов (юридических и физических лиц) сети Интернет в Беларуси достигло 9,7 млн. На 1 января текущего года пропускная способность внешних каналов доступа в сеть Интернет составила 783 Гбит/сек, увеличившись за год в 1,6 раза. По данным выборочного обследования домашних хозяйств по уровню жизни, в прошлом году услугами сети Интернет пользовались около 60 % населения в возрасте 6 лет и старше. Причем две трети из них пользовались интернетом ежедневно. В 2014 году к Интернету было подключено 57,1 % домашних хозяйств. Одной из наиболее динамично развивающихся услуг сети Интернет является услуга широкополосного доступа. Количество абонентов, имеющих доступ в сеть Интернет с использованием технологий широкополосного доступа, на 1 января нынешнего года составило 7,8 млн. В общем количестве абонентов глобальной сети

абоненты широкополосного доступа составили 80,5 % (на начало 2014 года данный показатель был 75,1 %) [3].

Высокоскоростные сети 3-его и 4-го поколения (3G и 4G)

3G, или технологии мобильной связи 3 поколения, – набор услуг, который объединяет как высокоскоростной мобильный доступ с услугами сети Интернет, так и технологию радиосвязи, которая создаёт канал передачи данных.

Технология UMTS была разработана для модернизации европейского стандарта сотовой связи второго поколения (GSM). Согласно регламентам Международного союза электросвязи (ITU), 3G-сети должны поддерживать следующие скорости передачи данных:

- для абонентов с высокой мобильностью (до 120 км/ч) – не более 144 кбит/с;
- для абонентов с низкой мобильностью (до 3 км/ч) – 384 кбит/с;
- для неподвижных объектов – 2048 Кбит/с.

В сетях с кодовым разделением каналов, в число которых входит 3G, есть важная особенность – улучшенная защита от обрывов связи в движении. По мере удаления от одной базовой станции клиента "подхватывает" другая. Она начинает передавать все больше и больше информации, в то время как первая станция передает все меньше и меньше, пока клиент вообще не покинет ее зону обслуживания. При хорошем покрытии сети вероятность обрыва полностью исключается системой подобных "подхватов". Это ключевое отличие от 2G-сетей (GSM), в которых переключение между станциями "жесткое" и может приводить к задержкам в передаче и обрывам соединения. На сегодняшний день на территории всей Беларуси каждый мобильный оператор предоставляет услуги сети третьего поколения. [4]

4G (LTE) или поколение мобильной связи с повышенными требованиями. К четвертому поколению принято относить перспективные технологии, позволяющие осуществлять передачу данных со скоростью, превышающей 100 Мбит/с - подвижным и 1 Гбит/с – стационарным абонентам.

В Беларуси в 2015 году была запущена сеть 4G. Она пришла на замену сети третьего поколения. Новинка пока работает только в Минске. На сегодняшний день лишь 5% мобильных гаджетов у белорусов поддерживают сеть 4-го поколения. Высокая скорость пока только у минчан.

Запуск четвертого поколения в эксплуатацию – это результат успешной реализации инвестиционного проекта и эффективного сотрудничества государства и частного бизнеса. LTE в Беларуси – первый этап масштабного проекта по обновлению всей телекоммуникационной инфраструктуры. По словам разработчиков, средняя скорость в сети LTE в Минске около 30 мегабит в секунду, никаких ограничений у абонентов не будет. 4G в Минске последней 10-й версии с приставкой Advanced – это стандарт, отвечающий всем требованиям беспроводной связи четвертого поколения. В 2016 году технология придет в областные города: Брест, Витебск, Гомель, Гродно, Могилев, до 2020 года – в районные центры и иные населенные пункты с численностью не менее 50-ти тысяч человек. Главные преимущества нового вида связи – 4G в сравнении с сетью 3-го поколения быстрее в несколько раз [4].

Внедрение 4G позволит Беларуси усилить позиции в рейтинге развития информационных технологий.

Таким образом, сегодня интернет – часть общественной жизни, давно ставший отдельным экономическим, социальным и информационным пространством, в котором нуждаются почти все. Всемирная сеть развивается

стремительно. Число интернет-пользователей постоянно увеличивается. Интернет состоит из многих тысяч корпоративных, научных, правительственных и домашних компьютерных сетей.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]–Минск, 2016–Режим доступа: www.belstat.gov.by-

2. ООО «ОНЛАЙНЕР» [Электронный ресурс] – Минск, 2016–Режим доступа: <https://tech.onliner.by/>-

3. Интернет-провайдеры Беларуси [Электронный ресурс] – Минск, 2016–Режим доступа: <http://providers.by/>-

4. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс] – Минск, 2016–Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет_в_Белоруссии-

УДК 339.138

Дымша О.И.

Научный руководитель: проф. Медведева Г.Т.

СТРАНОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ

Реклама – это платная информация, распространенная в обществе любым способом, в любой форме и любыми средствами, не адресованная конкретному кругу лиц.

Для всех развитых государств характерно участие рекламы в торгово-экономических отношениях для продвижения товара от производителя к потребителю. Рекламный рынок – это не только индустрия, которая включает в себя множество разнообразных предприятий и организаций, средств массовой информации, но и инструмент оказания серьезного психологического воздействия на население и на все стороны его жизни.

Восприятие рекламы - это сложный и многогранный процесс анализа. Оно реализуется через осмысление и усвоение рекламного сообщения и формирует образ предмета или явления, который оказывает влияние на действия и поведение покупателя.

Эффективность психологического воздействия рекламных сообщений характеризуется яркостью и глубиной впечатлений, получаемых ими, количеством и качеством используемых специалистами рекламы средств и способов влияния, которые оставляют след в сознании и памяти потребителей. Национальные особенности определенной страны также является психологической предпосылкой эффективного рекламного воздействия.

Объем международной торговли постоянно увеличивается благодаря крупным корпорациям, деятельность которых распространяется не только на свои страны, но и многие другие. Соответственно увеличивается и объем международной рекламы.

Международная реклама, представляя собой одну из форм коммуникации и, пропагандируя продажу товаров, услуг, идей, политических позиций, мнений и ценностей, в определенной степени способствует процессу взаимопонимания и сближения стран. Развитию международной рекламы во многом содействует научно-технический прогресс, развитие новых средств связи и информации. Компании, организующие торговлю на мировых рынках, задаются вопросом: можно ли проводить единую рекламную кампанию на рынках зарубежных стран.

Глобализация является реальным процессом, на мировом рынке появляется все больше глобальных компаний и глобальных торговых марок. Процесс глобализации переживают и средства массовой информации. Некоторые товары настолько универсальны по своим свойствам и популярности, что это позволяет осуществлять попытки проводить в отношении их единую, стандартизированную глобальную стратегию рекламных выступлений, независимо от тех стран, где она осуществляется.

При этом не следует преувеличивать возможности глобальной рекламы. Полностью глобальная реклама невозможна, поскольку нет единого глобального потребителя. Эффективные рекламные объявления отражают жесты, мимику, нюансы и специфику культуры, обычаев, языка не только конкретной страны, но и конкретной местности. Реклама является частью и зеркальным отражением национальной культуры соответствующей страны, ее специфики и особенностей. Несмотря на то что потребители, торговые марки, технологии и агентства становятся все более глобальными, реклама в большей степени остается локальной.

Особенности рекламы разных стран очень интересны. Создатели рекламы работают по-разному, от национальных особенностей страны зависит стиль их работы.

Говоря в целом о рекламе как национальном продукте, следует отметить, что проблема восприятия рекламы с точки зрения национальных особенностей имеет огромное значение. До сих пор происходит большое количество «рекламных ляпов», по причине того, что рекламодатели недостаточно хорошо знакомы с национальными особенностями, сленгом, ценностями и понятиями. Именно поэтому одним из важнейших аспектов рекламы на международных рынках является тщательное изучение национальных, культурных и психологических аспектов, недооценка которых может привести к потере позиций на рынке и провалу бренда.

Мир воспринимается по-разному людьми разных стран и национальностей, что обусловлено менталитетом. Это относится и к восприятию рекламы.

Для многих компаний международный рынок становится основным. С каждым годом наблюдается увеличение темпов роста международного товарооборота. В условиях сильной конкуренции реклама становится основным двигателем торговли.

Мировые затраты на рекламу продолжают расти. В 2015 году в мире на рекламу было потрачено 569,65 млрд долларов. В 2016 году на рекламу планируется потратить 606,90 млрд долларов. Прогнозы роста расходов к 2019 году остаются оптимистичными. Чем дальше, тем больше тратится средств на рекламу, а эффекта от нее становится все меньше и меньше. И причина этого заключается в том, что мы делаем рекламу под себя, а не под покупателей.

В работе приведены результаты исследования самосознания и сознания в обществе. Были исследованы представители разных стран для того, чтобы выбрать средства маркетинговых коммуникаций с точки зрения самосознания.

Цели исследования:

1. Проанализировать взаимосвязь рекламы с национальным самосознанием населения различных стран.

2. Намечать пути снижения рисков разработки рекламной продукции, не отвечающей ожиданиям целевого сегмента рынка.

Для достижения целей исследования, население различных стран было проанализировано с точки зрения того, какими их видят другие, какими они видят себя и какими они видят других.

Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация. На ее долю приходится более 40% белорусского экспорта и более половины объема импорта.

Россия имеет достаточно высокий индекс неприятия неопределенности, что, несомненно, отражается в рекламе: обычно демонстрируются результаты тестирования продукта, компетентность производителя, чтобы потребитель был уверен в качестве продукта до покупки. Информация преподносится в прямой форме с использованием точных цифр. Реклама преимущественно построена на модели увещевания, включающей в себя аргументы, факты, склоняющие потребителя к покупке.

| Какими их видят другие | Взгляд на себя | Взгляд на других |
|---|--|---|
| Хитрые Чрезмерно употребляющие алкоголь Дружелюбные | Доброжелательные Гостеприимные Дружелюбные | Коварные Подлые Жадные Серьезные |

Реклама в данной стране должна быть непринужденной, веселой, доброй. И не должна быть серьезной и скучной.

На родине рекламы – в Америке – к ней относятся спокойно, как к естественному инструменту рыночной экономики. А потому даже навязчивая реклама воспринимается хорошо. Самое главное в американской рекламе – копирайтинг.

| Какими их видят другие | Взгляд на себя | Взгляд на других |
|---|----------------|----------------------------|
| Улыбчивые Дружелюбные Трудоголики | Лучшие в мире | Ничем не отличаются от них |

Реклама для американского рынка должна быть прямой, логичной, рациональной и навязчивой.

Великобритания — страна прекрасной, яркой, качественной, многогранной рекламы с великолепным креативом и тонким юмором. Они успешно сочетают рекламу, ориентированную на вербалику, с образной рекламой.

| Какими их видят другие | Взгляд на себя | Взгляд на других |
|---|--|---|
| Сдержанные Педантичные Равнодушные к переменам Полны предубеждений | Цивилизованные Законопослушные Вежливые Великодушные Галантные | Излишне возбудимые Организованные Избыточно серьезные |

Реклама должна быть законной, качественной, интеллигентной, подчеркивая любовь к традициям, галантность и вежливость англичан. Избегать стоит слишком серьезной и вызывающей рекламы.

Франция — одна из трех стран, создающих лицо европейского креатива. Высокая эстетика этой страны нашла отражение в рекламе, которая оперирует визуальными образами, туманными и соблазнительными. Классический рекламный ролик Франции – маленькое произведение визуального искусства. Для французской рекламы важнее образ, а не слово, картинка, а не текст – его во французской рекламе практически нет. Реклама этой страны ориентирована на образы и изысканный креатив, креатив с изюминкой.

| Какими их видят другие | Взгляд на себя | Взгляд на других |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Противоречивые Переменчивые | Цивилизованные Романтичные | Нелепые Веселые Загадочные |

Реклама для французов должна быть театральной, романтической, красочной и немногословной. Реклама не должна содержать слишком веселых и нелепых рекламных сообщений.

Республика Беларусь активно налаживает торгово-экономические отношения со странами Азии. Рынок Южной Кореи для нашей страны является одним из наиболее привлекательных и перспективных.

| Взгляд на себя | Взгляд на других |
|--|-------------------------|
| Трудолюбивые Доброжелательные Семейные | Отсталые Пьющие |

Создавая рекламное сообщение для рынка Южной Кореи, необходимо делать упор на патриотизм и семейные ценности.

