

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет  
имени Франциска Скорины»

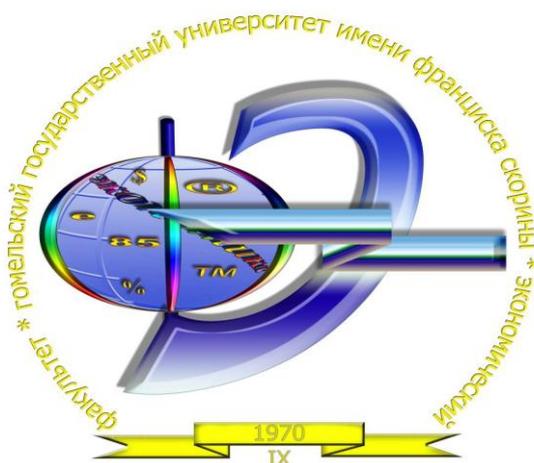
**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ  
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*Материалы  
III международной научно-практической конференции  
студентов и магистрантов*

(Гомель, 18 марта 2015 года)

В двух частях

ЧАСТЬ 1



Гомель  
ГГУ им. Ф. Скорины  
2015

В сборнике материалов конференции представлены теоретические и практические результаты научных исследований и разработок студентов и магистрантов высших учебных заведений Республики Беларусь, Украины и Российской Федерации. Сборник посвящён актуальным вопросам развития национальной экономики в современных условиях. Авторами рассмотрены вопросы эффективной организации бухгалтерского учёта и контроля в организациях, современные подходы к анализу хозяйственной деятельности субъектов экономики, проблемы финансово-кредитной сферы и механизм их решения, возможности использования информационных технологий в управлении на макро- и микроуровнях.

Сборник адресован учёным-экономистам, практикам, аспирантам, магистрантам, студентам, которых интересуют актуальные проблемы развития экономики на современном этапе и пути их решения.

**Редакционная коллегия:**

О. М. Демиденко, Б. В. Сорвиров (главные редакторы);  
И. В. Глухова (ответственный редактор);  
А. К. Костенко, Е. И. Гонта, Л. Н. Давыденко, А. В. Матвеев,  
Л. В. Орлова, О. С. Башлакова, И. В. Бабына,  
С. Н. Говейко, В. В. Ковальчук

## СОДЕРЖАНИЕ

### РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УЧЁТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

<i>Барановская А. А.</i> Анализ производства сахарной свеклы в Республике Беларусь .....	7
<i>Барсукова Е. В.</i> Совершенствование бухгалтерского учёта переоценки активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте. ....	8
<i>Горбачёва С. Н., Засемчук Н. А.</i> Особенности учёта краткосрочных активов согласно МСФО .....	11
<i>Дикун Ю. С.</i> Совершенствование контроля учёта готовой продукции и её реализации .....	12
<i>Земко А. С.</i> Управление оборачиваемостью средств в дебиторской задолженности как приоритетное направление финансового менеджмента предприятий. ....	14
<i>Зыблева Е. В.</i> Совершенствование порядка отражения в учёте курсовых разниц: сближение с международными стандартами финансовой отчётности. ....	16
<i>Кашевич О. А., Крицкая А. М.</i> Разработка политики управления дебиторской задолженностью .....	18
<i>Котов П. Н.</i> Методические подходы к анализу эффективности товарного ассортимента. ....	20
<i>Мельникова О. А.</i> Современные подходы к анализу себестоимости перевозок. ....	22
<i>Корженевич Д. П.</i> Проверка расчётов с подотчётными лицами .....	24
<i>Кошель А. О.</i> Контроль расчётов по пенсионному обеспечению в КСУП «Совхоз «Кормянский» Кормянского района Гомельской области .....	26
<i>Краснова Ю. Н.</i> Пути усиления внутреннего контроля .....	28
<i>Мухина А. С.</i> Актуальные вопросы начисления и выплаты пособия по беременности и родам .....	30
<i>Новикова Е. В.</i> Оценка прозрачности финансовой отчётности банков в соответствии с принципами её национальных и международных стандартов .	31
<i>Позняк В. В.</i> Совершенствование методики оценки вероятности банкротства организации. ....	33
<i>Ратникова Н. Ю.</i> Оценка эффективности инновационных проектов как способ повышения доходности кредитов на инновационную деятельность. . .	35
<i>Селицкая А. А.</i> Влияние внедрения МСФО на инвестиционную привлекательность .....	37
<i>Степаненко А. А.</i> Развитие безналичных расчётов в Республике Беларусь. . .	39
<i>Стрельченко О. А.</i> Совершенствование методических подходов к анализу финансовой устойчивости организации .....	41
<i>Сулимова О. А.</i> Внутренний аудит расчётов с фондом социальной защиты населения в КУ(СХ)П «Имени Черняховского» Витебской области Дубровенского района .....	43
<i>Худенко Н. В.</i> Совершенствование управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия .....	44
<i>Чистик Д. А.</i> Проблемы приведения отчётности Беларуси в соответствие с международными стандартами .....	46

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Архипенко М. А.</i> Риск ликвидности банковского сектора в системе стандартов «Базель III» .....	49
<i>Барановская А. А., Лабурдова И. П.</i> Комплексные решения урегулирования налоговой задолженности в Республике Беларусь .....	51
<i>Бессонова А. А.</i> Кредитная политика коммерческого банка и эффективность её практической реализации .....	53
<i>Богомолова А. С.</i> Основные проблемы банковского кредитования в Республике Беларусь .....	55
<i>Воинова М. В.</i> Современное состояние страхового рынка Республики Беларусь и перспективы развития .....	57
<i>Глушакова П. П.</i> Неналоговые доходы в формировании бюджета Республики Беларусь и перспективы их увеличения .....	59
<i>Жаврид М. С.</i> Прогнозирование банковских вкладов в Республике Беларусь .....	61
<i>Жовтий А. І.</i> Сутність поняття «адміністрування податків» та його застосування у вітчизняній практиці .....	63
<i>Карчевская А. А.</i> Налоговое стимулирование инновационного развития экономики .....	64
<i>Кирик Д. Н., Грідюшко Е. Н.</i> Опыт подоходного налогообложения Германии .....	66
<i>Клименко Е. А.</i> Финансирование основного капитала: проблемы и перспективы .....	68
<i>Король О. В.</i> Нормативно-правовое регулирование деятельности банков Республики Беларусь в сфере кредитования физических лиц .....	70
<i>Кушнерова М. А.</i> Пути повышения эффективности депозитной политики .....	72
<i>Лис О. С.</i> Государственные меры по стабилизации валютного рынка Республики Беларусь .....	74
<i>Максак А. А.</i> Виды и принципы осуществления добровольного медицинского страхования .....	76
<i>Мазанчук А. А.</i> Цифровой банкинг: проблемы внедрения и пути их решения .....	78
<i>Митько М. В.</i> Кредитование как основной элемент банковской системы Республики Беларусь .....	80
<i>Михнюк В. О., Карпенко С. В.</i> Банковские платёжные карточки в Республике Беларусь: преимущества для пользователей .....	82
<i>Пузан Т. А.</i> Инфляционные процессы в Беларуси в контексте воздействия внешних факторов .....	84
<i>Рычков А. В.</i> К вопросу о сбалансированности кредитной политики коммерческого банка .....	86
<i>Сафонова Н. А.</i> Финансовая реструктуризация как метод снижения задолженности субъектов хозяйствования перед банком .....	88
<i>Сержанова Е. С.</i> О последствиях российского налогового маневра для белорусской нефтепереработки .....	90
<i>Скринник Г. Ю.</i> Финансові ресурси держави: сутність та склад .....	91
<i>Старовойтов А. Г.</i> Механизм функционирования современной валютной системы и перспективы интеграции в неё Республики Беларусь .....	93
<i>Стародубцева Т. А.</i> Факторинг как инновационный инструмент повышения эффективности бизнеса коммерческого банка .....	95
<i>Трифунтова М. А.</i> Пути укрепления ресурсной базы коммерческих банков в	

условиях интенсификации инфляционных процессов. . . . .	96
<b>Фока М. М.</b> Управление валютными рисками предприятия: стратегия и инструменты. . . . .	98
<b>Храмов К. В.</b> Сегментация как фактор конкурентного преимущества на современном рынке депозитов. . . . .	100
<b>Штефан С. С.</b> Децентралізація управління фінансовими ресурсами регіону. . . . .	102
<b>Щирякова С. В.</b> Использование ключевых показателей эффективности для мотивации труда персонала в банках. . . . .	104
<b>Юденюк Н. А.</b> Налогообложение индивидуальных предпринимателей: проблемы и пути решения. . . . .	106

## ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<b>Аксёнов А. Ю.</b> Облачные технологии и развитие среднего и малого бизнеса. Комплексность и гибкость. . . . .	109
<b>Астапенко Ю. А., Косабуцкая О. Л., Карпенко С. В.</b> Корпоративные информационные ситемы: ориентация на клиента . . . . .	110
<b>Барабанова А. С.</b> Проект открытия студии парикмахерского искусства «Estel Gomel studio» как способ диверсификации деятельности дистрибьютора. . . . .	112
<b>Борисюк О. В.</b> Контекстные триггеры продаж как способ увеличения эффективности рекламных объявлений . . . . .	114
<b>Вийтович А. Е.</b> ERP-системы и управление возможностями бизнеса . . . . .	116
<b>Власова С. В.</b> Электронное предпринимательство. Рекомендации по созданию собственного прибыльного сайта . . . . .	118
<b>Волчек К. В.</b> Конвергенция информационных технологий в экономике и бизнесе . . . . .	120
<b>Головко В. Ю.</b> Особенности продаж товаров в электронных магазинах. . . . .	121
<b>Голубов С. Д.</b> Облачные технологии и интеллектуальные сети связи. . . . .	123
<b>Гончаров А. В.</b> Роль автоматизации складирования в логистической системе . . . . .	125
<b>Дворак Н. А., Карпенко С. В.</b> Система электронных платежей в Республике Беларусь: состояние и перспективы . . . . .	127
<b>Денисенко М. С.</b> Облачные технологии как мощная поддержка развития бизнеса. . . . .	130
<b>Дербеева И. В.</b> Проблемы внедрения инновационных технологий в коммерческую деятельность. . . . .	131
<b>Дорох Т. В.</b> Качество программного продукта и его внешние характеристики. . . . .	133
<b>Дробкова В. В.</b> Использование товарного знака для повышения эффективности товарной политики. . . . .	135
<b>Зинкевич В. С.</b> Направления улучшения МТО предприятия. . . . .	137
<b>Ермоленко Т. Ю., Карпенко С. В.</b> Динамика рынка электронных услуг в Республике Беларусь. . . . .	139
<b>Кокотов Е. В.</b> Особенности использования и внедрения информационных технологий в управлении деятельностью ЧП «ИВА-ГОМЕЛЬ-ПАРК» . . . . .	141
<b>Крапиневич Н. Н.</b> Управление аутсорсингом в логистических системах . . . . .	143
<b>Кузьменко А. А.</b> Инновационные технологии биржевой торговли. . . . .	145
<b>Линник К. В., Карпенко С. В.</b> Информационная безопасность в бизнесе. . . . .	146