Национальное самосознание имеет большую значимость при продвижении товара на внешнем рынке, и, следовательно, его тщательное изучение представляется необходимым для разработки успешной международной рекламной кампании. Таким образом, для создания эффективной рекламы необходимо учитывать все национальные особенности принимающей стороны, это позволит снизить затраты и добиться максимальной эффективности рекламной кампании, а также создать свое уникальное сообщение в огромном рекламном потоке.

Когда мы делаем рекламу для международного рынка, нужно думать как они.

УДК 342.9

Кириллюк К.И.

Научный руководитель: старший преподаватель Речиц Е.В.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО СТАТУСА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В СВЕТЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ

Коррупция в сфере государственной службы представляет собой серьезную угрозу обеспечения устойчивого социально-экономического развития, поддержания политической стабильности и национальной безопасности. Для эффективного противодействия коррупции в сфере государственной службы необходим всеобъемлющий подход, предполагающий использование системы экономических, политико-правовых, организационно-управленческих и психологических, в том числе воспитательных и образовательных, мер [1–5].

Важность точного и неукоснительного следования интересам государственной службы и наличие повышенных коррупционных рисков в указанной сфере влечет предъявление к государственным служащим повышенных требований и установление определенных ограничений и запретов, направленных на противодействие коррупции. В качестве компенсации за особые условия государственной службы законодательством Республики Беларусь о государственной службе предусматривается предоставление льгот и гарантий государственным служащим [6–8].

Для выявления и раскрытия особенностей правового статуса государственных служащих в свете законодательства Республики Беларусь о борьбе с коррупцией следует четко разграничивать правовые понятия «государствен-

ный служащий», «государственное должностное лицо», «должностное лицо». Правовое понятие «государственный служащий» охватывается правовыми понятиями «государственное должностное лицо», «должностное лицо». Государственные служащие, являясь государственными должностными лицами и должностными лицами, признаются субъектами двух групп правонарушений коррупционной направленности: правонарушений, создающих условия для коррупции; коррупционных правонарушений [9–11].

Законодательство Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, устанавливающее ограничения и запреты для государственных служащих, позволяет расширить возможности по достижению цели обеспечения эффективного функционирования государственной службы, установления правовых преград злоупотреблениям государственных служащих, создания условий для независимости осуществления должностных полномочий государственными служащими и реализации ими установленных Конституцией Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.) [13] прав, свобод и законных интересов. Однако взаимодействие и соотношение соответствующих правовых норм, содержащихся в законодательстве Республики Беларусь о государственной службе и законодательстве Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, должно осуществляться согласно правилу «специальный акт имеет верховенство по отношению к общему».

Несогласованность положений законодательства Республики Беларусь о государственной службе и законодательства Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, закрепляющих ограничения и запреты для государственных служащих, не способствует совершенствованию правового статуса государственных служащих. Ограничения и запреты, предусмотренные для государственных служащих законодательством Республики Беларусь о государственной службе и законодательством Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, в отдельных случаях совпадают полностью, в других – лишь частично. В ряде ситуаций законодательство Республики Беларусь о государственной службе предъявляет больше требований к государственным служащим, по сравнению с законодательством Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, в иных – наоборот.

К примеру, в соответствии с п. 1.8 ст. 22 Закона Республики Беларусь от 14 июня 2003 г. № 204-З «О государственной службе в Республике Беларусь», государственные служащие не вправе принимать имущество (подарки) или получать другую выгоду в виде услуги в связи с исполнением служебных обязанностей, за исключением сувениров, вручаемых при проведении протокольных и иных официальных мероприятий. Полученные государственными служащими при проведении протокольных и иных официальных мероприятий сувениры, стоимость которых превышает пять базовых величин, передаются в доход государства по решению комиссии, создаваемой руководителем государственного органа, в котором государственный служащий занимает государственную должность.

В то же время в ст. 8 Закона Республики Беларусь от 15 июля 2015 г. № 305-З «О борьбе с коррупцией» указано, что государственные служащие не вправе принимать имущество (подарки), за исключением сувениров, вручаемых при проведении протокольных и иных официальных мероприятий, или получать другую выгоду для себя или для третьих лиц в виде работы, услуги в связи с исполнением служебных (трудовых) обязанностей. Данное ограниче-

ние уточняется и дополняется по-иному в сравнении с интерпретацией Закона Республики Беларусь от 14 июня 2003 г. № 204-З «О государственной службе в Республике Беларусь» положениями Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22 января 2016 г. № 45 «Об утверждении Положения о порядке сдачи, учета, хранения, оценки и реализации имущества, в том числе подарков, полученного государственным должностным или приравненным к нему лицом с нарушением порядка, установленного законодательными актами, в связи с исполнением своих служебных (трудовых) обязанностей» о том, что государственный служащий обязан письменно в виде заявления уведомлять государственный орган, иную организацию, в которых указанные лица проходят службу, обо всех случаях получения имущества с нарушением порядка, установленного законодательством Республики Беларусь, в связи с исполнением им своих служебных (трудовых) обязанностей и безвозмездно сдавать его по месту службы. Заявление о получении имущества оформляется в произвольной форме и в течение трех рабочих дней со дня получения имущества. Одновременно с подачей заявления государственный служащий в присутствии уполномоченного должностного лица передает имущество на хранение материально ответственному лицу в порядке, установленном руководителем государственного органа или иной организации. Уполномоченное должностное лицо в течение семи рабочих дней с даты регистрации заявления вносит предложение о его дальнейшем использовании. Руководитель государственного органа или иной организации принимает решение об организации работы по оценке имущества для последующего принятия его к бухгалтерскому учету. В случае нецелесообразности использования имущества в государственном органе, иной организации решение о его реализации принимается в соответствии с законодательством Республики Беларусь. Имущество, изготовленное из драгоценных металлов и их сплавов, драгоценных камней, сдается в Государственное хранилище ценностей Министерства финансов Республики Беларусь в соответствии с законодательством Республики Беларусь [14].

Представляется, что закрепление ограничений и запретов для государственных служащих в законодательстве Республики Беларусь о борьбе с коррупцией не способствует совершенствованию правового статуса государственных служащих в случае, когда такие ограничения и запреты не предусмотрены законодательством Республики Беларусь о государственной службе. Это обусловлено тем, что положения законодательства Республики Беларусь о борьбе с коррупцией, закрепляя те или иные элементы правового статуса государственных служащих, «приспосабливают» их к собственным потребностям.

Наиболее основательным способом противодействия коррупции в сфере государственной службы следует признать не ужесточение различных ограничений и запретов для государственных служащих и усиление гарантий и компенсаций для них в связи с имеющимися ограничениями и запретами, а модификацию стратегической мотивации государственных служащих. Борьба с коррупцией в сфере государственной службы должна вестись различными методами, основанными на использовании как юридических позитивных и негативных санкций, так и кодексов деловой и профессиональной этики [15].

Список цитированных источников

1. Рубцова, О. Борьба с коррупцией – важнейшая государственная задача / О. Рубцова // Кадровик. Управление персоналом. – 2015. – № 22. – С. 26–32.

2. Бабосов, Е.М. Масштабы, причины и пути преодоления коррупции в Беларуси: социологический анализ / Е.М. Бабосов // Сацыяльна-эканамічныя і прававыя даследаванні. – 2011. – № 2. – С. 4–18.
3. Бусыгина, И.М. Ограничить коррупцию: найти новых людей или изменить мотивации? / И.М. Бусыгина, М.Г. Филипов // Полис. Политические исследования. – 2013. – № 1. – С. 50–71.
4. Василевич, Г.А. Противодействие коррупции – одна из главных задач государства и общества / Г.А. Василевич // Право.by. – 2014. – № 5. – С. 5–11.
5. Пашковский, В. Предупреждение коррупционных правонарушений / В. Пашковский // Законность и правопорядок. – 2012. – № 2. – С. 16–19.
6. Кеник, К.И. Особенности регулирования труда государственных служащих / К.И. Кеник // Отдел кадров. – 2013. – № 12. – С. 42–54.
7. Мисюкевич, Я. Коррупционные риски в организации: методы противодействия и профилактики / Я. Мисюкевич // Юрист. – 2015. – № 6. – С. 53–55.
8. О борьбе с коррупцией : Закон Респ. Беларусь, 15 июля 2015 г., № 305-3 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2016.
9. Уголовный кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 9 июля 1999 г., № 275-3 (с изм. и доп.) // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2016.
10. Кодекс об административных правонарушениях Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 21 апреля 2003 г., № 194-3 (с изм. и доп.) // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2016.
11. О государственной службе в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 14 июня 2003 г., № 204-3 (с изм. и доп.) // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2016.
12. Кодавбович, В.А. О некоторых вопросах теории и практики совершенствования законодательства о государственных служащих : (к разработке Концепции Закона Республики Беларусь «О государственной службе») / В.А. Кодавбович // Юстиция Беларуси. – 2012. – № 6. – С. 40–44.
13. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005. – 48 с.
14. Об утверждении Положения о порядке сдачи, учета, хранения, оценки и реализации имущества, в том числе подарков, полученного государственным должностным или приравненным к нему лицом с нарушением порядка, установленного законодательными актами, в связи с исполнением своих служебных (трудовых) обязанностей: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 янв. 2016 г., № 45 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2016.
15. Корж, Г.Г. Оплата труда и системы антикоррупционных мер: зарубежный и отечественный опыт / Г.Г. Корж // Главный экономист. – 2015. – № 7. – С. 16–25.

УДК 693.22.004.18

Кот Я.В.

Научный руководитель: доцент Хутова Е.Н.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Целью настоящей работы является изучение особенностей развития событийного туризма в мировой практике, а также разработка перспективных направлений деятельности белорусских туристических компаний в сфере событийного туризма.

Событийный туризм – относительно новый, перспективный и динамично развивающийся вид туризма, благодаря которому туристы становятся живыми свидетелями величайших событий в мире спорта, культуры и искусства. В событийном туризме основная цель путешествия приурочена к какому-либо событию. Он уникален своей неисчерпаемостью по содержанию: многочисленные фестивали, праздники, тематические события, которые с каждым годом только увеличиваются благодаря международной интеграции, тесному взаимодействию культур и интернациональному сотрудничеству [1].

В последние годы крупные спортивные, культурные, деловые события стали важным элементом государственной политики. Многие страны, и Беларусь в том числе, активно борются за право проводить на своей территории различные мероприятия международного масштаба. Страны включают эти глобальные события в свои стратегии экономического развития, решая за счёт них сразу несколько задач, включая модернизацию инфраструктуры, продвижение на мировом уровне и, как следствие, привлечение туристов и инвесторов.

Как правило, любому туристскому путешествию присущи какие-либо развлечения. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты или внутри страны, постепенно завоевывают все большую популярность среди различных групп отдыхающих. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров. Люди отправляются в путешествие за незабываемыми впечатлениями, острыми ощущениями и положительными эмоциями. Поэтому отдых в сочетании с развлечениями преобладает среди других целей путешествия туристов и формирует наиболее массовые потоки в мире. Посещение впечатляющих, ярких, неповторимых событий спортивной, деловой и культурной жизни в масштабах региона или всего мира является основой событийного туризма.

Каждый год количество событийных туров увеличивается, и такие поездки становятся регулярными. Во всем мире данный вид туризма пользуется огромным спросом. Большой спрос на событийные туры можно объяснить тем, что люди устают от повседневности, им не хватает праздника в жизни. Люди, отправляющиеся в подобное путешествие, несомненно, испытают множество ярких незабываемых моментов, которые запомнятся им на всю жизнь.

Мероприятия событийного туризма имеют большое **социально-экономическое значение**:

- 1) в период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристической индустрии;
- 2) потребительский спрос значительно превышает предложение;
- 3) наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества;
- 4) повышается активность и занятость местного населения;
- 5) улучшается инфраструктура региона;
- 6) продвигается бренд страны.

Событийный туризм является не только перспективным видом развития туристской деятельности, но и, одновременно, достаточно капиталоемким. Рентабельность и коммерциализация событийных мероприятий должна быть высокой. Чтобы этого достичь, нужно четко понимать, на кого рассчитано мероприятие, сколько туристов оно способно привлечь, какие средства должен вложить бюджет и спонсоры и что в итоге они смогут получить.

Целевой аудиторией событийных туров выступают как опытные путешественники, которые уже много где успели побывать, так и новички разных половозрастных и социальных групп; туристы-одиночки и организованные группы, семьи и корпоративные компании. Кроме туристов, на месте проведения события могут находиться также экскурсанты. Их численность и расходы учитываются статистикой при подсчете вклада событийного туризма в экономику территории. В определении событийного туризма использован термин «посещение», а не «поездки», т. к. предполагается, что посетить мероприятие могут люди из соседних территориальных образований, не пользуясь транспортом.

Автор выделяет следующие **отличительные черты событийного туризма**:

1. *Прогнозируемость* в событийном туризме означает, что мероприятия событийного туризма планируются за значительный срок до его проведения.

2. *Массовость* означает ориентированность на широкие массы как потребителей услуг событийного туризма, так и их производителей.

3. *Всесезонность* означает, что мероприятия событийного туризма проводятся в течение всего года и не зависят от сезона.

4. *Интерактивность* в событийном туризме означает, что туристы могут посещать мероприятие не только в качестве зрителя, а имеют возможность непосредственного участия в мероприятии.

5. *Зрелищность* в событийном туризме означает путешествия с целью посещения различных зрелищных мероприятий, проводимых в различных странах мира.

6. *Инновационность* в событийном туризме означает разработку, создание новых событий с применением достижений науки, техники, IT-технологий, а также передового опыта в областях управления и маркетинга, внедрение которых позволит повысить уровень занятости населения, обеспечить рост его доходов, ускорить социально-экономическое развитие и улучшить туристский имидж страны и регионов.

7. *Регулярность мероприятий* проявляется в их периодичности, а также постоянном пополнении рынка событийного туризма новыми событиями.

8. *Стимулирование повторного посещения* дестинаций означает, что посещение стоящего запоминающегося мероприятия всегда сопровождается у туристов желанием вернуться или посетить подобное мероприятие.

В работе представлена **классификация событийного туризма**: по масштабу охвата события, форме представления и периоду проведения, целевой аудитории и степени участия туриста в мероприятии, целевому назначению проведения мероприятия и тематике события.

Условиями для организации событийных туров выступают:

1. *Учет фактора временных рамок и периодичности события*, что намного важнее классического фактора туристической сезонности, т. е. в событийном туризме происходит сжатие туристического сезона до нескольких дней или недель.

2. *Событие*, лежащее в основе тура, должно обладать качеством *неоспоримой уникальности*. Только в случае если мероприятие нельзя скопировать и повторить, турист получает достаточно оснований, чтобы пожертвовать своим личным временем и средствами и совершить поездку в нужное место в строго определенное время.

3. *Организация* событийного туризма *прямо зависит от доброй воли местных жителей*, их желания, заинтересованности и участия в организации мероприятия или события. Готовность местного сообщества временно уще-

мить свои интересы в повседневной жизни, самим принять участие в готовящемся событии является залогом его успеха.

4. У туриста обязательно *должна быть возможность личного непосредственного участия в событии* либо участия в качестве зрителя. Эту особенность событийного туризма можно даже обыграть этимологически: чем больше возможностей у туриста для участия в событии, тем больше положительных впечатлений он получает, тем выше он оценивает качество приобретенного туристического продукта [2].

Преимуществами событийного туризма являются:

1. Привлечение большого туристического потока.
2. Решение проблемы сезонности – одной из отличительных особенностей событийного туризма является его *всесезонность*.
3. Широкая целевая аудитория, так как существует большое количество направлений событийных туров.
4. Отсутствие необходимости в естественных природных условиях.
5. Создание комфортной среды жизнедеятельности.
6. Репозиционирование территории и формирование положительного имиджа.
7. Накопление нового культурного наследия и актуализация старого.
8. Развитие бизнеса, в том числе в сфере организации событийных мероприятий.
9. Привлечение внешних инвестиций, чему будет способствовать привлекательность региона.
10. Привлечение инвестиций из государственного бюджета, что будет способствовать модернизации инфраструктуры.

Следует отметить, что с административной точки зрения намного проще и эффективнее, когда масштабные инвестиции в развитие территории приурочены к какому-либо важному событию.

Недостатками событийного туризма являются:

1. Отсутствие возможности переноса события (привязка к датам).
2. Необходимость заблаговременного планирования посещения мероприятия (при большом количестве желающих посетить событие, туристы могут не успеть забронировать билеты и места пребывания).
3. Прямая зависимость от графика мероприятия.
4. Капиталоемкий вид туризма (организация мероприятия требует больших материальных затрат, рентабельность событийных мероприятий должна быть высокой, конечная цель должна оправдывать средства).

Для Республики Беларусь развитие событийного туризма является одним из перспективных направлений в повышении конкурентоспособности отечественной туристической индустрии. Если до обретения независимости в стране почти не проводились знаковые спортивные и культурные мероприятия, то за последние 20 лет сделано многое. Далеко за пределами республики известны Международный фестиваль искусств «Славянский базар» в г. Витебске, Международный кинофестиваль «Лістапад» в г. Минске, Республиканский фестиваль национальных культур в г. Гродно, большую популярность получили фестивали средневековой культуры и реконструкции рыцарских турниров, классической музыки и др. В мае 2014 г. столица Беларуси принимала Чемпионат мира по хоккею с шайбой, и оправданным шагом со стороны государства было решение об отмене визового въезда для иностранных туристов сроком на 1 месяц, что позволило многим туристам остаться после окончания

чемпионата и посетить местные достопримечательности и культурные центры. Заметно увеличилось количество объектов мест размещения и питания в столице и областных городах. Новый образ приняли малые города и местечки, расширились объекты придорожного сервиса [2].

Проблемами в развитии событийного туризма для Беларуси остаются:

1. *Недостаточно развитая инфраструктура* смежных сфер туристической индустрии в малых городах и местах проведения событий. Гостиничное хозяйство не всегда отвечает заявленному уровню; меню в системе общественного питания ограничено и не отражает национальную кухню; бытовые услуги не развиты; высокоскоростной Интернет отсутствует.

2. *Отсутствие* у большинства специалистов в туристической индустрии *необходимого опыта и теоретических знаний* в данной области. Владеть азами туристического бизнеса здесь недостаточно, нужно хорошо знать историю и культуру Беларуси, национальный и международные языки.

3. Многие из проводимых в республике мероприятий *носят некоммерческий или имиджевый характер* для отдельных городов, районов или страны в целом. Мировой опыт показывает, что при грамотной организации событийный туризм может рассматриваться не просто как элемент долговременной рекламной кампании или пиара, а выступать эффективным коммерческим туристическим продуктом.

4. Большое количество событийных мероприятий малого масштаба, вместе с тем, *отсутствие крупномасштабных*. В отдельных странах одно мероприятие в год обеспечивает экономический задел на весь следующий период (Бразильский или Венецианский карнавалы).

5. *Недостаточная популяризация национальных и местных культурных традиций*: от обрядов и праздников до ремесел и национальной кухни. Поэтому для Республики Беларусь событийный туризм – это возможность воссоздать многие достижения национальной культуры.

Решением существующих проблем является:

1. *Дальнейшее развитие туристической инфраструктуры*, уделяя должное внимание трансферам из крупных городов – мест прибытия авиа или ж-д транспортом; системе быстрого питания в малых городах местах проведения мероприятий; созданию более дешевых мест размещения туристов (хостелов).

2. *Заключение белорусскими туроператорами договоров о сотрудничестве* с зарубежными турагенствами, создание представительств за рубежом, организация рекламных событийных туров для зарубежных агентов.

3. *Активизация продвижения событийного туризма в сети Интернет* (сайты, соцсети, баннеры) и расширение возможностей для потенциальных потребителей. Целесообразно информирование о предстоящем событии, создание упрощенной онлайн-системы бронирования для туристов и оплаты выбранного турпакета.

4. *Внедрение системы выбора наилучшего предложения*, при которой турист онлайн формулирует свои пожелания к туру, оставляет заявку на сайте, которая рассылается по туристическим агентствам региона, они в свою очередь формируют подборку и отправляют ее туристу, после чего он выбирает наилучшее по условиям предложение.

5. *Расширение функций турагентов в работе с клиентами*, решая проблему отказа от желаемых мероприятий по причине отсутствия напарника с помощью программы «Поиск попутчика», когда туристу подбирают едино-

мышленника по его предпочтительным характеристикам для посещения мероприятия.

6. *Внедрение* активно практикуемой в Европе программы «Обмен домами», когда жители принимающей страны предлагают временное размещение туристов на своей жилплощади, что позволяет значительно сэкономить на туре.

Развитие событийного туризма в Республике Беларусь позволит эффективно задействовать существующую инфраструктуру регионов и их культурный и исторический потенциал. Вместе с тем, создаст условия для активизации въездного и внутреннего туризма, обеспечения роста вклада туристической сферы в создание национального внутреннего продукта и повышения конкурентоспособности страны.

Список цитированных источников

1. Информационно-аналитический портал «Все о туризме» // <http://tourlib.net>.
2. Донских, С.В. // Событийный туризм. – 2014. – С. 4-15.

УДК 339.187.657

Курилюк Д.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Степанюк В.Л.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ПРИОРИТЕТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА 2006-2016 ГГ.

Сегодня социальную рекламу можно встретить абсолютно везде. Это определенная вид рекламы, который направлен на поддержание общественных или государственных интересов. Он необходим для формирования в обществе и в сознании людей различных социально значимых норм и ценностей. С помощью социальной рекламы привлекается внимание к проблемам, которые имеют социальную значимость, а также оговариваются возможные пути решения таких проблем.

В современном рекламопроизводстве социальная реклама приобрела широкое развитие. И хотя отнюдь не мировая тенденция роста социальной рекламы вынуждает Беларусь заполнять эфир и рекламные щиты в больших городах социальной рекламой, однако очевидно, что в Республике Беларусь «социалки» много.

Проблема отечественной социальной рекламы заключается в ее незрелости. В отличие от коммерческой рекламы, которую создают команды профессионалов, большинство социальных обращений производится кустарным способом.

В марте 2006 года студентами было проведено маркетинговое исследование в г. Бресте. Проблема исследования звучала так: «*Повлияет ли увеличение объема социальной рекламы на уменьшение количества социальных бед в обществе?*»

Целями исследования были следующие:

- *Кто является основной целевой аудиторией социальной рекламы?*
- *Какие проблемы в обществе больше всего волнуют жителей?*
- *Каково отношение жителей города к социальной рекламе?*
- *Какие средства распространения социальной рекламы наиболее эффективны с позиции населения?*
- *Всегда ли понятны идеи социальной рекламы?*

▪ Какими составляющими определяется привлекательность социальной рекламы?

▪ Существуют ли различия в восприятии социальной рекламы между представителями мужского и женского пола?

▪ Какие эмоции вызывает социальная реклама?

▪ Является ли социальная реклама инструментом профилактики социальных бед в обществе?

▪ Существует ли необходимость увеличения объема социальной рекламы?

Ровно через 10 лет в марте 2016 года студентами также было проведено повторное исследование, результаты которого были сопоставлены с результатами 2006 года, чтобы узнать, что изменилось за 10 лет. Прежде всего, была определена и составлена выборка респондентов. Объектом исследования были печатные, эфирные и электронные средства социальной рекламы. В качестве респондентов выступило население г. Бреста в возрасте от 18 до 60 лет.

Было опрошено 100 человек. Опрос проводился методом стандартизованного анкетирования респондентов. Среди опрошенных оказалось 50 % мужчин и 50 % женщин.

В ходе опроса было выявлено, что количество респондентов понимающих основную суть термина «социальная реклама», составило 69 %, и 31 % не смогли ответить на поставленный вопрос.

В результате исследования стало известно, что респонденты чаще сталкиваются с наружной рекламой социального характера и она занимает первое место (43,4 %), второе место занимает телевизионная реклама (39,6 %), третье – газеты и журналы (13,2 %) и на долю радио приходится 3,8 %, и 1 человек отметил такой источник, как интернет. Стоит заметить, что в 2006 году лидирующую позицию занимало телевидение (67,7 %), а на наружную рекламу приходилось всего 19,8 % (см. рис. 1).