<i>Лисов А. С.</i> Совершенствование аналитической работы предприятия на основе использования информационных технологий . . . . .	148
<i>Максимова В. А.</i> Проектирование функциональных моделей деятельности и структур предприятий в пакете прикладных программ Business Studio. . . . .	150
<i>Мартюшова А. А., Карпенко С. В.</i> Образовательные интернет-ресурсы – возможности для бизнеса . . . . .	152
<i>Михалькевич Т. Д.</i> Организация сбыта продукции и направления её совершенствования (на примере ОАО «Гомельстекло») . . . . .	154
<i>Музыка И. П.</i> СПО в коммерческой деятельности: проблемы и перспективы. . . . .	156
<i>Нагорная О. В., Карпенко С. В.</i> Мобильные платёжные ситемы в Республике Беларусь . . . . .	157
<i>Новикова С. М., Карпенко С. В.</i> Автоматическая идентификация в коммерческой логистике . . . . .	159
<i>Павлюкевич В. Г., Марковская Н. В.</i> Разработка механических торговых систем для работы на финансовом рынке FOREX . . . . .	161
<i>Перковская О. О., Карпенко С. В.</i> Электронное образование для коммерсантов в Республике Беларусь . . . . .	163
<i>Полоневич Е. В.</i> Автоматизация стратегического планирования развития бизнеса. ВРМ-системы. . . . .	165
<i>Проскушкина В. В., Карпенко С. В.</i> Сервисы электронной коммерции. . . . .	167
<i>Роговцов С. С., Скачков Е. А.</i> Триады в управлении логистическими системами. . . . .	169
<i>Сергеев А. В.</i> О стандартизации рабочего программного обеспечения и его необходимом минимуме. . . . .	171
<i>Симанкова Е. А.</i> Применение сферических панорам и виртуальных туров в современной коммерческой деятельности . . . . .	172
<i>Стрижак О. И.</i> Направления совершенствования управления ассортиментной политикой в ОАО «Речицкий метизный завод». . . . .	174
<i>Убоженко О. С., Дорошев Д. В.</i> Экономический потенциал как основа функционирования торговой организации. . . . .	176
<i>Хакимова М. А., Карпенко С. В.</i> Рынок электронных платёжных систем . . . . .	178
<i>Харзиани К. Г., Корнеев О. Е.</i> Повышение эффективности управления кадровым потенциалом торговой организации. . . . .	180
<i>Хвасько С. А.</i> Использование эконометрических моделей в прогнозировании зависимости экспорта от выпуска и отгрузки продукции . . . . .	182
<i>Хоронко Я. С., Карпенко С. В.</i> Внедрение RFID-технологий в Беларуси. . . . .	184
<i>Чичина А. С.</i> Электронная коммерция как сфера экономики. . . . .	186
<i>Шалобасова М. М., Шнып И. А.</i> Совершенствование рекламной деятельности РУП «Производственное объединение «Белоруснефть». . . . .	188
<i>Шаповалов Н. С.</i> Е-маркетинг в цепях поставок молочной продукции с использованием решений IBM. . . . .	190
<i>Шпорко О. С.</i> Развитие торговых сетей . . . . .	192

# **РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УЧЁТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**А. А. БАРАНОВСКАЯ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Е. А. Молчанова**

## **АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА САХАРНОЙ СВЕКЛЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Свекла – это одна из наиболее распространенных овощных, кормовых и технических культур. Корнеплоды свеклы являются ценным источником свекловичного сахара (сахарозы). В Республике Беларусь методом направленной селекции был выведен ряд сортов, содержащих повышенное количество сахарозы. Белорусские селекционеры вывели много ценных высокосахаристых сортов, получивших мировое признание. В питании же основная роль принадлежит столовым сортам свеклы.

Сахарная свекла – высокопродуктивное культурное растение, выращивание которого и для Республики Беларусь имеет первостепенное экономическое значение. Вместе с тем, достигнутая урожайность в Беларуси не соответствует возможностям этой культуры. Урожайность сахарной свеклы и сахара в странах Европы сильно колеблется в зависимости от почвенно-климатических условий, уровня культуры земледелия и применяемых технологий. Если такие страны, как Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Голландия, Дания, Швеция, Швейцария и Франция получают 8–12 т/га сахара, то Албания, Беларусь, Болгария, Грузия, Латвия, Литва, Россия, Румыния и Украина – только 1-3 т/га.

Условия для сельскохозяйственного производства и, в частности, для производства сахарной свеклы, в Беларуси не самые лучшие. Биологическая продуктивность климата оценивается в 100-121 балл (для сравнения: Польша – 125-135, Германия – 125-140, Австрия – 140-150, США – 150-200). Республика расположена в зоне достаточного увлажнения, но с ограниченным количеством тепла.

Брестская, Гродненская и Минская области являются наиболее обеспеченными техникой, трудовыми ресурсами, основными и оборотными фондами, что, наряду с почвенными и климатическими условиями, создаёт достаточно благоприятные условия для возделывания сахарной свеклы [1].

В настоящее время производство сахарной свеклы в основном сосредоточено в сельскохозяйственных организациях Брестской, Гродненской и Минской областей. В Республике Беларусь сахарная свекла возделывается на площади 90-100 тыс. га. Средняя урожайность за последние пятилетние периоды составляла от 380 до 480 ц/га, а в 2012 году по республике получена урожайность 485 ц/га, что близко к европейскому уровню, но в западноевропейских странах урожайность достигает 550 ц/га. В 2013 году урожайность снизилась на 10 % и составила 436,5 ц/га. Урожайность сахарной свеклы в 2014 году превысила показатель прошлого года, сложившись на уровне 455,7 ц/га. [2]

Свекла является одной из наиболее трудоёмкой и материалоёмкой культурой. На гектар посевов свеклы затраты труда в 11-13 раз, а материально-денежные – в 6-8 раз больше, чем на гектар зерновых культур. При этом выход валовой продукции в 3-4 раза, а чистый доход в 4 раза больше.

Производство сахарной свеклы в Беларуси к концу 2015 года возрастет до 5,5 млн. т, а объёмы выработки сахара из свекловичного сырья увеличатся до 720 тыс.т. Такие параметры определены Государственной программой развития сахарной

промышленности на 2011-2015 годы, которая утверждена постановлением Совета Министров Беларуси от 24 марта 2011 г. № 359.

В соответствии с Госпрограммой, посевная площадь сахарной свеклы в Беларуси возрастёт с 97 тыс. га в 2010 году до 105 тыс. га к концу 2015 года. Увеличение объёмов производства сахарной свеклы планируется обеспечить за счёт роста её урожайности. Если в 2011 году она составляла 453 ц/га, то в 2012 году она увеличилась до 485 ц/га, а к 2015 году – до 524 ц/га [3].

Будут улучшены технологические показатели сахарной свеклы за счет повышения уровня ее сахаристости. Если в 2010 году она составляла 14,69 % и не достигала базисной, то в предстоящей пятилетке она должна превысить базисную и в 2011 году составить 16,46 %, а в 2014-2015 годах быть на уровне 17 % (базисная сахаристость - 16 %). Валовое производство сахарной свеклы предстоит увеличить с 3 млн. 893,4 тыс. т в 2010 году до 5,5 млн. т в 2015 году. Уже в нынешнем году сбор сладких корнеплодов составил 4926 млн. т.

Анализируя данные можно отметить, что урожайность за 2014 год по сравнению с 2013 годом увеличилась на 19 ц/га, а по сравнению с 2007 годом – на 69 ц/га. Темп роста в 2014 году увеличился на 14,2 %. Абсолютное значение 1 % прироста урожайности сахарной свеклы в 2014 году по сравнению с 2013 годом снизился на 0,48 ц/га. [1]

Таким образом, урожайность сахарной свеклы за анализируемый период колеблется: в 2012 году наблюдается максимальная урожайность – 485 ц/га, а минимальная в 2007 году – 387 ц/га. Это связано с внедрением интенсивных технологий производства сахарной свеклы, новых типов сортов, качеством семенного материала, его подготовке, обработке почвы, внесению удобрений, срокам и качеству посевов, ухода, уборки.

#### Список используемой литературы

1. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2015. – URL: <http://mshp.minsk.by> (дата обращения: 21.01.2015).
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 25.12.2014).
3. О Государственной программе развития сахарной промышленности на 2011 - 2015 годы: постан. Совета Мин-в Респ. Беларусь от 24.03.2011 № 359 [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 16.01.2015).

**Е. В. БАРСУКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. Н. Будникова**

#### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ПЕРЕОЦЕНКИ АКТИВОВ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВ, ВЫРАЖЕННЫХ В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ**

В банках с целью доведения балансовой стоимости активов и пассивов, выраженных в иностранной валюте, до их справедливой стоимости, изменения которой вызваны колебаниями официального курса национальной денежной единицы, производится переоценка. При этом для целей отражения в бухгалтерском учете и переоценки активы и пассивы, возникающие при совершении операций в иностранной валюте, подразделяются на денежные и неденежные статьи.

К денежным статьям относятся денежные средства в иностранной валюте, активы и обязательства к получению или к выплате, выраженные фиксированными или определенными суммами в иностранной валюте.

Неденежные статьи – статьи, не являющиеся денежными, к которым относятся: драгоценные металлы и драгоценные камни, основные средства, товарно-материальные ценности, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения в уставные фонды юридических лиц, уставный и другие фонды банка, прибыль, доходы, расходы и другие активы и обязательства.

Денежные статьи учитываются в двойной оценке – в иностранной валюте и ее эквиваленте в белорусских рублях. При принятии к учёту денежных статей оценка в белорусских рублях производится путем пересчета иностранной валюты по официальному курсу на дату совершения операции.

По мере изменения официального курса денежные статьи подлежат переоценке. Результат переоценки денежных статей представляет собой разницу между стоимостью денежных статей до переоценки и после её проведения.

Неденежные статьи, расчеты по которым проводились в иностранной валюте, учитываются только в белорусских рублях. При принятии к учету неденежных статей оценка в белорусских рублях производится путём пересчета иностранной валюты по официальному курсу на дату совершения операции. Переоценка неденежных статей в связи с изменением официального курса не производится.

Методология ведения бухгалтерского учёта в банках в полной мере обеспечивает соблюдение принципа начисления – одного из ключевых принципов Международных стандартов финансовой отчётности, в настоящее время широко внедряемых банками Республики Беларусь, однако она может быть упрощена за счёт устранения ряда счетов [1]. Так, действующий в настоящее время порядок отражения в учёте переоценки валютных статей определён Инструкцией по бухгалтерскому учёту операций в иностранной валюте в банках Республики Беларусь, утверждённой постановлением Совета директоров Национального банка Республики Беларусь от 26 декабря 2007 г. № 398 (с учетом изменений и дополнений от 29.08.2013 № 506) [2]. В соответствии с п. 10 указанного документа «Результат переоценки денежных статей отражается в бухгалтерском учете по балансовым счетам переоцениваемых денежных статей в корреспонденции с балансовым счетом 6921 «Переоценка валютных статей» [2].