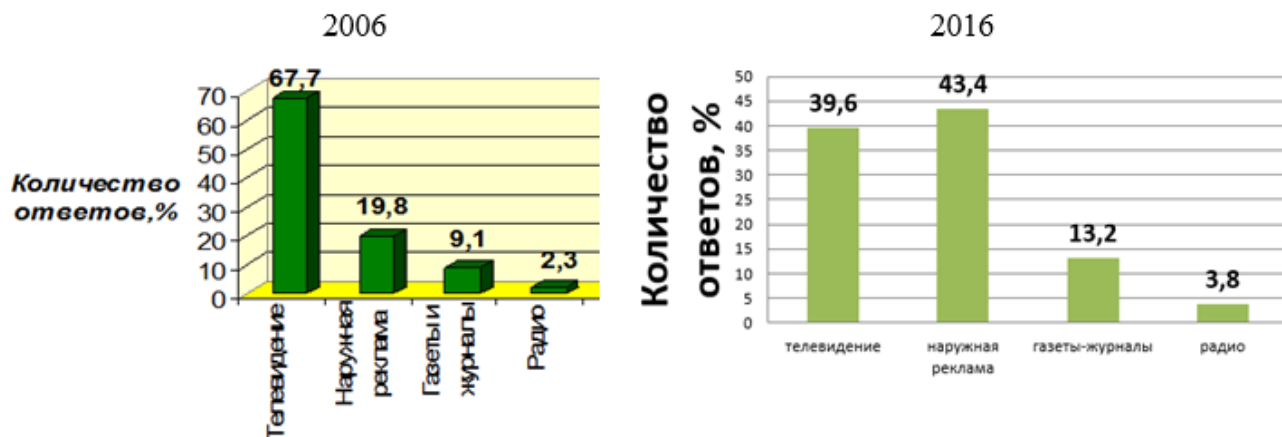


Рисунок 1 – Средства распространения социальной рекламы, предпочитаемые жителями г. Бреста

Так же выяснилось, что по сравнению с 2006 годом снизилось количество респондентов, которым удается понять рекламную идею с первого раза, оказалось 66 %, отрицательно ответили 34 % респондентов.

Большинство респондентов (43%) обращают внимание при просмотре социальной рекламы на рекламную информацию (призыв, адрес, телефон), 33,3 % — на оформление, 16,7 % - на действующих лиц, 7 % - спецэффекты. В сравнении с 2006 годом особых изменений не произошло.

При выявлении такой информации, как «какие же эмоции вызывает у людей социальная реклама», мнения распределились следующим образом: и из результатов исследования стало ясно, что большая часть опрошенных, а точ-

нее 50,5 % социальная реклама вызывает одобрение, и 32,4 % относятся к ней безразлично. По сравнению с 2006 годом уменьшилось количество респондентов, у которых социальная реклама вызывает раздражение. В этом вопросе было предложено респондентам дополнить представленные ответы своим вариантом ответа, и только один респондент отметил такое состояние, как огорчение.

Из результатов исследования стало ясно, что большая часть опрошенных, а точнее 60 %, испытывают желание с кем-то поделиться увиденным. У 40 % такое желание вообще отсутствует.

Затрагивая вопрос об эффективности социальной рекламы в борьбе с социальными проблемами положительный ответ дали 39 % респондентов, что на 10 % меньше чем в 2006, 46 % дали отрицательный ответ и 15 % респондентов не имеют мнения по этому поводу.

При проведении опроса утвердительный ответ на вопрос: «Имеет ли большую эффективность реклама, в которой действующими лицами являются дети» дали 56 % респондентов. Варианты ответов «нет» и «затрудняюсь ответить» выбрали соответственно 13 % и 31 % опрошенных.

Степень согласия с утверждением о том, что социальная реклама является инструментом профилактики социальных бед согласны 37% респондентов, хочется заметить что в 2006 году этот пункт отметили 53,8%. Увеличилось количество респондентов, которые не смогли ответить на этот вопрос.

Для исследования были выбраны наиболее значимые проблемы, по мнению респондентов, на 2006 год и было предложено респондентам проранжировать их по степени значимости проблемы, существующие в нашем обществе, и сравнили с результатами исследования 2006 года (см. рис. 2).

Места распределились следующим образом:

- проблемой № 1, в наибольшей степени волнующей жителей города Бреста, является алкоголизм (15,6 %);
- проблемой № 2, занимающей умы населения города, является наркомания. 17,0 % поставили ее на второе место;
- проблемой № 3 является состояние системы здравоохранения, отметили 7,4 % респондентов на третьем месте.

| 2006 | | 2016 | |
|----------|-----------------------------------|----------|--|
| Место | Проблемы | Место | |
| 2 | алкоголизм | 1 | |
| 1 | наркомания | 2 | |
| 8 | проблемы бездомных и беженцев | 8 | |
| 5 | борьба с мусором | 7 | |
| 7 | дорожно-транспортные проблемы | 6 | |
| 4 | состояние системы здравоохранения | 3 | |
| 9 | выплата налогов | 9 | |
| 3 | экологическая обстановка | 4 | |
| 6 | качество образования | 5 | |

Рисунок 2 – Сравнительная характеристика результатов исследования 2006 и 2016 гг.

За 10 лет изменилось мнение респондентов. В 2006 году на первом месте стояла наркомания, а сейчас алкоголизм, который в 2006 году был отправлен на второе место. В 2016 году наркомания занимает второе место по степени значимости, а третье место занимает состояние системы здравоохранения. В 2006 третье место занимала экологическая обстановка.

Респондентам было предложено дополнить перечень проблем, указанных в анкете. Ими были названы:

- пропаганда здорового образа жизни (ЗОЖ);
- проблема взаимоотношений молодого и старшего поколений;
- пропаганда семейных ценностей;
- воспитание молодежи;
- уровень культуры населения;
- проблема бездомных животных;
- зависимость от гаджетов

Хотелось бы отметить конкретную социальную рекламу, которая произвела наибольшее положительное впечатление на респондентов:

- 1) плакат «Спасибо деду за победу»;
- 2) плакат «Найди меня дома»;
- 3) ролик «Купался пьяный и из воды играл похоронный марш»;
- 4) плакат «Папа, не пей».

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что существуют различные точки зрения как на саму социальную рекламу, так и на отдельные проблемы, которые она затрагивает. На вопрос «Должно ли быть больше социальной рекламы в Беларуси?» респонденты ответили следующим образом: 41 % респондентов дали положительный ответ, и такое же количество респондентов дали отрицательный ответ, и 18% не имеют мнения по этому поводу. По сравнению с 2006 годом значительно снизился процент респондентов, ответивших на это вопрос положительно.

Итак, стоит сказать, что у социальной рекламы в Республике Беларусь есть огромный потенциал развития. Она является мощным инструментом формирования общественного мнения, способствует социальной поддержке населения и восстановлению гуманистических отношений между людьми.

Список цитированных источников

1. Голуб, О. Социальная реклама. - М.: Дашков и К^о, 2010.
2. Дмитриева, Л. Социальная реклама / Л. Дмитриева, Ю. Бернадская. - М.: Юнити, 2014.
3. Кузнецов, П. Социальная реклама. - М.: Юнити, 2013.
4. Мандель, А. Социальная реклама. - М.: Инфра-М, 2014.

УДК 330.59

Никонович Е.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Цуканова М.В.

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СЧАСТЬЯ НАСЕЛЕНИЯ

Разные цивилизации по-разному относятся к счастью и чувству довольства. На первый взгляд, понятие «счастье» кажется чем-то эфемерным и призрачным, но очень желанным. В экономической теории также нет единого определения понятию «счастье», однако определение данного понятия достаточно

важно, поскольку высокий «уровень жизни» – это главная цель макроэкономической политики, ради достижения которой и осуществляется экономическое развитие страны. Согласно общепринятой экономической политике, экономический рост в рамках национального народного хозяйства должен приводить к тому, чтобы граждане страны жили лучше. Значит «жить лучше» становится очень важным показателем успешности экономической политики правительства, эффективности экономики страны.

В 1972 году король Бутана Джигме Сингай Вангчук, обращаясь с тронной речью к Национальной ассамблее, заявил, что благосостояние страны должно измеряться не внутренним валовым продуктом (ВВП), а внутренним валовым счастьем (ВВС).

Основами валового внутреннего счастья в королевстве считаются:

- обеспечение справедливого и устойчивого социально-экономического развития,
- сохранение и развитие традиционных культурных ценностей,
- охрана природы,
- правильное управление страной.

Концепция счастья в экономике имеет количественную и качественную оценку.

Большинство экономистов оценивают рост ВВП или ВВП на душу населения как признак здоровой экономики. Это количественная оценка счастья.

Качественная оценка счастья является относительно новым направлением экономических исследований. Только в последние годы стали появляться работы учёных, сфокусированные на «благосостоянии», которые понимали его как «качество жизни» и представляли фактически новую традицию исследования в экономике.

К основным гипотезам определения уровня счастья относят следующие[1]:

1. Уровень «счастья» для отдельного человека возрастает пропорционально увеличению дохода до тех пор, пока у индивидуума не удовлетворены первые жизненные потребности: «нормальные» еда, одежда, жильё, отдых. Далее, по мере того, как возрастает уровень дохода, уровень «счастья» растёт всё медленнее, начиная во всё большей степени зависеть от нематериальных факторов.

2. Уровень «счастья» связан не с абсолютным значением дохода на душу населения, а с «относительным» доходом. Люди постоянно (вольно или невольно) сравнивают условия своей жизни и жизни других людей, и в зависимости от этого они становятся «счастливее» или нет.

3. Для определения уровня счастья возможно использование трёх основных параметров, представленных на рисунке 1:

- доход (накопленное богатство);
- свободное время;
- здоровье.

1-й параметр определяется на основе чётко разработанных в международной статистике показателей, которые позволяют объективно осуществлять межстрановые сопоставления. Второй и третий показатели в значительной степени субъективны. Третий для количественной определенности можно считать как 100 баллов – здоровье двадцатилетнего человека и – далее нисходящее количество баллов.

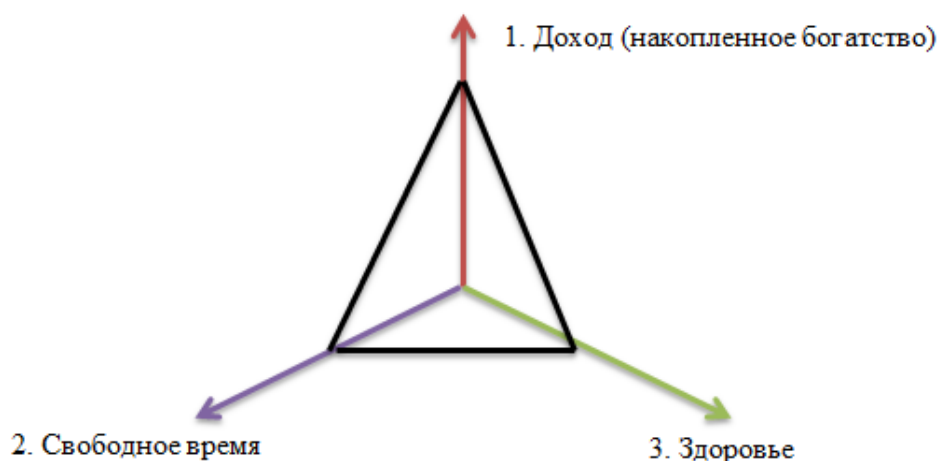


Рисунок 1 – Параметры определения уровня счастья [1]

Уровень счастья индивидуума (страны) представлен площадью треугольника и может быть использован для межстрановых (межрегиональных) сопоставлений более точно, чем существующие на сегодняшний день показатели ВВП (ВНП) на душу населения.

Концепция счастья является междисциплинарной: она лежит на стыке экономики и психологии.

Счастье – это «ощущение», которое не всегда рационально, но которое оказывает сильное влияние, как мотивация для принятия текущих экономических решений.

В марте 2016 года в Международный день счастья был проведён опрос жителей города Бреста. Респондентам были заданы следующие вопросы:

1. Что для вас счастье?
2. Счастливы ли вы?
3. Оцените свой уровень счастья по 5-балльной шкале.

Результаты ответов на первый вопрос приведены в следующей таблице.

Таблица 1 – Наиболее часто встречающиеся ответы респондентов на вопрос «Что для вас счастье?»

| Вариант ответа | Частота ответов |
|-----------------------------|-----------------|
| 1 | 2 |
| Семья/супруг/дети | 42 |
| Здоровье / здоровье близких | 34 |
| Успех/личное удовлетворение | 24 |
| Жизнь | 14 |
| Благополучие | 12 |
| Любовь | 12 |
| Мир | 8 |
| Гармония | 6 |
| Друзья | 6 |

Нужно отметить, что ответ «благополучие», как вариант понятий «доход» и «благосостояние», звучал куда реже ответов, характеризующих качественные показатели определения уровня счастья: семья, здоровье, личное удовлетворение.

На вопрос «Счастливы ли вы?» положительный ответ дали 94% респондентов, при этом свой уровень счастья большинство респондентов оценило

на 4-5 баллов, а некоторые из них ответили, что уровень счастья оценивают на 6 баллов по 5-балльной шкале.

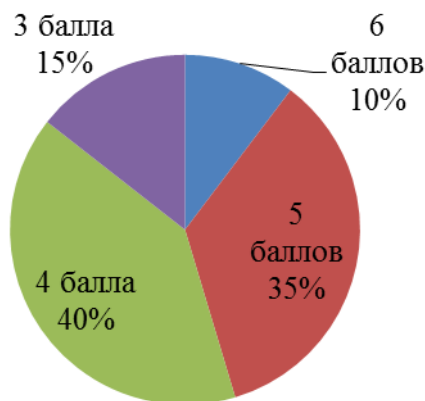


Рисунок 2 – Оценка респондентами собственного уровня счастья

Также было выявлено, что женщины Бреста, в среднем, счастливее мужчин, поскольку они давали более высокую оценку собственному уровню счастья.

Показатель ВВП по-прежнему является основным и наиболее разработанным критерием экономического развития страны. Однако его рост, по мнению известных политиков, экономистов, социологов и психологов, может производиться и за счет «роста несчастий». Вопрос о линейной зависимости счастья от благосостояния остается открытым. Доказано, что субъективное восприятие удовлетворенности жизнью объективнее влияет на общественную ситуацию, чем реальное положение дел. В связи с этим в научном сообществе все чаще возникает вопрос о недостаточности использования сугубо экономических показателей в качестве оценки результативности и эффективности различных социальных и экономических мероприятий.

Значимость уровня счастья населения, как альтернативного валовому внутреннему продукту показателя и критерия оценки эффективности государственной политики, признается политиками, социологами, экономистами и психологами во всем мире.

Постепенно приходит понимание того, что опросы о счастье могут служить важным вспомогательным инструментом для формирования общественной политики.

Актуальным остается вопрос выбора метода оценки уровня счастья. На данный момент существует множество различных индексов и рейтингов счастья, с помощью которых проводятся межстрановые сравнения, а также многочисленные анкетные опросы населения, позволяющие более глубоко изучить данную проблему.

К сферам, которые исследуются в рамках различных индексных методик, обычно относят: экономическое развитие, охрану окружающей среды, пропаганду национальной культуры, эффективность государственного управления, устойчивость развития, безопасность, политические права людей, состояние экологии, доступность услуг учреждений социальной сферы, расходы на научные исследования, образование, культуру и спорт, возможность людей участвовать в общественной жизни, степень территориальной и социальной мобильности населения и т. д. Но «минус» индексов в том, что они не могут рассчитываться так же оперативно и регулярно, как ВВП.

Список цитированных источников

1. Измерение уровня счастья: литературный обзор российских и зарубежных исследований / Ю.Е. Шматова, М.В. Морев // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. – № 3. С. 141 – 163

УДК 693.22.004.18

Павлюковец А.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

НАСЕЛЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является изучение теоретических аспектов демографических прогнозов, прогнозов численности населения, и исследовать традиционные методы их составления.

При разработке демографических прогнозов наиболее часто используют следующие четыре группы методов: методы экстраполяции, экономико-математические методы, позволяющие разработать многофакторные динамические модели, методы передвижки возрастов и когорт, методы экспертных оценок.

Огромное влияние на развитие экономики, социальной сферы оказывает возрастная структура населения: с увеличением доли лиц трудоспособного возраста в общей численности населения увеличиваются, при прочих равных условиях, темпы, масштабы социально-экономического развития, и наоборот. Это происходит потому, что влияние демографического фактора проявляется, прежде всего, посредством реализации трудового потенциала населения, который определяется численностью трудовых ресурсов, их составом, структурой — профессиональной, квалификационной, образовательной и др. Формирование трудового потенциала осуществляется в процессе воспроизводства населения, расширенного возобновления поколений. Оно может происходить стихийно (или на основе сложившихся национальных традиций, религиозных представлений) и в сочетании стихийности с элементами государственного управления, регулирования, т. е. специальными мерами (прямыми или косвенными) воздействия на воспроизводственное поведение населения. Управление воспроизводством населения осуществляется посредством разработки и реализации демографической политики, стержневую основу которой образуют демографические прогнозы [1].

На сегодняшний день демографическая ситуация в Республике Беларусь является одной из самых глобальных. Улучшить показатели рождаемости и смертности будет тяжело, поэтому, целесообразно провести меры, которые позволят сохранить сегодняшнюю численность населения.

Одной из важнейших причин для улучшения демографической ситуации может послужить поднятие стандартов жизни людей на качественно новый уровень. Также имеет место и постоянная разработка и последовательное осуществление государственных программ поддержки материнства и детства. Чтобы преодолеть суженное воспроизводство населения, происходящее из-за преобладающей ориентации на однодетную или двухдетную семью, предстоит более целенаправленно поддерживать (прежде всего материально) те семьи, где рождается трое и более детей

Качество жизни населения влияет на его численность. Она, в свою очередь, обуславливает демографический кризис. С 1995 года начинается посте-

пенное снижение численности населения РБ. Так, население снижалось до 2013 года (с 10 194 тыс. чел. до 9 486 тыс. чел.). Эти данные напрямую связаны с экономическим положением жизни населения. С 2011 года страна начала переживать серьезные финансовые кризисы. В 2014-2016 годах наблюдается незначительное увеличение численности населения. Так, в 2016 году проживает 9 498 тыс. чел. [2].

Перспективная численность населения определяется по следующей формуле:

$$H_{t+n} = H_n \cdot \left(1 + \frac{K_{о.п}}{1000}\right)^t,$$

где H_n – численность населения на начало планируемого периода;

t – число лет, на которые прогнозируется расчёт;

$K_{о.п}$ – коэффициент общего прироста населения.

Общий прирост населения – алгебраическая сумма естественного и миграционного прироста населения.

Для расчёта перспективной численности населения потребуются показатели, представленные в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Численность населения

| Показатели | Значение (2014 год) |
|--|--------------------------|
| Чн на начало планируемого периода | $H_n = 9, 468,1$ млн чел |
| Коэф рождаемости | $K_p = 12,52$ |
| Коэф смертности | $K_{см} = 12,84$ |
| Число лет, на которые планируется расчёт | $T = 5$ лет |
| Миграционный прирост в РБ | 15,7 |
| Коэф общего прироста | 15,4 |

В итоге получили, что численность населения с учётом миграции в РБ составила:

$$H_{t+1} = 9\,468,1 \cdot \left(1 + \frac{15,4}{1000}\right)^5 = 10\,220 \text{ тыс. чел.}$$

А без миграции численность населения будет равно 9, 4 млн чел.

$$Ч_n = 9468,1 \cdot \left(1 + \frac{0,32}{1000}\right)^5 = 9\,483 \text{ тыс. чел.}$$

Так как численность родившихся за последние годы увеличивается, а количество смертей уменьшается, то и численность населения в Республике Беларусь постепенно будет увеличиваться даже без миграционного прироста.

На сегодняшний день (25.04.2016 г.) в РБ проживает 9 499 123 человек, численность мужского населения составила – 4 415 545 человек, а женского – 5 083 578. В этом году рождено 35 040 младенцев, а умерло 42 401 человек. Мигрировало в этом году 7 601 чел. Рост численности в этом году – 7 601 человек.

Прогнозируется увеличение численности населения Республики Беларусь в 2016 году на 760 человек и в конце года будет составлять 9 499 644 человека. Естественный прирост населения будет отрицательным и составит 23 367 человек. За весь год родится примерно 111 232 ребёнка и умрёт 134 599 человек. Если уровень внешней миграции останется на уровне прошлого года, то вследствие миграционных причин численность населения изменится на 24 127 человек. То есть, суммарное количество людей, въезжающих в страну с целью долгосрочного пребывания (иммигрантов), будет больше количества людей, покидающих страну (эмигрантов).

По состоянию на начало 2016 года, население Беларуси имело следующее распределение по возрасту:

- 14,2 % - людей младше 15 лет;
- 71,7 %- люди в возрасте от 15 до 65 лет;
- 14,1 % - люди старше 64 лет.

Средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении (для обоих полов) в Беларуси в 2015 году составляет 71.2 лет (года). Это выше средней ожидаемой продолжительности жизни в мире, которая находится на уровне около 71 года (по данным отдела народонаселения Департамента ООН по экономическим и социальным вопросам). На диаграмме видно, как изменялась продолжительность жизни на протяжении 4 –х лет [3].

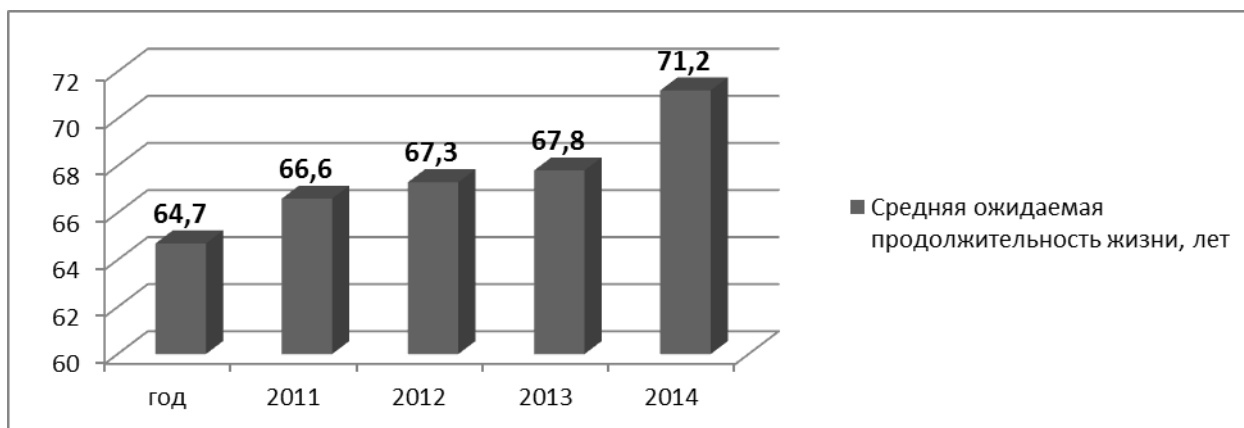


Рисунок 1 – Средняя ожидаемая продолжительность жизни

Примечание: собственная разработка

Как видно из диаграммы, за исследуемый период наблюдается положительная динамика.

Экстраполировав данные, мною была рассчитана перспективная средняя ожидаемая продолжительности жизни на 3 года вперед. Ожидается положительная тенденция.

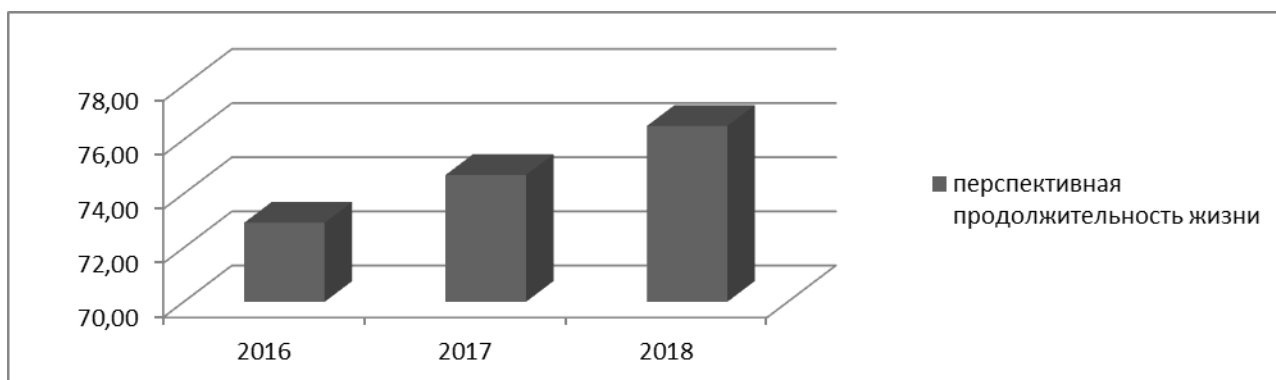


Рисунок 2 – Перспективная продолжительность жизни

Примечание: собственная разработка

Средняя ожидаемая продолжительность жизни мужчин при рождении - 65.6 лет (года). Средняя ожидаемая продолжительность жизни женщин при рождении - 77.2 лет (года).