Курсовые разницы, образовавшиеся на балансовом счете 6921 «Переоценка валютных статей» в результате округлений при переоценке денежных статей, относятся на балансовые счета по учету доходов (8 241 «Доходы по операциям с иностранной валютой») или расходов (9241 «Расходы по операциям с иностранной валютой») с периодичностью, установленной банком самостоятельно, обязательно в последний рабочий день месяца, что определяется в учетной политике банка [2].

По нашему мнению, существующий порядок отражения переоценки денежных статей может быть упрощен за счет устранения активно-пассивного балансового счёта 6921 «Переоценка валютных статей».

Возникающая в результате изменения официального курса белорусского рубля сумма увеличения или уменьшения стоимости активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте, может быть признана в качестве дохода или расхода с отнесением на соответствующие балансовые счета по учету доходов или расходов на дату проведения переоценки ввиду соответствия критериям признания доходов и расходов, установленным п. 18 – 19 Инструкции по признанию в бухгалтерском учёте доходов и расходов в Национальном банке Республики Беларусь, банках и небанковских кредитно-финансовых организациях Республики Беларусь, утверждённой постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 30 июля 2009 г. № 125 (с учётом изменений и дополнений от 10.12.2013 № 722) [3]. Согласно п. 29 указанного документа «Банковские доходы и банковские расходы, связанные с изменением справедливой стоимости (переоценкой) активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте, признаются в бухгалтерском учете в том отчетном периоде, в котором произошли

изменения официального курса белорусского рубля к другим валютам, установленного Национальным банком, либо согласно особенностям, которые определены нормативными правовыми актами Национального банка, регулирующими данные операции» [3].

Предлагаемый порядок отражения в бухгалтерском учёте переоценки денежных статей представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Корреспонденция счетов по учёту переоценки денежных статей в бухгалтерском учёте банков по действующему и предлагаемому вариантам учёта

Содержание операции	Корреспонденция счетов при существующем варианте учёта		Корреспонденция счетов при предлагаемом варианте учёта	
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1 Переоценка активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте, при увеличении официального курса белорусского рубля к другим валютам, установленного Национальным банком, на сумму увеличения				
1.1 переоценка активов, выраженных в иностранной валюте	Активные счета в иностранной валюте	6921 «Переоценка валютных статей»	Активные счета в иностранной валюте	8241 «Доходы по операциям с иностранной валютой»
1.2 переоценка обязательств, выраженных в иностранной валюте	6921 «Переоценка валютных статей»	Пассивные счета в иностранной валюте	9241 «Расходы по операциям с иностранной валютой»	Пассивные счета в иностранной валюте
2 Переоценка активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте, при снижении официального курса белорусского рубля к другим валютам, установленного Национальным банком, на сумму снижения				
2.1 переоценка активов, выраженных в иностранной валюте	6921 «Переоценка валютных статей»	Активные счета в иностранной валюте	9241 «Расходы по операциям с иностранной валютой»	Активные счета в иностранной валюте
2.2 переоценка обязательств, выраженных в иностранной валюте	Пассивные счета в иностранной валюте	6921 «Переоценка валютных статей»	Пассивные счета в иностранной валюте	8241 «Доходы по операциям с иностранной валютой»
3 списание сальдо по счету 6921 «Переоценка валютных статей» на соответствующие счета по учету доходов или расходов в последний рабочий день отчетного периода (месяца)				
3.1 списание кредитового сальдо (положительного результата от переоценки)	6921 «Переоценка валютных статей»	8241 «Доходы по операциям с иностранной валютой»	–	–
3.2 списание дебетового сальдо (отрицательного результата от переоценки)	9241 «Расходы по операциям с иностранной валютой»	6921 «Переоценка валютных статей»	–	–

Предлагаемый вариант учёта переоценки валютных статей позволит руководству банка принимать эффективные управленческие решения в области регулирования валютных операций, производя оценку состояния соответствующих счетов по учёту доходов и расходов по операциям с иностранной валютой регулярно по мере изменения официального курса.

Таким образом, устранение активно-пассивного балансового счета 6921 «Переоценка валютных статей» позволит, по нашему мнению, упростить ведение бухгалтерского учета без нарушения ключевых принципов Международных стандартов финансовой отчётности.

#### Список используемой литературы

1 Будникова, О. Н. Совершенствование бухгалтерского учёта финансовых результатов от валютно-обменных операций в банках/О. Н. Будникова // Актуальные вопросы экономической науки в XXI веке : материалы междунар. науч.-практич. конф. – IV Чтений, посвящённых памяти М. В. Научителя (Гомель, 19-20 октября 2012 г.). – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2012. – 230 с.

2 Инструкция по бухгалтерскому учёту операций в иностранной валюте в банках Республики Беларусь, утв. постанов. Совета директоров Нац. банка Респ. Беларусь от 26 декабря 2007 г. № 398 (с изм. и доп. от 29.08.2013 № 506) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 16.02.2015).

3 Инструкция по признанию в бухгалтерском учёте доходов и расходов в Национальном банке Республики Беларусь, банках и небанковских кредитно-финансовых организациях Республики Беларусь, утв. постанов. Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 30 июля 2009 г. № 125 (с изм. и доп. от 10.12.2013 № 722) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 16.02.2015).

**С. Н. ГОРБАЧЁВА, Н. А. ЗАСЕМЧУК**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Н. А. Засемчук**

## **ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ СОГЛАСНО МСФО**

Республика Беларусь в настоящее время развивает и оптимизирует национальную систему бухгалтерского учета и аудита с МСФО. В зарубежной практике ведения бухгалтерского учёта, также как и для отечественных организаций, сырьё и материалы являются одним из наиболее значительных активов предприятия. Их учёт и оценка значительно влияют на прибыль организации.

Основными нормативными актами, регламентирующими учёт сырья и материалов, являются МСФО 2 «Запасы» (принятые Международным комитетом по стандартам учёта и отчётности) и ПБУ № 133 от 12.11.2010 г. «Инструкция по бухгалтерскому учёту запасов», утвержденное Министерством Финансов Республики.

В качестве запасов к бухгалтерскому учёту принимаются активы, учтённые в составе средств в обороте; приобретённые и (или) предназначенные для реализации; находящиеся в процессе производства продукции (выполнения работ, оказания услуг); находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции (выполнения работ, оказания услуг); используемые для управленческих нужд организации.

Запасы классифицируют по группам активов: материалы, отдельные предметы в составе средств в обороте, животные на выращивании и откорме, незавершённое производство, готовая продукция, товары.

Особенности бухгалтерского учёта животных на выращивании и откорме определяются Типовым планом счетов бухгалтерского учёта и Инструкцией по применению Типового плана счетов бухгалтерского учёта, утверждёнными постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50, а также Методическими рекомендациями по учёту затрат и калькулированию себестоимости сельскохозяйственной продукции (работ, услуг), утверждёнными постановлением Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь от 31.08.2009 № 65 [2]

МСФО 2 регламентирует учёт запасов в целом. Согласно МСФО 2, запасы – это активы. Основные правила первоначального признания сырья и материалов как части МПЗ практически во всех СФО предполагают учёт активов по фактическим затратам (сумма фактических затрат организации на их приобретение, за исключением НДС). В международной практике существует и такой подход, согласно которому запасы оцениваются и по нормативным затратам.

Фактическая себестоимость приобретённых материалов включает стоимость материалов по ценам приобретения; ТЗР (затраты организации, непосредственно связанные с процессом приобретения и доставки материалов в организацию); расходы по доведению материалов до состояния, в котором они пригодны к использованию в предусмотренных в организации целях.

В отличие от белорусского бухгалтерского учёта стандарт МСФО 2 «Запасы» требует раскрытия информации о балансовой стоимости запасов, учтенных по чистой стоимости реализации [1]. Иными словами, если цена, по которой запасы могут быть реализованы, ниже их фактической себестоимости с учётом необходимых затрат по доведению их до нужного состояния и затрат на продажу, то стоимость запасов в балансе должна быть снижена до чистой стоимости реализации.

Чистая стоимость реализации определяется по каждой единице запасов или по группе запасов путём вычитания из ожидаемой цены реализации ожидаемых расходов на завершение производства и (или) реализацию.

На конец отчётного периода при списании материалов, по которым образован резерв под снижение стоимости материальных ценностей, зарезервированная сумма восстанавливается, и в бухгалтерском учете делается запись по дебету сч. 14 «Резервы под снижение стоимости материальных ценностей» и кредиту счетов учёта финансовых результатов. Сырьё и материалы согласно МСФО 2 не списываются ниже себестоимости, если готовая продукция, в которую они будут включены, предположительно будет продана по себестоимости или выше себестоимости. ТЗР, понесённые при приобретении материалов, включаются в себестоимость ТМЗ. Запасы оцениваются на каждую отчетную дату в соответствии с их чистой продажной ценой. Дооценка запасов выше их стоимости приобретения (переоценка) не допустима [3, с. 14].

Далее, при отпуске материалов в производство и ином выбытии их оценка производится организацией одним из следующих способов: по себестоимости каждой единицы, по средней себестоимости, по способу ЛИФО (по себестоимости последних по времени приобретения материалов). Применение одного из перечисленных способов по группе материалов производится в течение отчетного года и отражается в учётной политике организации исходя из допущения последовательности её применения [1].

В международной практике принят метод ФИФО (FIFO – first-in-first-out). Этот метод рекомендуется как основной для расчета себестоимости. Также используется метод средневзвешенной себестоимости или метод «скользящей» средней себестоимости, когда новая средняя стоимость (фактически – средневзвешенная) единицы сырья и материалов рассчитывается каждый раз, когда делается закупка.

При списании материалов по себестоимости каждой единицы запасов могут применяться два способа исчисления себестоимости единицы материалов: включая все расходы, связанные с приобретением материалов; включая только стоимость материала (упрощенный вариант).

В целом принципы учёта сырья и материалов, как и всех МПЗ, в белорусской и международной системах бухгалтерского учёта очень близки. Анализируя белорусские положения по бухгалтерскому учёту, можно сказать, что они имеют тенденцию приближения к международным стандартам. Вместе с тем, в белорусских стандартах сохраняются особенности национальной системы учёта, без которых бухгалтерский учёт был бы весьма затруднен в белорусских условиях.