Высокая смертность и низкая рождаемость увеличивают нагрузку на экономически активное население, систему здравоохранения и социальной защиты.

По прогнозу, при существующих тенденциях к 2030 году на 1000 человек трудоспособного возраста будет приходиться около 800 человек в нетрудоспособном возрасте.

Значительные потери трудового потенциала ведут к увеличению дефицита трудовых ресурсов, сдерживанию темпов инновационного развития экономики. В результате утрачиваются инвестиции, вложенные в формирование трудовых ресурсов, – рождение, воспитание и образование будущих работников.

Список цитированных источников

1. Демография и статистика населения: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. - М.: Финансы и статистика, 2006.

2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>;

3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>

УДК 339.187.658.8

Сартакова Я.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Целью настоящей работы является исследование психологических способов воздействия цен на потребителей.

На нашем рынке существует огромное множество различных товаров. Существуют определенные способы воздействия, при которых даже человек с небольшим достатком может купить достаточно дорогостоящий товар, который на данный момент ему не нужен, даже не подозревая, что на него подействовали извне.

До сих пор точно неизвестно, когда именно психологическое ценообразование стало общеупотребительным. Известно, что такая практика возникла в конце XIX столетия. Предполагают, что оно возникло в процессе установления цен на газеты. Мелвилл Э. Стоун был основателем чикагской газеты Daily News, которая начала выходить в свет с 1875 году. Стоун тайно договорился с рекламодателями о том, чтобы установить целые долларовые цены на цент ниже - таким образом гарантируя, что клиенты получают пенни в качестве сдачи.

Также предполагают, что некруглые цены вначале использовались как способ контролировать воровство служащих. При совершении наличных сделок с «нечётной» ценой кассир должен дать клиенту сдачу. Это означает, что необходимо открыть кассовый аппарат, который регистрирует продажу. Это уменьшит риск воровства среди кассиров.

Психологическое ценообразование - маркетинговый метод, основанный на теории о том, что у определённых цен есть психологическое воздействие.

Теория психологического ценообразования основана на следующих гипотезах:

- Потребители игнорируют последние существенные цифры, вместо того чтобы округлить цену.

- Суждения о числовых различиях привязаны к крайним слева цифрам — это поведенческое явление, объясняемое эффектом левосторонней привязки.

Мировой опыт психологического ценообразования имеет множество примеров массового и неоднократного использования. Автором изучены некоторые тактики, которые можно разделить на две группы (Таблица 1):

Таблица 1 – Тактики психологического ценообразования

| Тактики ценообразования, применяемые в Республике Беларусь | Тактики ценообразования, применяемые за рубежом |
|---|---|
| 1. Использование действия оффера 2. Обаяние цен 3. Использование математической безграмотности 4. Предложение оплаты в рассрочку 5. Размещение цены в левом нижнем углу 6. Использование меньшего размера шрифта 7. Визуализировать отличие двух цен 8. Убрать обозначение валюты 9. Разделение стоимости упаковки и доставки | 1. Использование действия оффера 2. Обаяние цен 3. Использование математической безграмотности 4. Предложение оплаты в рассрочку 5. Размещение цены в левом нижнем углу 6. Использование меньшего размера шрифта 7. Визуализировать отличие двух цен 8. Убрать обозначение валюты 9. Разделение стоимости упаковки и доставки 11. Указывайте величину ежедневного взноса 12. Поднятие цен на предыдущую версию продукта |

Существует множество типов психологических цен, и продавцы делают все возможное, чтобы повлиять на выбор потребителей на уровне подсознания. Чтобы разобраться в видах и способах формирования психологических цен, автором был проведен анализ зарубежной практики и тактик, которые используются в Республике Беларусь. В анализе участвовали такие торговые центры, как «Корона» (Брест), Galileo (Минск), Marko (Брест), кафе «Амстердам», кафе «Metro Milano», магазин «Rieker». Наиболее распространенные психологические цены, характерные для Беларуси, основываются на следующих тактиках.

1. Использование действия оффера

Оффер - это специальное предложение, ограниченное по времени действия, от которого покупатель/клиенты/ не способны отказаться.

В любом магазине розничной торговли можно увидеть объявление «Только 1 день сенсационного падения цен! Скидка 50% на весь ассортимент!». Эти объявления известны как искусственные ограничения по времени. Когда покупатель думает, что срок действия акции ограничен определенным временем, то у продавца есть уверенность в том, что они сделают свои покупки именно сегодня, а не на будущей неделе. Примером служит магазин «Rieker», кафе «Амстердам», кафе «Metro Milano».

2. Обаяние цен

Обаяние цен является официальным названием для всех тех цифр «9», которые покупатели видят на ценниках во всех магазинах.

Исследование, проведенное учеными из Массачусетского технологического института и Университета Чикаго доказало, что цены, заканчивающиеся на цифру 9, создают повышенный покупательский спрос на продукцию. Это психологическое явление обусловлено тем, что мы читаем слева направо, поэтому, когда мы сталкиваемся с новой ценой, то воспринимает лишь первое число. Ценники с цифрой девять можно встретить практически на всех (70%) ценниках в любом торговом зале.

3. Использование математической безграмотности

Что является более выгодной сделкой: «Купить один, получить еще один в подарок» или «Купить 2 предмета по 50% от цены одного»? По данным ис-

следования, проведенного учеными из Университета Миннесоты, большинство людей предпочли бы первый вариант, хотя оба варианта абсолютно идентичны по графе «окончательные расходы». Примером служит сеть кафе «Royal coffee».

4. Предложение оплаты в рассрочку

Когда продавец дает возможность заплатить за продукт небольшими взносами (а не одной крупной суммой), он привязывает восприятие покупателя к маленьким ценам. Примером является магазин «Техносила» в ТЦ «Корона».

Специалисты считают, что необходимо создавать установку на восприятие. Следующие тактики помогают это сделать.

5. Размещение цены в левом нижнем углу

Чтобы люди воспринимали цены ниже, чем они есть, на самом деле необходимо физически располагать цены в левой области. Дехайн, Боссини и Гиракс (1991) обнаружили, что люди представляют числа на воображаемой горизонтальной линии по возрастанию слева направо.

Так как мы воспринимаем меньшими числа, которые принадлежат левой части горизонтальной оси координат, то если расположить цены слева, то запустит в восприятии людей концепт меньших величин (Коултер, 2002). Пример – магазин «Модный молл», ТЦ «Корона».

6. Использование меньшего размера шрифта

В дополнение к направляющим сигналам, физический размер символов в цене также может влиять на восприятие. Благодаря беглости обработки информации, люди будут воспринимать стоимость маленькой, если написать ее шрифтом меньшего размера с маленьким интервалом. «Модный молл», ТЦ «Корона», торговый зал ТЦ «Корона».

7. Визуализировать отличие двух цен

Если сделать так, чтобы цена визуально отличалась от ориентирной цены (например, использование другого цвета шрифта), таким образом, запускается эффект беглости. Покупатели будут ошибочно приписывать такое визуальное различие большему числовому различию (Коултер и Коултер, 2005). Также нужно не забывать о размере шрифта. Числа, написанные маленьким шрифтом, особенно эффективны, если располагаются рядом с ориентирными ценами написанными более крупно (Коултер и Коултер, 2005). «Модный молл», ТЦ «Корона», торговый зал ТЦ «Корона».

8. Убрать обозначение валюты

Боль от расставания с деньгами можно вызвать очень быстро. На самом деле, знак валюты в цене напоминает людям о ней, это может стать причиной, по которой люди будут тратить меньше (Янг, Кимс и Сессагеро, 2009). Использовать эту тактику нужно только там, где покупатели ожидают увидеть стоимость (например, в меню ресторана), иначе продавец будет рисковать ясностью. Пример: кафе «Metro Milano».

9. Разделение стоимости упаковки и доставки

Если продавать продукты онлайн, то стоит отделять стоимость упаковки и доставки. Когда используется «раздельное ценообразование» (то есть, разбиваете общую стоимость на множество составляющих), восприятие покупателей фиксируется на базовой стоимости, а не на настоящей итоговой стоимости. И когда люди снова будут сравнивать ориентирную стоимость, то, скорее всего, в сравнении будет участвовать базовая стоимость. В Беларуси эта тактика применяется в продуктовых магазинах. Например разделение стоимости торта и упаковочной коробки (торговый зал ТЦ «Корона»).

Следующие тактики пока не нашли применения в Беларуси, однако их применение принесло бы хорошую прибыль производителям и продавцам.

10. Указывайте величину ежедневного взноса

Эту стратегию называют «пенни-в-день», она создает у покупателей впечатление более низкой общей цены. Необходимо представить стоимость в виде ежедневного взноса. Это низкое число закрепляет восприятие людей на самых низких значениях ценового спектра. При введении в Беларусь монет, данную тактику можно внедрить.

Все замечали, что у нас в стране цены на старые коллекции понижаются. Это очень выгодно для потребителей, многие ждут момента, когда придет новая коллекция, чтобы приобрести понравившуюся вещь по более низкой цене. Но что же происходит с новой коллекцией? Она распродается очень медленными темпами, а иногда залеживается на стеллажах магазинов долгое время.

11. Поднятие цен на предыдущую версию продукта

Данная тактика предлагает поднимать стоимость на старую версию продукта. Поднимая стоимость, в сознании людей подминается ориентировочная цена (таким образом, увеличивая воспринимаемую ценность нового продукта). Тогда выпуск нового продукта пройдет в более благоприятных условиях, в то время если уменьшать стоимость старого продукта, в сознании людей еще сильнее закрепляются низкие значения ориентирной цены, а в результате цена нового продукта будет казаться завышенной.

Психологическое ценообразование дает возможность воздействовать на принятие решения о покупке потребителем и стимулировать сбыт.

Список цитированных источников

1. Гурмен, М.М. Ценообразование и цены на продукцию предприятий. – 2003. – 315 с.
2. Мерчандайзинг: обслуживание покупателей в торговом зале. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.psyfactor.org –Дата доступа: 23.03.2016.
3. Основы маркетинга / Ф. Котлер. –1990. – 736 с.

УДК 327

Ткачук С.В.

Научный руководитель: доцент М.С. Бодак

ПРОБЛЕМА ТЕРРОРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Процесс глобализации порождает многочисленные социально-политические кризисы, противоречия и конфликты, одним из способов разрешений которых становится терроризм. Изучение терроризма в современном мире и причин, непосредственно порождающих его, самым тесным образом сопрягается с изучением процесса глобализации.

Терроризм приобрел характер мировой проблемы еще в конце XIX — начале XX веков, превращаясь в оружие, громадную силу устрашения и уничтожения в вечном и непримиримом антагонизме разных миров, культур, идеологий, религий и мировоззрений. Терроризм стал проблемой «номер один в мире» — опаснейшей, острейшей, сложной и трудно прогнозируемой, облекающейся во все более разнообразные формы и угрожающей всему современному человечеству.

Терроризм определяется как идеология насилия и практика воздействия на общественное сознание, на принятие решений органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, связанная с силовым воздействием, устрашением населения и/или, иными формами, противоправных насильственных действий.

Терроризм связан с более общим, родовым для него понятием террора. Террор - способ управления обществом посредством превентивного устрашения. В 1970-1980 гг. сложилось терминологическое различие террора и терроризма. Сегодня «террор» трактуется как нелегитимное насилие со стороны государства по отношению к обществу в целом либо к диссидентам и оппозиции. «Терроризм» - практика нелегитимного насилия, реализуемая противостоящими государству силами и организациями.