#### **Список используемой литературы**

- 1 Волчек, А. Учет запасов / А. Волчек // Налоговый вестник. – 2013. – № 4 (317). – С. 25–26.
- 2 Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету: постан. Министерства финансов Респ. Беларусь от 12.11.2010 № 133 [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 26.02.2015).
- 3 Ахметова, Ю. С. Соответствие национальной системы бухгалтерского учёта сырья и материалов международным стандартам финансовой отчетности / Ю. С. Ахметова // Молодой учёный. – 2012. – №12. – С. 13-15.

**Ю. С. ДИКУН**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. И. Харламова**

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНТРОЛЯ УЧЁТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ**

Контроль – это проверка исполнения тех или иных хозяйственных решений с целью установления их достоверности, законности и экономической целесообразности.

В настоящее время внутрихозяйственный контроль учёта и реализации готовой продукции является необходимым слагаемым хозяйственного механизма при любом способе производства. Основу внутреннего контроля экономического субъекта составляет контрольная среда, система бухгалтерского учёта и средства контроля. От внутреннего контроля зависит эффективность функционирования хозяйствующих субъектов (экономических единиц), которая является одним из условий эффективности всего общественного производства, так как хозяйствующие субъекты, как сложные социальные системы, являются элементом (или подсистемой определенного уровня структурной организации) производительных сил, т.е. личных и вещественных факторов общественного производства в их взаимодействии.

Система бухгалтерского учёта готовой продукции и её реализации будет считаться эффективной, если:

- операции с готовой продукцией в учёте правильно отражают временной поток их осуществления;
- операции зафиксированы в учёте в правильных суммах;
- операции по выпуску и реализации готовой продукции отражены на счетах в соответствии с требованиями нормативных правовых актов и учётной политики;
- зафиксированы детали операций, имеющие существенное значение для учёта и отчётности;
- ограничена возможность появления злоупотреблений.

Хозяйственные операции по учёту готовой продукции и её реализации относятся к операциям с повышенным уровнем риска, т.к. существует потенциальная опасность их хищения, значительный объём совершаемых операций и, соответственно, большой массив оформляемой документации.

При проверке готовой продукции государственными контролирующими органами или аудиторскими организациями, как правило, устанавливается:

- реальность наличия и существования готовой продукции;
- полноту отражения всех операций в бухгалтерском учёте;
- правильность оценки готовой продукции;
- правильность учёта готовой продукции на складах;
- правильность исчисления фактической себестоимости готовой продукции и себестоимости реализованной продукции;
- полнота и правильность отражения коммерческих расходов;
- соответствие данных синтетического и аналитического учёта;
- правильность исчисления выручки от реализации готовой продукции и определения финансового результата.

Внутренний контроль усложняется, если предприятие производит специфический вид продукции, например, суперфосфат. Проблемы с учётом такой продукции, которая отгружается покупателям вагонами и контейнерами различной конфигурации, признаются всеми специалистами организаций, государственных контролирующих органов и аудиторами. На практике существует два варианта её решения. Чтобы получать точные данные об объёме, количестве остатков готовой продукции организация может создать собственную службу. Второй вариант предполагает заключение долгосрочного договора с независимыми специалистами в области измерения с помощью приборов, математических и физических расчетов для определения объема и размера остатков готовой продукции.

Выбор варианта является прерогативой организации, однако, и в том, и в другом случае для определения объёма готовой продукции используются инструменты, такие как измерительная лента, лазерная линейка. Объёмы должны подсчитываться способами вертикальных, горизонтальных сечений и др. Суммарный объём подсчитывается как сумма объёмов условно выделенных геометрических тел и определенных по формулам их объёмов.

При определении размеров со сложными поверхностями должна выполняться съёмка тахеометрическим способом с выбором пикетов в характерных точках рельефа.

Погрешность определения объемов складских остатков существует, однако она не значительна и не превышает 1,5 %. Погрешность обусловлена наличием следующих факторов:

- сложность конфигурации поверхностей, принятых сыпучим сырьём форм;
- число и интервал измерений;
- точность измерительного инструмента;
- условия производства (запылённость и освещённость склада, введение работ во время загрузки или отгрузки и др.);
- сложные формы и местные неровности отвала.

Кроме остатков готовой продукции специалисты с точностью могут определить количество фасованной продукции, которая рассчитывается как произведение количества единиц тары и веса продукта в контейнерах и мешках.

Из двух существующих вариантов усиления контроля выпуска и реализации готовой продукции более эффективным является второй. При найме специалистов в данной области организация понесет затраты лишь на оплату оказываемых им услуг, но несмотря на это, в будущем можно гарантировать точность определения остатков готовой продукции и точность сумм в таких документах, как товарные накладные. Помимо этого, при проверке не будет выявлено нарушений, связанных с операциями по готовой продукции.

Таким образом, предложенные пути совершенствования позволяют усилить внутренний контроль, а также усовершенствовать контроль объемов изготавливаемой и реализуемой продукции, её остатков на складах.

#### **А. С. ЗЕМКО**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Э. В. Абрамович**

### **УПРАВЛЕНИЕ ОБОРАЧИВАЕМОСТЬЮ СРЕДСТВ В ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ**

Рост дебиторской задолженности из-за взаимных неплатежей между предприятиями, а также между государством и предприятиями носит устойчивый характер в условиях экономики переходного периода. Сложность решения этой задачи обусловлена тем обстоятельством, что, по существу, впервые в мировой практике период оборота дебиторской задолженности (измеряемый в днях) стал измеряться не днями, а месяцами и даже годами. Более того, нередки случаи, когда дебиторская задолженность по срокам возникновения переходит в безнадежные долги. Также повышение удельного веса в составе оборотных средств дебиторской задолженности, которая является одним из важнейших источников поступления денежных средств на предприятие при погашении задолженностей, приводит к росту дефицита денежных средств.

Для эффективного управления оборачиваемостью средств в дебиторской задолженности целесообразно применять комплекс взаимосвязанных мер.

Прежде всего, необходима чёткая работа по учету и списанию дебиторской задолженности с учётом имеющейся нормативно-правовой базы.

Работа по учёту и списанию задолженности должна совмещаться с анализом дебиторов и определением объёма иллюзорных (нереальных) поступлений денежных средств. Анализ дебиторов позволяет исключить на будущее дебиторов с высоким риском. Эта мера приемлема как для периода развитых рыночных отношений, так и для

условий экономики переходного периода. В последнем случае весь комплекс перечисленных работ особенно эффективен.

Важно использовать возможность оплаты долгов ценными бумагами, поскольку ожидание оплаты «живыми деньгами» может обойтись дороже.

Целесообразно субъектам экономики ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью снижения риска неплаты монопольным потребителем.

Организациям следует использовать возможности продажи счетов дебиторов факторинговой компании (специализированная организация или факторинговый отдел коммерческого банка).

Факторинг или факторинговые операции – это покупка фактором (фирмой, которая занимается факторинговыми операциями) торговых задолженностей производителя с принятием на себя обязанностей по их взысканию и риска платежа. Благодаря факторингу производитель получает оборотный капитал.

Факторинг бывает с уплатой. Он включает в себя получение задолженности, принятие фактором на себя риска неплатежей и передачу им средств производителю по мере того, как они выплачиваются покупателем. Факторинг бывает также с уплатой и фиксированием. Он предусматривает выплату средств производителю сразу после поставки товаров до 90 % их продажной цены. Остаток же денежных средств выплачивается после получения всех денег. Очевидно, что этот вид факторинга дороже, чем факторинг просто с уплатой.

Сегодня факторинг становится, прежде всего, средством финансового обеспечения деятельности продавца на период вынужденного отвлечения оборотных средств, ввиду выдачи покупателям товарных кредитов.

Для факторингового обслуживания можно рекомендовать дебиторскую задолженность по следующим высоколиквидным товарам: продукты питания, корм для животных. В условиях экономики переходного периода в отечественной практике такая форма управления оборачиваемостью дебиторской задолженности ограничена. Однако с развитием рыночных отношений она получит широкое распространение. Здесь важно, чтобы в отечественной экономике постоянно проявлялась тенденция снижения уровня инфляции. Тогда и счета дебиторов станут более привлекательными для факторинговых компаний.

При факторинговом обслуживании появляется экономия за счёт получения лучших ценовых условий накупаемый товар, возможность улучшить платежную дисциплину, а также получить гарантию защиты от штрафных санкций со стороны кредиторов при несвоевременном расчете с ними вследствие затруднений с наличностью. Преимуществом факторинга является также защита от потерь при неоплате или несвоевременной оплате дебиторами товара, а также защита от упущенной выгоды. Речь идет о возможных потерях клиентов вследствие дефицита, оборотных средств, который нередко приводит к невозможности предоставлять покупателям конкурентные отсрочки платежа, поддерживать достаточный ассортимент товаров на складе и т.д. Важно помнить, что вернуть клиента, ушедшего к конкуренту, может оказаться невозможным.

Не следует затягивать обращение в арбитражный суд, если должник неадекватно реагирует на претензии. Зачастую даже предисловное обращение к должнику дает положительную реакцию.

Важно, чтобы по любому из направлений работы в части ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности были задействованы квалифицированные менеджеры. Впрочем, это в равной степени относится к любому менеджеру, решающему вопросы, связанные с управлением оборотными средствами.

Изложенные методы ускорения оборачиваемости текущих активов охватывают практически весь комплекс возникающих проблем и позволяют значительно повысить эффективность управления оборотным капиталом.

Кроме вышеприведенных мероприятий важным является контроль за использованием на предприятии оборотных средств. Он является составной частью внутривладельческого контроля за хозяйственно-финансовой деятельностью предприятия. При этом равное внимание должно уделяться использованию как собственных и приравненных к ним средств, так и временно привлеченных и заемных. Контроль за высвобождением оборотных средств, как элементом лучшего их использования, возможен в оперативном порядке. Однако более эффективен он по годовым показателям. При этом может быть выявлено абсолютное высвобождение средств для данного объема производства и реализации продукции, или относительное высвобождение средств, когда при имеющейся сумме средств производится и реализуется больше продукции.

### **Е. В. ЗЫБЛЕВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОРЯДКА ОТРАЖЕНИЯ В УЧЁТЕ КУРСОВЫХ РАЗНИЦ: СБЛИЖЕНИЕ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ**

Переоценка активов и обязательств в иностранной валюте производится при изменении Национальным банком курсов иностранных валют на дату совершения операции, а также на дату составления бухгалтерской отчётности за отчётный период.

Согласно Налоговому кодексу Республики Беларусь в состав внереализационных доходов и расходов включаются курсовые разницы, возникающие при переоценке активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте. Следовательно, курсовые разницы участвуют в формировании налоговой базы налога на прибыль, увеличивая или уменьшая её величину. Налоговая база налога на прибыль определяется как денежное выражение валовой прибыли, подлежащей налогообложению, которой признается сумма прибыли от реализации товаров, имущественных прав и внереализационных доходов, уменьшенных на сумму внереализационных расходов.