Согласно типологиям **мотиваций терроризма**, они могут быть:

- политико-идеологическими (достижение определенных целей в политической борьбе или в борьбе за какую-то идею);
- корыстными (стремление приобрести материальные блага в обход существующего порядка);
- эмоциональными, психопатологическими.

Политико-идеологические мотивации, в свою очередь, могут быть социально-политическими, национальными (сепаратистскими) и религиозными (фундаменталистскими).

Терроризм - многообъектное преступление. Объектом преступления является общественная безопасность в широком смысле этого слова. Дополнительными объектами могут быть собственность, жизнь, здоровье людей и т. п. Эксперты, изучающие феномен терроризма, выделяют **6 основных типов современного терроризма**:

1. Националистический терроризм. Террористы этого вида обычно ставят своей целью формирование отдельного государства для своей этнической группы («национальное освобождение».) Типичные примеры - Ирландская Республиканская Армия, Организация Освобождения Палестины, Баскская Родина и Свобода, Партия Трудящихся Курдистана. Религиозный терроризм. Религиозные террористы используют насилие в целях, которые, по их мнению, определены Господом. Этот тип терроризма развивается гораздо динамичнее остальных. В эту категорию террористов входит и «Аль-Каида» Усамы бен Ладена, и группировка суннитских мусульман «Хамас», и ливанская шиитская группа «Хезболла», и японский культ «Аум Сенрике».

2. Терроризм с поддержкой государства (государственный терроризм). Некоторые террористические группы были преднамеренно использованы правительствами различных государств в качестве дешёвого способа ведения войны. Среди известных террористических групп можно выделить следующие связи с правительствами: «Хезболла» поддерживается Ираном, «Японская Красная Армия» - Ливией, «Аль-Каида» была тесно связана с талибами, когда те были у власти в Афганистане.

3. Терроризм левых экстремистов. Наиболее радикальные левые хотят уничтожить капитализм и заменить его коммунистическим или социалистическим режимом. Примеры: немецкая «Баадер-Мейнхоф», «Японская Красная Армия», итальянские «Красные Бригады».

4. Терроризм правых экстремистов. Задача правых экстремистов (по взглядам такие группы прежде всего - расисты и антисемиты) - борьба с демократическими правительствами для замены их фашистскими государствами.

5. Терроризм анархистов. Террористы-анархисты были глобальным феноменом с 1870-х по 1920-е годы, однако возможно, что современные антиглобалисты смогут породить новую волну анархического терроризма.

Террористическая деятельность в современном мире в эпоху глобализации имеет несколько **тенденций**:

1. Терроризм становится опасной преградой для решения социальных, межнациональных, религиозных, международных конфликтов, свертывая все политические и правовые гарантии и парализуя отношения между государствами, народами, конфессиями, социальными группами, политическими партиями, общественными организациями.

Срачиваясь с организованными преступными группировками, в том числе мирового масштаба, и с такими видами противоправных и аморальных деяний как наркоторговля, проституция, коррупция, торговля людьми, рабство, организация экстремистских вооруженных бандформирований, торговля оружием, отмывание доходов, полученных преступным путем, преступления террористической направленности становятся все более изощренными и жестокими, а человечество — все более уязвимым. С наркопреступностью связаны такие террористические организации, как «Светлый путь», «Тупак Амару» в Перу и Курдская рабочая партия в Турции.

2. Отличительной чертой современного терроризма как глобальной проблемы современности является стирание границ между внутренним и международным терроризмом. Террористы все чаще проникают в регионы других стран. Например, в Чечне наблюдалось присутствие граждан стран ближнего и дальнего зарубежья, оказывающих помощь боевикам. Многие боевики, принимающие участие в террористической деятельности внутри какого-либо государства, проходят обучение преступной деятельности в лагерях и базах иностранного государства или группы государств, а также получают оттуда необходимую материальную и техническую помощь, тактическое руководство, духовную поддержку в экстремистских духовных учебных заведениях, причем нередко с поддержкой властных структур таких недружественных стран или их групп, которую они оказывают для реализации своих геополитических интересов

Для этого используются тактики провокаций межнациональных и межрелигиозных конфликтов, революционных настроений для свержения неугодных режимов, прежде всего, путем идеолого-информационной обработки, порой перерастающей в информационную войну. Идеолого-информационная обработка базируется на принципах «восстановления исторической справедливости», заострения внимания людей на аморальном поведении представителей другой нации, придания конфликтам на бытовой почве и катастрофам, происходящим из-за нарушения правил техники безопасности, оттенка мотива межнациональной борьбы, ненависти или вражды.

3. Террористы сотрудничают с международными сектантскими группировками и экстремистскими объединениями, ведя широкую пропаганду и развертывая информационную войну с использованием различных СМИ против представителей традиционных конфессий, подрывая доверие людей к ним. Человек, потерявший доверие к своей традиционной конфессии, но не утративший при этом веру в Бога, начинает искать заступничества и духовной поддержки у сектантов или просто их поддерживать, не вступая при этом в секту. Такие люди становятся «слепым орудием» в руках экстремистов. Отвергая все, что было связано с прошлым мировоззрением, и активно впитывая новые, по его мнению, справедливые взгляды, человек сам не замечает, что становится одуроченной марионеткой в руках террористических и экстремистских воротил.

Террористы для совершения своих преступных деяний, как на международном, так и на национально-региональном уровнях, становятся все более подготовленными в ресурсном, тактическом, организационном, техническом, информационном аспектах.

Все реже и реже, террористические группы берут на себя ответственность за теракты, которые становятся более масштабными, жестокими, бесчеловечными, кровавыми.

Человек и общество в целом чувствуют себя в современном мире все более незащищено, возникает чувство страха и беспокойства даже в таких жизненных ситуациях, где, казалось бы, ничего не предвещает трагедии.

Террористы становятся все более беспринципными, выбирая для своих злодеяний места священные для человека: так в разных уголках мира происходят взрывы в храмах различных конфессий, местах захоронений и памятных дат. Презирая жизнь человека определенной нации, конфессии и социальной группы, террористы стремятся показать ненависть к их религии, презрение к их культуре, истории, ко всему тому, к чему представители этой группы, конфессии или нации относятся с благоговением и уважением.

С другой стороны, развивается культ насилия, обесценивается человеческая жизнь, растет озлобленность жестокость, цинизм, взаимная ненависть между народами и социальными группами. Пострадавшая от насилия сторона порой тоже желает мести и ответных действий, иногда не менее бесчеловечных, ставя под удар совершенно сторонних, невинных людей. Политические, правовые и социальные гарантии, таким образом, отходят на второй план, а конфликты, разрешаемые насильственными путями, вызывают ответные меры со стороны государства, не всегда соответствующие нормам гуманизма и демократии.

4. Террористы стремятся завладеть химическим и биологическим оружием, заполучить оружие массового поражения, секретные разработки любой ценой. Возросло число невзрывных терактов, например, терактов с использованием энергоинформационного оружия (СВЧ и КВЧ-лучи), наркотических и одурманивающих веществ. Появились термины «наркотерроризм» и «наркодиверсия» («наркогеноцид»). Террористические группы взаимодействуют с наркоторговцами не только для извлечения финансовых средств, но и для использования наркотических и одурманивающих веществ при совершении терактов и коррекции поведения жертв и членов группы.

Для предупреждения этого необходимы программы по энергоинформационной и наркологической безопасности, целенаправленная работа с потенциальными группами риска.

5. Акты терроризма в последние годы стали направляться на устрашение социума в целом. Здесь будет уместно привести афоризм из памятки для боевиков движения «Хамаз»: «Глупо охотиться на тигра, когда вокруг полно овец».

Глубина и масштабность данной глобальной проблемы современности, угрожающей всему человечеству, требует эффективных, неотложных и совместных контрмер со стороны государства и всего мирового сообщества в целом.

В последнее время проблема международного терроризма превратилась в одну из острейших глобальных проблем современности, связанных со сферой международных отношений. Эта трансформация обусловлена, по-нашему мнению, следующими причинами:

Во-первых, международный терроризм, к сожалению, получает все более широкое распространение в планетарном масштабе. Он проявляется как в регионах традиционных международных конфликтов (например, Ближний Восток, Южная Азия), так и от этого опасного явления оказались не застрахованы и наиболее развитые и благополучные государства (в частности США и Западная Европа).

Во-вторых, международный терроризм представляет собой серьезную угрозу для безопасности отдельных государств и всего мирового сообщества в целом. Ежегодно в мире совершаются сотни актов международного терроризма, а скорбный счет их жертв составляет тысячи убитых и искалеченных людей;

В-третьих, для борьбы с международным терроризмом не достаточно усилий одной великой державы или даже группы высокоразвитых государств. Преодоление международного терроризма как обостряющейся глобальной проблемы требует коллективных усилий большинства государств и народов на нашей планете, всего мирового сообщества.

В-четвертых, все более явной и наглядной становится связь современного феномена международного терроризма с другими актуальными глобальными проблемами современности. В настоящее время проблема международного терроризма должна рассматриваться как важный элемент всего комплекса общечеловеческих, глобальных проблем.

Еще с одной специфической чертой глобальной проблемы международного терроризма является ее трудно прогнозируемость. Во многих случаях субъектами терроризма становятся психически неуравновешенные люди, чрезмерно амбициозные политики. Терроризм часто рассматривают как способ достижения целей на мировой арене и в международных отношениях, которые не могут быть осуществлены какими-либо иными методами. В современных условиях формы террористической деятельности становятся все более сложными, а входят во все большее противоречие с общечеловеческими ценностями и логикой мирового развития.

Таким образом, проблема международного терроризма представляет реальную планетарного масштаба угрозу для мирового сообщества. Данная проблема имеет собственную специфику, которая отличает ее от других общечеловеческих затруднений. Однако, проблема терроризма тесно взаимосвязана с большинством глобальных проблем современных международных отношений. Она может быть рассмотрена как одна из наиболее актуальных глобальных проблем наших дней.

В наше время речь идет не только о способности отдельных государств, но и всего мирового сообщества найти адекватные ответы на глобальные вызовы его будущему. В данной связи представляется особенно важным определить значение как общечеловеческой проблематики в целом, так и отдельных глобальных проблем для перспектив развития мирового сообщества.

УДК 159.9:618.8+53.51

Шведовская Д.В. (БГУ им. А.С. Пушкина, г. Брест)

Шведовская В.В. (гимназия № 4, г. Брест)

Научный руководитель - к.т.н., профессор П.В. Шведовский

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Сегодня, в столь бурный период развития нашего общества, когда подрастающему поколению необходимо входить в жизнь в быстро и резко меняющихся социально-экономических условиях, требуется достаточно высокий уровень толерантности к неопределенности.

Не осуществив подлинный жизненный выбор, молодой человек понимает, что профессия ему не интересна и работать в выбранной сфере он не желает,

что делать в будущем не знает, а все это влечет за собой нарастание внутренней неопределенности и рано или поздно приводит к ценностным и потребностным конфликтам, ухудшению самопонимания и взаимопонимания с окружающим миром [1].

Профессионально не определившиеся молодые люди не способны к трезвому и объективному восприятию действительности, менее эмоциональны и отзывчивы, не способны чувствовать сопричастность к окружающим событиям и людям, закрыты для себя и мира [2].

Поиск путей решения проблем профессионального самоопределения осуществлялся на базе УО БрГТУ, где проходят тестирование и обучается более девяти тысяч абитуриентов и студентов. При этом в основу исследований были положены следующие гипотезы:

- существует непосредственная взаимосвязь психологических особенностей и толерантности к неопределенности в процессе профессионального самоопределения;

- личностные факторы оказывают значимое влияние на уровень толерантности к условиям неопределенности, при этом уровень толерантности к неопределенности выше у профессионально определившихся молодых людей.

Объемы выборок, в соответствии с исследуемыми проблемными аспектами, составлял от 30 до 286 респондентов.

Проведенные исследования показали, что только 57% респондентов уверены или абсолютно уверены в правильности своего профессионального выбора, т. е. не испытывают трудностей в профессиональном самоопределении, 30% – неуверенны или скорее не уверены, и соответственно испытывают трудности в профессиональном самоопределении, а 12% – не могут определиться вообще. Отсюда, только половина респондентов справились с ситуацией неопределенности, так как имели нужные определенные ресурсы, т. е. обладали ценностными конструктами личности – уверенностью в себе, силой воли, трудолюбием, контроль над страхом, творческий потенциал, мотивацию к успеху и соответствующую самооценку.