С 1 января 2015 года вступило в силу Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29 октября 2014 г. № 69, которое утверждает Национальный стандарт бухгалтерского учёта и отчётности «Влияние изменений курсов иностранных валют». В соответствии с ним суммы курсовых разниц, возникающих в коммерческих организациях при пересчете в белорусские рубли выраженной в иностранной валюте стоимости дебиторской задолженности собственника имущества (учредителей, участников) по вкладам в уставный фонд этих организаций, отражаются по дебету (кредиту) счета 75 «Расчеты с учредителями» и кредиту (дебету) счета 83 «Добавочный капитал», а также суммы курсовых разниц, возникающих в организациях (в том числе при возврате авансов и погашении кредиторской задолженности в форме аккредитива), кроме случаев, указанных в п. 5, 6 Национального стандарта бухгалтерского учёта и отчётности, отражаются по дебету (кредиту) счетов учёта денежных средств, расчётов и других счетов и кредиту (дебету) счёта 91 «Прочие доходы и расходы».

Также с 1 января 2015 году утратил силу Декрет Президента Республики Беларусь от 30.06.2000 № 15 «О порядке проведения переоценки имущества и обязательств в иностранной валюте при изменении Национальным банком курсов иностранных валют и отражения в бухгалтерском учёте курсовых разниц», в соответствии с которым переоценка финансовых вложений не производилась. С этой даты вступит в силу норма п. 3 ст. 12 Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 № 57-3 «О бухгалтерском учёте

и отчётности», согласно которой финансовые вложения начнут переоцениваться (за исключением финансовых вложений в уставные фонды других организаций), авансы и задатки переоцениваться не будут. Отражение в учёте авансовых платежей с 1 января 2015 года представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Отражение в бухгалтерском учёте авансовых платежей с 1 января 2015 г.

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит	Сумма	
			евро	бел. руб
1 Поступила оплата от покупателя за продукцию на валютный счёт (Общая сумма контракта составляет 17 600 евро; курс НБ РБ на дату оплаты составил 17 240 руб. за 1 евро)	52	62, 76	17 600	303 424 000
2 Отражена отпускная стоимость отгруженной экспортной продукции (курс НБ РБ используется на дату определения величины обязательства (дата оплаты))	62, 76	90-1	17 600	303 424 000

Таким образом, изменение формы оплаты с последующей на предварительную (например, 100 % предоплата) сможет нейтрализовать влияние курсовых разниц на налогооблагаемую прибыль организации и на величину налога на прибыль.

Для переоценки финансовых вложений с момента выдачи займа по 31 декабря 2014г. Указом Президента Республики Беларусь от 21.07.2014 № 361 «Об отдельных вопросах налогообложения, бухгалтерского учёта, переоценки имущества и взимания арендной платы» предусмотрена следующая норма. Разницы, возникающие у организаций при пересчёте выраженной в иностранной валюте стоимости числящихся в бухгалтерском учёте на 31 декабря 2014 г. финансовых вложений в белорусские рубли по официальному курсу, установленному Национальным банком на 31 декабря 2014 г., относятся на нераспределенную прибыль (непокрытый убыток) в сумме, приходящейся на период с даты принятия к бухгалтерскому учёту финансовых вложений (за исключением финансовых вложений в уставные фонды других организаций) по 31.12.2014 г.

19 декабря 2014 г. был подписан Указ Президента Республики Беларусь № 599 «О списании курсовых разниц». В соответствии с документом организациям предоставлено право списать накопленные на 31 декабря 2014 г. курсовые разницы в составе расходов будущих периодов за счет доходов будущих периодов в пределах сумм накопленных курсовых разниц и добавочного капитала, сформированного за счет переоценки основных средств. В случае если сумм добавочного капитала недостаточно несписанная часть курсовых разниц относится на нераспределенную прибыль (непокрытый убыток). Применение такого способа списания курсовых разниц позволит избежать увеличения их отрицательного влияния на результаты финансовой деятельности организаций. Кроме того, установлено, что аккредитивы в иностранной валюте и кредиторская задолженность, погашение которой осуществляется в форме аккредитива, не переоцениваются. Данный подход соответствует международным стандартам финансовой отчётности.

Таким образом, правильное отражение в учёте возникающих при переоценке курсовых разниц позволит повысить качество отчетности организации.

#### Список используемой литературы

1 Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть): принят Палатой представителей 11 дек. 2009г., одобр. Советом Респ. 18 дек. 2009 г.: с изм. и доп. от 31 декабря 2013 г. № 96-З [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 22.01.2015).

2 Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учёта и отчетности «Влияние изменений курсов иностранных валют» (в редакции Постановления Министерства финансов Республики

Беларусь от 29 октября 2014 г. № 69) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 22.01.2015).

3Об отдельных вопросах налогообложения, бухгалтерского учёта, переоценки имущества и взимания арендной платы (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 21.07.2014 № 361) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 22.01.2015).

4О списании курсовых разниц (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 19.12.2014г. № 599) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 22.01.2015).

**О. А. КАШЕВИЧ, А. М. КРИЦКАЯ**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)

Науч. рук. **А. М. Крицкая**

## **РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ**

Особую роль в жизни современной экономики и в целом общества играют долговые денежные отношения. Любое изменение величины дебиторской задолженности приводит к изменению финансового состояния организации.

Дебиторская задолженность – это сумма долгов, причитающихся предприятию, фирме, компании со стороны других предприятий или физических лиц, в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними. Экономическая сущность дебиторской задолженности представляет собой те средства, которые были временно отвлечены из оборота организации. Можно сказать, что это те деньги, которые у предприятия фактически имеются, но не в прямом смысле в виде денег, а в виде обязательств, имущественных требований к юридическим или физическим лицам, которые являются должниками по отношению к данной организации.

Дебиторскую задолженность можно трактовать в трёх значениях:

- в качестве средства погашения кредиторской задолженности;
- как часть продукции, проданной покупателям, но не оплаченной (то есть дебиторская задолженность образуется в результате несовпадения момента отгрузки и оплаты продукции);
- в качестве одного из элементов оборотных активов, которые финансируются за счёт собственных или заёмных средств.

Согласно статистике 20-25 % всех активов типичного промышленного предприятия составляет дебиторская задолженность, тогда как кредиторская задолженность – 10-15 % пассивов [1, с. 211].

Другими словами, дебиторская задолженность составляет большую часть активов компаний в современной экономике. Таким образом, видим, что управление дебиторской задолженностью – важная часть краткосрочной финансовой политики фирмы. Оно прямо влияет на рентабельность компании.

Эффективное управление дебиторской задолженностью также является важнейшей характеристикой ликвидности фирмы, так как чем меньше средств омертвляется в дебиторской задолженности, чем меньше у неё «плохих» долгов, тем короче цикл денежного обращения, тем быстрее и аккуратнее она сама оплачивает свои обязательства. Кредиторы внимательно будут изучать дебиторскую задолженность компании, решая вопросы её кредитоспособности [2, с. 174].

Политика управления дебиторской задолженностью – часть общей бизнес-политики предприятия, направленная на расширение объёма реализации продукции и заключающаяся в оптимизации общего объёма размера дебиторской задолженности и обеспечении своевременной её инкассации.

В ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» с целью максимизации притока денежных средств следует разрабатывать широкое разнообразие моделей договоров с гибкими условиями оплаты и гибким ценообразованием. Возможны различные варианты: от предоплаты или частичной предоплаты до передачи на реализацию и банковской гарантии. Предоставление скидок стимулирует не только увеличение продаж, но и сокращение сроков отвлечения денежных средств в расчётах с покупателями. Ценовая мотивация сейчас является общепринятой практикой. Эффективная её реализация поставщиком позволяет ему сократить товарные запасы на складах и существенно уменьшить дебиторскую задолженность.

Важным моментом в пользу предоставления скидок покупателям в случае досрочной оплаты является тот факт, что организация в данном случае получает возможность сократить не только объём дебиторской задолженности, но и объём финансирования, иначе говоря, объём необходимого капитала. Дело в том, что помимо собственно потерь от инфляции, возникающих в связи с несвоевременностью расчётов с покупателями, поставщик несёт потери, связанные с обязательностью обслуживания долга, а также с упущенной выгодой возможного использования временно свободных денежных средств. В то же время для покупателя скидка тоже будет привлекательной. Если покупатель будет заранее проинформирован о том, какой выигрыш он получит от досрочной оплаты, вполне вероятно, что результатом его решения будет ускорение расчётов.

Практика предоставления скидок при сокращении сроков оплаты очень широко используется в странах развитыми рыночными отношениями. В частности, распространение получил способ расчётов с покупателями на условиях «1/5, n/10», при котором покупатели имеют право на одну процентную скидку при условии оплаты в течение пяти дней, иначе полная стоимость товара должна быть выплачена в срок, установленный договором.

Для рассматриваемого предложения определим эффективность предоставления скидки двумя способами:

При сроке оплаты 10 дней. Взяв индекс цен равный 1,006 с учётом потерь от инфляции с каждой тысячи рублей договорной цены (6), потери от уплаты процентов за пользование кредитом по ставке 39,9 % годовых (11,08), потери от предоставления скидки в размере 1 % с каждой тысячи рублей договорной цены (10) получим, что результат политики предоставления скидки с цены при сокращении срока оплаты – 24,08.

Сравнивая политику предоставления скидки при сроке оплаты 20 дней. Взяв индекс цен равный 1,023 с учётом потерь от инфляции с каждой тысячи рублей договорной цены (22), потери от уплаты процентов за пользование кредитом по ставке 39,9 % годовых (22,17), потери от предоставления скидки в размере 1% с каждой тысячи рублей договорной цены (-) получим, что результат политики предоставления скидки с цены при сокращении срока оплаты равен 44,17.

Для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности целесообразно предусмотреть возможность предоставления скидки покупателям при условии предоплаты. Предоставление 1 % скидки с договорной цены при условии оплаты в течение десяти дней позволяет организации сократить потери от инфляции, а также расходы, связанные с привлечением финансовых ресурсов в размере 20,09 руб. с каждой тысячи рублей договорной цены. Экономический эффект от внедрения предлагаемого мероприятия составит 23 666,92 млн. руб., что является эффективным для ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».

#### Список используемой литературы

- 1 Шеремет, А.Д. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: учеб. / А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова. – М.: Инфра-М, 2009. – 479 с.  
2 Павлова, Л.Н. Финансы предприятий: учеб. / Л. Н. Павлова. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 639 с.

**П. Н. КОТОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА**

Эффективность реализации товаров в организации торговли во многом зависит от товарного ассортимента.

При анализе ассортимента, конечно, не стоит забывать об абсолютных объемах продаж каждой из ассортиментных групп (или ассортиментных позиций). Известно классическое распределение «20 / 80», когда 20 % ассортиментных групп дают 80 % в общем объеме продаж (правило Парето). Наиболее важным группам должно быть уделено большее внимание. Однако это не означает, что ассортиментные группы (позиции) с небольшим объемом продаж немедленно должны быть закрыты. Решение о закрытии обязательно должно приниматься взвешенно, с учетом остальных факторов и показателей, а также возможных перспектив развития.

Для принятия решения об оптимизации ассортимента и структуры товарных запасов наиболее прогрессивные руководители используют сочетание ABC-анализа и XYZ – анализа,

XYZ-анализ – метод, позволяющий анализировать и прогнозировать стабильность тех или иных бизнес-процессов (например, стабильность продаж отдельных видов товаров, предсказуемость рыночного поведения различных групп покупателей и т.п.).

Результатом XYZ-анализа является группировка ресурсов по трем категориям:

– категория X – группы товаров, характеризуются стабильной величиной потребления и высокими возможностями прогнозирования.

– категория Y – группы товаров, характеризуются известными сезонными колебаниями и средними возможностями их прогнозирования.

– категория Z – группы товаров с нерегулярным потреблением, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая.

В группу X попадают товары с колебанием продаж в течение года от 5 до 15%, в группу Y – от 15 до 50 %, в группу Z попадают товары с непредсказуемыми колебаниями продаж и, как следствие, не поддающиеся прогнозу.

В сочетании с ABC – анализом XYZ- анализ позволяет выявлять безусловных лидеров (группы AX) и аутсайдеров (CZ).

Наибольшее внимание необходимо уделить наполнению групп AX, AY, так как их формируют товары, обеспечивающие максимальный объем продаж и пользующиеся стабильным спросом. Часто необходимо уменьшить долю товаров группы Z и тем самым освободить оборотные средства, которые можно направить на наполнение более важных групп.

Ещё одним методом оценки товарного ассортимента является маржинальная рентабельность, которая определяется как отношение маржинальной прибыли к уровню прямых затрат. Для торговой компании маржинальная рентабельность аналогична показателю торговой надбавки.

Помимо показателя прибыльности очень важным критерием является показатель скорости оборачиваемости. Для торговой компании нормальным уровнем оборачиваемости можно считать оборачиваемость 1-2 месяца. Естественно, скорость оборачиваемости зависит от специфики бизнеса. Для некоторых компаний оборачиваемость может составлять 1-2 недели, для других – 3-5 месяцев. Важно отметить, что высокая оборачиваемость хороша только в том случае, если складской запас в анализируемом

периоде был достаточным. Ведь повышать оборачиваемость можно не только за счет увеличения продаж (что хорошо), но и искусственно (что плохо) за счет неоправданного сокращения складских запасов. Поэтому, анализируя значение оборачиваемости, нужно проверить, не был ли складской запас (при высокой оборачиваемости) слишком низким. Если коэффициент оборачиваемости товара для какой-либо ассортиментной группы превышает допустимое значение (товар продается дольше, чем запланировано), то возникает вопрос: действительно ли плохо продается товар или слишком большие остатки товара на складе?

На этот вопрос помогает ответить анализ уходимости товара с квадратного метра торговой площади или погонного метра полки (уходимость = продажи за месяц / занимаемое место (м<sup>2</sup>)).

Также важным показателем является коэффициент «прибыль на собственный оборотный капитал» (рентабельность капитала). Собственный оборотный капитал (СОК) складывается из средств, вложенных в товарную группу (запасы сырья, незавершенное производство, готовая продукция, дебиторская задолженность, (минус) кредиторская задолженность).

Показатель применяется в случае, когда существуют ограничения в денежных средствах. Если исходить только из ограничения по финансовым ресурсам, то с помощью данного показателя можно сделать следующие выводы:

Лучше всего работать на «чужих» деньгах (предоплата от клиентов, товарный кредит от поставщиков). Тогда СОК отрицательный, дефицита денег нет, сам показатель прибыль на СОК не рассчитывается (не имеет смысла). Если возможности работы на «чужих» деньгах нет, то необходимо работать с ассортиментом, отдача от вложенных средств в который максимальна.

Для того чтобы получить целостное представление об ассортиментной группе, набор выбранных количественных критериев для оценки ассортимента необходимо дополнять качественными характеристиками.

Поэтому процесс оптимизации структуры ассортимента все же следует начинать с определения целей компании, и уже на основании этих целей производить выбор наиболее значимых для компании в данный момент критериев оценки, которые дадут целостное представление о работе с ассортиментом.

Экономически обоснованная и установленная для магазинов номенклатура товаров оказывает, в конечном итоге, положительное влияние на экономические показатели торгово-хозяйственной деятельности предприятий. Широта ассортимента товаров, заложенная в номенклатуру, создает нормальные условия для организации товароснабжения и выполнения расчетных показателей товарооборота, способствует тем самым повышению средней стоимости покупки, росту объема товарооборота с 1 кв. м. площади торгового зала.

Заложенные в номенклатуру правильные соотношения между товарами высокой и медленной оборачиваемости приводят к поддержанию оптимального уровня средних товарных запасов. Кроме того, при расчетах для магазинов уровня издержек обращения, в процессе формирования ассортимента, возможно достичь и запланированного уровня рентабельности путем правильного сочетания в ассортименте товаров с высокими и низкими торговыми скидками.

Планирование ассортимента товаров в магазинах с учетом перечисленных выше основных факторов и методов позволяет обеспечить удовлетворение покупательского спроса, повышение экономической эффективности предприятия и уровня торгового обслуживания населения.

**О. А. МЕЛЬНИКОВА**

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **И. А. Кейзер**

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СЕБЕСТОИМОСТИ ПЕРЕВОЗОК**

В современных условиях функционирования организаций железнодорожного транспорта возрастает значение показателя себестоимости перевозок, выступающей в качестве основного показателя эффективности производства. Чем эффективнее используются в производственном процессе экономические ресурсы, рабочая сила, научные открытия, тем ниже себестоимость и выше прибыль, а значит, большая конкурентоспособность. Сложность производственного процесса на железнодорожном транспорте, разнообразие условий перевозок и факторов, влияющих на расходы, обуславливают необходимость применения при анализе системного подхода, позволяющего комплексно изучать взаимосвязи всех факторов, определяющих эксплуатационные расходы и себестоимость перевозок.

Для целей анализа факторы, влияющие на себестоимость, можно подразделить на внешние, которые железная дорога и ее структурные подразделения изменить или устранить не могут (например, географические и климатические условия, экономическая и политическая ситуация в стране и т. д.) и внутренние, которые подвергаются тщательному изучению и исследованию для последующей оценки количественной зависимости себестоимости от конкретного показателя.

Внутренние факторы, в свою очередь, включают факторы, оказывающие влияние на отдельные элементы затрат (затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды, материальные затраты, амортизация) и факторы, оказывающие влияние на все элементы затрат.

Определяющими факторами, которые влияют на себестоимость через отдельные элементы затрат, являются:

1) по элементу «Затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды» – уровень производительности труда. При этом степень снижения себестоимости перевозок ( $\Delta e$ , %) под влиянием роста производительности труда зависит от величины этого роста ( $n$ , %), доли расходов на оплату труда вместе с отчислениями на социальные нужды в общей сумме эксплуатационных расходов ( $a$ , %), изменения уровня среднемесячной заработной платы, зависящей от роста производительности труда ( $k$ , %) и определяется по формуле (1) [1]:

$$\Delta e = \Delta a' = \frac{a(n-k)}{100+n}. \quad (1)$$

Так, например, если доля затрат на оплату труда в общей сумме эксплуатационных расходов составляет 30%, предполагаемый рост производительности труда – 20 %, рост средней заработной платы – 12 %, снижение себестоимости перевозок составит только 2 %. При увеличении удельного веса затрат на оплату труда до 50 % снижение себестоимости составит лишь 4 %;

2) по элементу «Материальные затраты» – изменение нормативов материальных затрат на единицу перевозок. Степень снижения себестоимости перевозок в связи с изменением уровня материальных затрат ( $\Delta e$ , %) зависит от степени изменения нормативов материальных затрат на единицу перевозок ( $n$ , %) и доли материальных затрат в общей сумме эксплуатационных расходов ( $b$ , %) и определяется по формуле (2) [1]:

$$\Delta e = \Delta b' = b - \frac{b(100-n)}{100} = \frac{bn}{100}. \quad (2)$$

В случае, если доля затрат материальных затрат составляет 12 %, предполагаемое снижение норматива материальных затрат – 5 %, снижение себестоимости продукции составит 0,6 %. При увеличении удельного веса материальных затрат до 30 % снижение себестоимости продукции составит только 1,5 %.

3) по элементу «Амортизация» – уровень фондоотдачи. Степень снижения себестоимости перевозок ( $\Delta e$ , %) в связи с изменением уровня фондоотдачи зависит от доли амортизационных отчислений в общей сумме эксплуатационных расходов ( $d$ , %) и степени изменения фондоотдачи ( $T_{пр}$ ) определяется формулой (3) [1]:

$$\Delta e = \frac{dT_{пр}}{100 + T_{пр}}. \quad (3)$$

Если доля амортизационных отчислений в общей сумме эксплуатационных расходов составляет 18 %, предполагаемый рост фондоотдачи – 10 %, снижение себестоимости продукции составит 1,6 %. При увеличении удельного веса амортизационных отчислений до 40 % снижение себестоимости продукции составит 3,6 %.

Исходя из представленных выше расчётов легко заметить, что величина снижения себестоимости зависит от доли занимаемого элемента затрат в общей сумме эксплуатационных расходов и является не столь значительной, как рост самих факторов.

Таким образом, для достижения наибольшего экономического эффекта, при анализе, в первую очередь, необходимо изучать факторы, влияющие на общую сумму затрат. Такими факторами являются объём перевозок, техническая оснащённость железной дороги, качественные показатели использования подвижного состава.

Методика определения влияния объёма перевозок на себестоимость основана на изучении зависимости общей суммы затрат от объёма работы и предполагает выделение зависящих и не зависящих расходов. Такое выделение целесообразно произвести на основе изучения статей Номенклатуры расходов Белорусской железной дороги, которые содержатся в Отчёте по основным показателям производственно-финансовой деятельности организаций Белорусской железной дороги (по видам деятельности) (69-жел) формальным способом.

На эксплуатационные расходы и себестоимость влияют факторы, характеризующие степень технического оснащения и технологии работ, внедрения новой техники, механизации и автоматизации, мощность верхнего строения пути и сложность его профиля, типы подвижного состава и т. д. Данные факторы оказывают своё влияние через размеры качественных показателей работы подвижного состава, таких как: статическая нагрузка на вагон; масса поезда брутто; процент порожнего пробега вагонов; производительность локомотива и вагона.

Степень изменения себестоимости перевозок от качества использования подвижного состава определяется путём соотношения удельного веса зависящих и независящих от конкретного показателя расходов методом корреляционно-регрессионного анализа.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что снижать расходы по отдельным элементам затрат не выгодно, т. к. себестоимость перевозок является комплексным экономическим показателем. Поэтому целесообразнее для снижения себестоимости оказывать воздействие на все группы факторов, влияющие как на общую сумму затрат, так и на отдельные элементы.