При этом основными мотивами, которыми руководствовались абитуриенты при выборе профессии, оказались: «зарабатывать на жизнь» (13%), «добиться признания и уважения» (11%), «развивать свои силы и способности, совершенствоваться» (12%), «обеспечить себе материальный комфорт» (10%), а также «стремиться к новому и неизведанному» (9%) и «упрочить свое положение, социальный статус» (8%). Менее выраженными мотивами были: «иметь теплые отношения с людьми» (5%), «повышать уровень мастерства и компетентности» (6%), «заниматься делом, требующим полной отдачи» (6%) и «возможность решить свои личные проблемы» (6%).

При анализе взаимосвязей уровня самооценки и толерантности к неопределенности выявлено, что у 29% респондентов уровень самооценки и соответственно самоуважения достаточно низкий ($r = -0,15$), что не позволяет им быть самопоследовательными в своих решениях. Только для 41% респондентов характерно проявление адекватной самооценки и самоуважения ($r = 0,58$), а для 30% – характерен завышенный уровень самооценки и самоуважения ($r = 0,19$).

Следует также отметить, что для респондентов как с низким, так и завышенным уровнем самооценки характерна и низкая толерантность к неопределенности ($r = 0,52$), а для респондентов с адекватной самооценкой – толерантность к неопределенности достаточно высокая ($r = 0,63$).

Исследования также подтвердили, что формирование профессионального самоопределения происходит постепенно: при переходе от статуса абитуриента до статуса студента и от первого года обучения к последнему уменьшается желание профессионально не определившихся студентов работать по

получаемой специальности, увеличивается конфликтность основных жизненных ценностей, появляются затруднения в смыслопорождении и переживании осмысленности жизни, связанные со способностями к рефлексивности и эмоциональности. Неуверенность в себе, порождаемая неопределенностью профессионального и жизненного будущего, может породить даже ощущение бессмысленности жизни.

Профессиональные ожидания не претерпевают особых изменений в процессе всех лет обучения, при этом процесс профессионального самоопределения на этапе студенчества характеризуется превалированием индивидуальных особенностей профессионального развития, а «идеализация» себя в профессии проявляется на всех этапах обучения.

Все это позволяет отметить, что проблема профессионального самоопределения абитуриентов и студентов – это проблема, решение которой сегодня определяет эффективность работы учебных заведений в целом и успешное начало профессиональной деятельности молодых специалистов в частности. Успешность профессионального самоопределения студентов зависит не только от усвоенных знаний по изучаемым дисциплинам учебного плана, а и от приобретённых навыков применять эти знания на практике.

Исследования также подтвердили, что не только в БрГТУ, но и в большинстве вузов стран СНГ [3] не готовят толерантных к неопределенности специалистов. Студентов учат решать задачи, но не учат решать проблемы, в то время как между ними большие и принципиальные различия. В задаче содержатся все необходимые непротиворечивые данные, которые ведут к единственному и правильному решению. Проблема же подразумевает самостоятельный сбор данных, анализ начальных противоречивых и нуждающихся в объективной оценке условий, при этом критериев качества решения может не быть вообще.

Отсюда в народном хозяйстве формируется противоречие: предприятиям и организациям нужны специалисты, способные решать проблемы, а вузы готовят специалистов способных решать только конкретные текущие задачи. Все это явно не способствует успешному решению насущных социально-экономических проблем нашего общества.

Поэтому очень важно сегодня принятие превентивных мер по предупреждению формирования низкого уровня толерантности в области профессионального самоопределения молодежи, что требует создания в вузах республики системы психологического сопровождения профессионализации будущих специалистов.

Список цитированных источников

1. Шведовская, Д.В. Проблемы познания сущности человека у учащейся молодежи / Д.В.Шведовская // Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов. – Брест: БрГТУ, 2011. – Ч.III. – С.126-128.

2. Луковицкая, Е.Г. Социально-психологическое значение толерантности к неопределенности / Е.Г. Луковицкая – СПб.: Наука и образование, 1998. – 204 с.

3. Болучевская, В.В. Социально-психологические особенности профессионального определения будущих специалистов помогающих профессий / В.В. Болучевская – Волгоград: Изд. ВолГМУ, 2010. – 264 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

| | |
|---|----|
| <i>Ильич А.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ХЕДЖИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ | 4 |
| <i>Ильич А.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО РЕЗУЛЬТАТА ОТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ | 7 |
| <i>Кирилюк О.Ю.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ЖИЛИЩНЫЕ ОБЛИГАЦИИ КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ НЕДВИЖИМОСТИ..... | 9 |
| <i>Кирилюк О.Ю.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ВЫПУСК ЖИЛИЩНЫХ ОБЛИГАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЕМ – РЕШЕНИЕ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ РАБОТНИКОВ | 12 |
| <i>Кисаметова А.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В.</i> АУТСТАФФИНГ ПЕРСОНАЛА: АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ | 15 |
| <i>Ковальчук Т.А.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Кивачук В.С.</i> АУТСОРСИНГ – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ XXI ВЕКА..... | 18 |
| <i>Мартынюк М.Ю.</i> <i>Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.</i> ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 22 |
| <i>Мартынюк М.Ю.</i> <i>Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.</i> МЕТОДИКА УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ПРОГРАММЕ «ГАЛАКТИКА ERP» | 27 |
| <i>Медведская Е.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В.</i> ОСНОВЫ ЛИН-УЧЁТА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ | 31 |
| <i>Минчук Е.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.</i> СТРАХОВАНИЕ ОТ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 35 |
| <i>Павлюковец А.Н.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.</i> ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ | 37 |
| <i>Скомороха Л.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.</i> ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА СЛУЧАЙ ПОТЕРИ РАБОТЫ | 40 |
| <i>Скомороха Л.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.</i> ДОБРОВОЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 42 |
| <i>Философ Е.А., Телющенко К.О.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В.И.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ КАПИТАЛА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ | 45 |

| | |
|---|----|
| Хомичук В.Ю. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.</i> КРЕДИТНО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ | 48 |
| Хомичук В.Ю. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.</i> СОЗДАНИЕ КРЕДИТНОГО МЕХАНИЗМА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИМА-ТРАНС») | 52 |
| Цыгир И.С. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ..... | 56 |
| Цыгир И.С. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ | 60 |
| Чергейко М.Н. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФОРЕНЗИКА И АУДИТА | 63 |
| Чергейко М.Н. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ПРОЦЕДУРА ФОРЕНЗИК В УЧЕТЕ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ | 65 |
| Чернышева В.Ю. <i>Научный руководитель: к.э.н., доц. Зазерская В.В.</i> ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА | 67 |
| Чернышева В.Ю. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.</i> АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ | 71 |
| Романюк К.И. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА | 74 |
| Черновалов П.А. <i>Научный руководитель: профессор Павлючук Ю.Н.</i> РАЗВИТИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В РАМКАХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ | 76 |
| Черняк М.С. <i>Научный руководитель: доцент Козинец М.Т.</i> РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ | 80 |
| Грико В.Ю. <i>Научный руководитель: доцент Надеина Н.Г.</i> УЛОВКИ ПРОДАВЦОВ: ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ..... | 85 |
| Кальчук О.Ю. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Степанюк В.Л.</i> ТИМБИЛДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ | 88 |
| Макаревич А.В. <i>Научный руководитель: доцент Надеина Н.Г.</i> УЛОВКИ ПРОДАВЦОВ: РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ | 92 |
| Павлюк А.В. Ярмошик В.С. <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Проровский А.Г.</i> НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ТНК..... | 94 |

| | |
|--|-----|
| <i>Гарах А.Г., Ешкилева Г.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Мишкова М.П.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 99 |
| <i>Григорьева И.С., Замулко Т.М.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Крамаренко А.К.</i> ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В КОНТЕКСТЕ РАСШИРЕНИЯ СУБКОНТРАКТНЫХ СВЯЗЕЙ | 102 |
| <i>Неживинский Н.Ю.</i> <i>Научный руководитель: доцент, к.э.н. Четырбок Н.П.</i> СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ | 106 |
| <i>Осопрелко Т.Н.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П.</i> ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ) | 109 |
| <i>Козлова Е.А., Панасюк В.Р.</i> <i>Научный руководитель: доцент, кандидат экономических наук Граник И.М.</i> ЖЕНЩИНА-РУКОВОДИТЕЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: КАКАЯ ОНА ДОЛЖНА БЫТЬ | 113 |
| <i>Бердник К.О.</i> <i>Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОМОЩЬЮ SCOR-МОДЕЛИ | 115 |
| <i>Бердник К.О.</i> <i>Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.</i> МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СТРОИТЕЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ С ПОМОЩЬЮ ЭТАЛОННОЙ SCOR-МОДЕЛИ | 119 |
| <i>Бердник К.О., Наумчик С.Г.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Сметюх А.В.</i> АНАЛИЗ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 124 |
| <i>Павлюкович А.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Почко Е.О.</i> ТЕХНИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ СКЛАДА | 128 |
| <i>Парафенюк А.А.</i> <i>Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ SCOR-МОДЕЛИ | 131 |
| <i>Парафенюк А.А.</i> <i>Научный руководитель: доцент Омелянюк А.М.</i> ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ SCOR-МОДЕЛИ В БИЗНЕС-ОТНОШЕНИЯХ ПРЕДПРИЯТИЯ | 134 |
| <i>Пелля А.А., Замулко А.В.</i> <i>Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.</i> ОТКРЫТЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ М2М И IOT В ЛОГИСТИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 138 |
| <i>Топор Е.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Почко Е.О.</i> ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АУТСОРСИНГ | 141 |
| <i>Ширковец О.В.</i> <i>Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ | 144 |

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

| | |
|--|-----|
| <i>Бердник К.О., Наумчик С.Г.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Сметюх А.В.</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ | 150 |
| <i>Голуб Х.В.</i> <i>Навуковы кіраўнік: дац. Самуйлік Я.Р.</i> ГАВОРКА ВЕСКІ ГОРТАЛЬ ІВАЦЭВІЦКАГА РАЁНА: ГІСТОРЫЯ І СУЧАСНАСЦЬ | 152 |
| <i>Гречко А.А., Драневич Н.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Лазарчук И.М.</i> ИНТЕРНЕТ В БЕЛАРУСИ | 157 |
| <i>Дымша О.И.</i> <i>Научный руководитель: проф. Медведева Г.Т.</i> СТРАНОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ | 161 |
| <i>Кирилюк К.И.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Речиц Е.В.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО СТАТУСА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В СВЕТЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ | 164 |
| <i>Кот Я.В.</i> <i>Научный руководитель: доцент Хутова Е.Н.</i> ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ | 167 |
| <i>Курилюк Д.А.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Степанюк В.Л.</i> СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ПРИОРИТЕТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА 2006-2016 ГГ | 172 |
| <i>Никонович Е.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Цуканова М.В.</i> ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СЧАСТЬЯ НАСЕЛЕНИЯ | 175 |
| <i>Павлюковец А.Н.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.</i> НАСЕЛЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ | 179 |
| <i>Сартакова Я.А.</i> <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ | 182 |
| <i>Ткачук С.В.</i> <i>Научный руководитель: доцент Бодак М.С.</i> ПРОБЛЕМА ТЕРРОРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ | 185 |
| <i>Шведовская Д.В. (БГУ им. А.С. Пушкина, г. Брест)</i> <i>Шведовская В.В. (гимназия № 4, г. Брест)</i> <i>Научный руководитель - к.т.н., профессор П.В. Шведовский</i> ВЗАИМОСВЯЗЬ ТОЛЕРАНТНОСТИ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ | 189 |

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Ответственный за выпуск: **Рубанов В.С.**

Редактор: **Боровикова Е.А.**

Компьютерная вёрстка: **Соколюк А.П.**

Корректор: **Никитчик Е.В.**

ISBN 978-985-493-375-7



Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.

Подписано к печати 28.06.2016 г.

Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Arial».

Усл. п. л. 11,39. Уч.-изд. л. 12,25.

Тираж 45 экз. Заказ № 618.

Отпечатано на ризографе Учреждения
образования «Брестский государственный
технический университет»

224017, Брест, ул. Московская, 267.