#### Список используемой литературы

1 Анализ хозяйственной деятельности на железнодорожном транспорте : учеб. пособие / В. Г. Гизатуллина [и др.] : под общ. ред. В. Г. Гизатуллиной, Д. А. Панкова; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель : БелГУТ, 2008. – 368 с.

**Д. П. КОРЖЕНЕВИЧ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Н. М. Коробова**

## **ПРОВЕРКА РАСЧЁТОВ С ПОДОТЧЁТНЫМИ ЛИЦАМИ**

При проверке законности выдачи сумм в подотчёт в первую очередь определяется наличие списка работников которым могут выдаваться в подотчёт наличные деньги. Данный список утверждается приказом или распоряжением руководителя организации. В список включаются только постоянно работающие в организации лица либо выполняющие разовые работы для организации на основании договоров подряда.

На командировочные расходы деньги выдаются в подотчёт в пределах сумм, причитающихся командированным лицам на оплату проезда в оба конца, суточных и квартирных расходов на срок командировки.

При проверке действующего порядка выдачи подотчётных сумм устанавливается, не выдавались ли деньги под отчёт лицам, которые имели задолженность по ранее полученным суммам. Законность и целесообразность расходов по подотчётным суммам на хозяйственные и операционные нужды проверяются путём сопоставления данных авансовых отчётов и приложенных к ним документов на оплату наличными деньгами погрузочно-разгрузочных работ и других услуг, а также на оплату приобретённых материальных ценностей на склад [1].

Важным этапом проверки является установление своевременности возврата неиспользованных подотчётных сумм. Неизрасходованные своевременно не возвращённые подотчётные суммы должны быть удержаны по расчётно-платёжной ведомости в бесспорном порядке не позднее месяца со дня окончания срока их возвращения.

В процессе контроля необходимо проверить законность и целесообразность возмещения командировочных расходов. Особое внимание уделяется проверке представленных командированными лицами авансовых отчётов. Устанавливается наличие отметок в командировочных удостоверениях о датах прибытия и выбытия из пунктов назначения, нет ли подчисток, помарок в командировочном удостоверении, все ли реквизиты заполнены. Фактическое время пребывания в командировке определяют по отметке в командировочном удостоверении о выбытии и прибытии. При этом достоверность отметок командировочного удостоверения обязательно сверяется с датами компостера проездных билетов. В необходимых случаях производится сверка данных командировочного удостоверения с путевыми листами водителей и табелями учёта рабочего времени других категорий работников.

Соблюдение срока нахождения в командировке определяется путём сопоставления времени, указанного в приказе, со временем фактического пребывания, исчисленным по отметкам в командировочном удостоверении. Отдельно проверяется правильность оплаты суточных расходов, расходов по найму жилья и на проезд.

Работнику за каждый день пребывания в командировке выплачиваются суточные, квартирные и проездные расходы. Командированному работнику возмещаются расходы по найму жилого помещения (кроме случаев, когда ему предоставляется бесплатное помещение) в размере, указанном в предоставленных счетах (квитанциях). При не предоставлении подтверждающих документов для оплаты суточные оплачиваются в размере 20 000 руб. в сутки. При не предоставлении проездных документов командированным лицом, проезд оплачивается в соответствии с Инструкцией 120 руб. за 1 км.

Проезд работника к месту командировки и обратно оплачивается на основании проездных документов в размере стоимости проезда на воздушном, железнодорожном и автомобильном транспорте общего пользования (кроме такси), включая платежи по государственному обязательному страхованию пассажиров на транспорте.

Расходы за использование постельными принадлежностями в поездах возмещаются командированным работникам при проезде к месту командировки и обратно в плацкартном, купейном или мягких вагонах. В таком же порядке и в указанных размерах возмещаются расходы работникам, направленным для выполнения монтажных, наладочных, строительных работ, а также для повышения квалификации в течение всего срока обучения [1].

В соответствии с действующим законодательством работник должен отчитаться в течение трёх дней по возвращению из командировки. Для указанных целей предназначен авансовый отчёт, составляемый работником и руководителем предприятия. К отчёту прилагается командировочное удостоверение с отметками о времени выезда в командировку, прибытия в пункт назначения, выезда из него и прибытия к месту работы, документы о найме жилого помещения и фактических расходах. Руководитель организации или его заместитель обязан не позднее пяти дней принять решение по отчёту командированного.

Все случаи переплат или недоплат фиксируются в акте проверки. При контроле расчётов с подотчётными лицами необходимо проверить правильность бухгалтерских записей по отражению полученных в подотчёт сумм и их списанию. Необходимо проверить, нет ли случаев списания полученной под отчёт суммы или числящейся за подотчётным лицом задолженности без документальных обоснований на счета по учёту издержек производства.

Таким образом, все нарушения среди операций с подотчётными лицами делятся по 2-м группам.

К 1-й группе относятся нарушения, произведённые по вине администрации:

- отсутствие утверждённого списка строго ограниченного круга лиц, которым могут выдаваться подотчётные суммы на операционные и хозяйственные расходы;
- выдача денег под отчёт на операционные и хозяйственные нужды работникам, не предусмотренным в списке;
- выдача подотчётных сумм лицам, не имеющим трудовых отношений с контролируемым предприятием;
- скрытое кредитование работников путём выдачи им авансов ранее наступления потребности в деньгах или вообще без всякой потребности;
- выдача подотчётных сумм лицу, имеющему задолженность по ранее полученному авансу;
- несвоевременное принятие мер к принудительному взысканию задолженности подотчётного лица, не отчитавшегося о своих расходах и не вернувшего остаток средств в кассу, путём удержания его долга из оплаты труда.

Ко 2-й группе нарушений относятся нарушения, произведенные по вине подотчётного лица:

- несвоевременное предоставление авансового отчёта и возвращение остатка денег в кассу;
- передача денег другому подотчётному лицу;
- неправильное оформление документов, подтверждающих использование аванса работником;
- предоставление оправдательных документов, искажающих размеры или направления действительного расходования средств.

#### **Список используемой литературы**

1 Проверка расчётов с подотчётными лицами: Ревизии и проверки финансово-хозяйственной деятельности государственных (муниципальных) учреждений [Электронный ресурс] – 2015. – URL: [http:// edu36-vrn.ru](http://edu36-vrn.ru) (дата обращения: 26.01.2015).

**А. О. КОШЕЛЬ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Э. В. Абрамович**

## **КОНТРОЛЬ РАСЧЁТОВ ПО ПЕНСИОННОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ В КСУП «СОВХОЗ «КОРМЯНСКИЙ» КОРМЯНСКОГО РАЙОНА ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

Пенсионное обеспечение – форма материального обеспечения граждан со стороны государства или иных субъектов в установленных законом случаях. Основанием для пенсионного обеспечения являются: достижение соответствующего пенсионного возраста, наступление инвалидности, а для нетрудоспособных членов семьи потеря кормильца, для пенсионного обеспечения отдельных категорий трудящихся – длительное выполнение определенной профессиональной деятельности [1].

В КСУП «Совхоз «Кормянский» есть категории трудящихся с особыми условиями труда, к которым относятся: мужчины, работающие трактористами-машинистами сельскохозяйственного производства, непосредственно занятые в производстве сельскохозяйственной продукции; женщины, работающие операторами животноводческих комплексов и механизированных ферм, выполняющие определенные виды работ, а также работающие операторами машинного доения, для которых, согласно Перечня рабочих мест с особыми условиями труда, страховой тариф установлен в размере 2,3 %.

Объектом для начисления взносов на профессиональное пенсионное страхование являются: выплаты всех видов в денежном и (или) натуральном выражении, начисленные работнику в связи с его занятостью на рабочем месте, включенном в перечень рабочих мест с особыми условиями труда, кроме выплат, предусмотренных утверждаемым Советом Министров Республики Беларусь перечнем видов выплат, на которые не начисляются обязательные страховые взносы в Фонд социальной защиты населения [2]. Уплата взносов на профессиональное пенсионное страхование за работников, достигших общеустановленного пенсионного возраста, не производится. Поэтому в ходе проверки устанавливается правильность начисления страховых взносов на профессиональное пенсионное страхование, правильность применения страховых тарифов (Указ Президента Республики Беларусь от 10.01.2009 № 23 «О тарифах взносов на профессиональное пенсионное страхование» [3]). Для этого, проверяются лицевые счета, расчетно – платежные ведомости, определяется общая сумма выплат в денежном и натуральном выражении, начисленная в пользу работников, которая должна быть равна сумме отраженной в «Отчете о платежах на профессиональное пенсионное страхование в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь» (форма 4-платежи).

Далее проверяют своевременность перечисления взносов на профессиональное страхование, путем сопоставления даты выдачи заработной платы и даты перечисления взносов на пенсионное профессиональное страхование. Положение об уплате обязательных страховых взносов, взносов на профессиональное пенсионное страхование и иных платежей в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, утвержденное Указом Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 № 40 [4] устанавливает, что плательщики, предоставляющие работу по трудовым договорам, уплачивают обязательные страховые взносы, взносы на профессиональное пенсионное страхование и иные платежи в Фонд социальной защиты населения не позднее установленного дня выплаты заработной платы за истекший месяц. При совпадении определенных Положением сроков уплаты обязательных страховых взносов, взносов на профессиональное пенсионное страхование с выходными днями, государственными праздниками и праздничными днями, установленными и объявленными Президентом

Республики Беларусь нерабочими, уплата данных взносов производится в рабочий день, предшествующий этим выходным (нерабочим) дням. Сумма обязательных страховых взносов, исчисленная с выплат, начисленных в пользу работника, и подлежащая уплате за истекший месяц, должна быть не менее суммы этих взносов, исчисленной из размера минимальной заработной платы, установленной законодательством и проиндексированной в месяце, за который начислены взносы. По истечении установленных сроков уплаты взносов на профессиональное пенсионное страхование невнесенная сумма считается недоимкой и взыскивается с начислением пени.

Контроль за полным поступлением сумм взносов на пенсионное профессиональное страхование осуществляют местные органы Фонда, которым КСУП «Совхоз «Кормянский» ежеквартально (до 20-го числа месяца, следующего за отчетным кварталом) представляет в двух экземплярах «Отчёт о платежах на профессиональное пенсионное страхование в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты республики Беларусь» формы 4-платежи.

Кроме того, сведения о начисленных выплатах, начисленных и уплаченных взносах на профессиональное пенсионное страхование и периодах работы в особых условиях труда проверяют по каждому застрахованному лицу в форме ПУ-6 «Индивидуальные сведения на профессиональное пенсионное страхование». Сведения в форме ПУ-6 заполняются нарастающим итогом с начала отчетного года с учетом изменений в ранее представленные сведения отчетного квартала. Измененные сведения отражаются в месяцах, в которых были допущены ошибки, неизменные сведения повторяются в таком же виде, как они были заполнены в ранее представленной форме ПУ-6. Суммы начисленных выплат, начисленных и уплаченных взносов на ППС, указанные по всем формам ПУ-6, сопоставляют с отчётом 4-платежи, т.к. они должны соответствовать суммам, отраженным в отчёте 4-платежи. В том случае, если суммы, указанные по всем типам формы ПУ-6, меньше сумм, отраженных в отчете 4-платежи, представляется пояснительная записка [5].

За представление должностным лицом юридического лица или индивидуальным предпринимателем в банк справок об исполнении обязательств по перечислению сумм страховых взносов с указанием в них недостоверной информации влечет наложение штрафа в размере до 10 базовых величин. С 1 января 2015 года в Республике Беларусь базовая величина установлена в размере 180 000 руб. Неуплата или неполная уплата плательщиком обязательных страховых взносов и иных платежей, предусмотренных законодательными актами, в Фонд влекут наложение штрафа в размере 20 % начисленной (доначисленной) суммы указанных платежей.

#### Список используемой литературы

1 Клипперт, Е. Н. Организация учёта и аудита: учеб. пособие/ Е.Н. Клипперт, А.С. Чечёткин.- Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 350 с.

2О некоторых вопросах пенсионного обеспечения и социального страхования: Указ Президента Респ. Беларусь от 03.09.2013г. № 389 [Электронный ресурс] // Аналитическая правовая система «Бизнес-инфо». – 2014. – URL: [www.business-info.by](http://www.business-info.by) (дата обращения 18.06.2014).

3О тарифах взносов на профессиональное пенсионное страхование: Указ Президента Респ. Беларусь от 10.01.2009г. № 23 [Электронный ресурс] // Аналитическая правовая система «Бизнес-инфо». – 2014. – URL: [www.business-info.by](http://www.business-info.by) (дата обращения 18.06.2014).

4Положение об уплате обязательных страховых взносов и иных платежей в Фонд: утв. Указом Президента Респ. Беларусь от 05.06.2000 г. №318 [Электронный ресурс] // Аналитическая правовая система «Бизнес-инфо». – 2014. – URL: [www.business-info.by](http://www.business-info.by) (дата обращения 18.06.2014).

5Ушкурова, С. Форму ПУ-6 «Индивидуальные сведения на профессиональное пенсионное страхование» организации представляют ежеквартально/ С. Ушкурова// Главный бухгалтер. – 2013. – №24. – С.32-33.

**Ю. Н. КРАСНОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. И. Харламова**

## **ПУТИ УСИЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ**

Внутренний контроль – это важнейшая часть современной системы управления, позволяющая достичь целей, поставленных собственниками, с минимальными затратами. Эффективность функционирования хозяйствующих субъектов во многом зависит от грамотно организованного контроля, так как он не только призван выявить недостатки и нарушения, но и предупреждать их, а также способствовать их своевременному устранению. Основная задача системы внутреннего контроля состоит в обеспечении наблюдения и проверки функционирования любого объекта внутреннего контроля на предмет соответствия их деятельности законам, стандартам, планам, нормам, правилам, приказам, принимаемым управленческим решениям. Устанавливая отклонения от требований этих документов и выявляя причины их возникновения, система внутреннего контроля способствует своевременной разработке собственниками и исполнительными органами управления предприятием мероприятий по их устранению.

Внутренний аудит необходим главным образом для предотвращения потери ресурсов, оптимизации бухгалтерского учета, а также для осуществления необходимых изменений внутри организации. Особенность внутреннего аудита в том, что он осуществляется в момент совершения и документального оформления хозяйственных операций, что позволяет своевременно обнаруживать недостатки в работе, а также принимать соответствующие меры к их предупреждению.

В организационно–правовом контексте внутренний аудит является индивидуальным для каждого хозяйствующего субъекта с учётом специфики его финансово–хозяйственной деятельности. Существуют различные формы его организации: создание собственной службы внутреннего аудита; аутсорсинг; косорсинг.

Создание собственной службы внутреннего аудита предполагает, что сотрудники организации хорошо знакомы с ее внутренней структурой и отраслевыми особенностями бизнеса. Когда аудиторские задания выполняют штатные сотрудники, то полученные навыки и опыт остаются внутри организации. Кроме того, руководство может использовать внутренний аудит как «площадку» для профессионального роста и карьерного развития будущих управленческих кадров. Вместе с тем, в быстро меняющихся условиях становления правового государства и перехода к рыночной экономике формирование внутреннего аудита не может быть кратковременным процессом с заранее заданными параметрами. Правильная работа службы внутреннего аудита должна направлять работников организации, особенно при условии экономического кризиса, соблюдать действующее законодательство, придерживаться нормативных актов, внутренних планов, правил и процедур, своевременно предупреждать и минимизировать риски, связанные с непредвиденными расходами или потерями репутации организацией. Служба внутреннего аудита помогает уменьшить и расходы организации, которые связаны с проведением внешнего аудита, так как внешний аудитор сможет полагаться на результаты, полученные в процессе проведения внутреннего аудита, что в дальнейшем поможет сократить объем действий, выполняемых внешним аудитором.

Аутсорсинг (от англ. outsourcing – выполнение всех или части функций по управлению организацией сторонними специалистами) заключается в полной передаче функций внутреннего аудита специализированной компании или внешнему консультанту. Переход на аутсорсинг позволяет задействовать внешние ресурсы специализированной бухгалтерской организации и дает возможность организации сократить затраты времени и денег на оплату дополнительной штатной единицы.

Данный вид организации внутреннего аудита на предприятии обладает целым рядом преимуществ по сравнению с созданием службы внутреннего аудита. Прежде всего, заключая договор с аутсорсинговой компанией, организация получает в свое распоряжение не одного конкретного специалиста, а целую команду профессионалов. Они смогут быстро сориентироваться в проведении внутреннего аудита любой организации.

Один из основных плюсов аудиторского аутсорсинга по сравнению с созданием собственной службы внутреннего аудита – отсутствие расходов по следующим статьям: зарплата штату внутренних аудиторов; отчисления в фонд социальной защиты от данной зарплаты; оплата больничных, отпусков, курсов повышения квалификации; аренда дополнительных площадей (в случае необходимости); оснащение рабочего места бухгалтера необходимой офисной техникой; специализированное программное обеспечение и его обновление; дополнительная покупка справочников, журналов, специальной литературы по бухгалтерскому учёту и налогообложению; приобретение канцелярских товаров.

Применение аудиторского аутсорсинга в 2,5 раза выгоднее, чем создание собственной службы внутреннего аудита. Это становится возможным благодаря «эффекту масштаба». Аутсорсер проводит сопровождение и обслуживание нескольких предприятий, что снижает долю его условно-постоянных расходов на каждого клиента. В результате, общая стоимость услуг аутсорсинговой организации уменьшается.

Еще один способ функционирования системы внутреннего контроля – это косорсинг. Косорсинг заключается в том, чтобы создать систему внутреннего аудита в рамках экономического субъекта, но в некоторых случаях привлекать экспертов специализированной компании или внешнего консультанта. Косорсинг является симбиозом двух вышеперечисленных форм аудита бизнес-процессов, так как предполагает, как создание службы внутреннего аудита в организации, так и привлечение сторонних аудиторов. Основным преимуществом косорсинга является гибкость в вопросе привлечения аудиторских ресурсов тогда, когда это необходимо, кроме того он предполагает повышения качества аудита бизнес-процессов. Косорсинг позволяет обеспечить максимально качественное проведение внутреннего аудита, т.к. происходит двойной контроль всех бизнес-процессов.

Потенциальные преимущества использования аутсорсинга и косорсинга заключаются в следующем: возможность использования услуг экспертов в различных областях, доступ к высокопрофессиональным аудиторским кадрам, гибкость в вопросе привлечения аудиторских ресурсов, доступ к передовым технологиям и методикам осуществления контроля внутренних аудиторов.

Но стоит отметить, что основным недостатком косорсинга и аутсорсинга является то, что конфиденциальность внутренней служебной информации фирмы может быть утрачена, оперативность учета снижается, а также их деятельность не всегда легко контролировать.

Наиболее эффективным с точки зрения получения экономических выгод при наименьших затратах выглядит аудиторский аутсорсинг. Он гарантирует, посредством заключения договора с аудиторской компанией, качество и достоверность результатов внутренних аудитов и существенно сокращает затраты организации на оплату труда внутреннего аудита.

Однако для крупных организаций наиболее рациональной формой выглядит именно создание службы внутреннего аудита бизнес-процессов, так как помимо экономического эффекта, собственная служба по проведению аудита эффективности бизнес-процессов максимально предотвращает утечку конфиденциальной информации, в случае которой убытки компании могут существенно возрасти.

**А. С. МУХИНА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Е. Л. Путникова,**

канд. экон. наук, доц.

## **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЧИСЛЕНИЯ И ВЫПЛАТЫ ПОСОБИЯ ПО БЕРЕМЕННОСТИ И РОДАМ**

Для улучшения демографической ситуации в Республики Беларусь в законодательстве на нынешнем этапе произошли значительные изменения. В частности вопросом начисления и выплаты материнских пособий. В данной статье остановимся на тех изменениях, которые коснулись этих пособий.

Пособие по беременности и родам – основной вид пособия в системе пособий гражданам, имеющим детей. Данному вопросу в настоящее время уделяется должное внимание в Республики Беларусь. Рассмотрим порядок начисления и выплаты указанного пособия.

Важно понимать, что пособие является одним из видов страхового обеспечения по обязательному социальному страхованию. Пособие по беременности и родам выплачивается по месту работы, службы или иной деятельности. Женщинам, уволенным в связи с ликвидацией организации, пособие выплачивается органами соцзащиты по месту жительства [2].

Размер пособия по беременности и родам, в первую очередь, зависит от периода, за который это пособие выплачивается. Такой период указывается в листке нетрудоспособности. Таким образом, пособие по беременности и родам выплачивается одновременно за период с 30 недель беременности продолжительностью 126 календарных дней. А в случае осложненных родов, рождения двух и более детей или наступления родов до 30 недель беременности такой период будет составлять 140 календарных дней. Пособие выплачивается за 70 календарных дней до родов и 70 календарных дней после. В случае двух и более детей до родов это 84 дня после 110 дней. Также эта выплата положена тем, кто усыновил ребенка в возрасте до трех месяцев. При этом пособие будет рассчитано за 70 календарных дней с момента усыновления. Если сразу усыновляется несколько детей, то 110 календарных дней [1].

Если отпуск по беременности и родам наступает в момент нахождения сотрудницы в отпуске по уходу за ребенком до 1,5 лет, то она может выбрать какое пособие ей получать. Отпуск, предусмотренный настоящей статьёй, предоставляется по письменному заявлению матери ребенка и может быть использован ею полностью либо по частям.

Единовременное пособие с 1 ноября 2014 по 31 января 2015 в Беларуси составляет: при рождении первого ребенка (10 БПМ): 13 960 200 руб., при рождении второго и последующих детей (14 БПМ): 19 544 300 руб. Бюджет прожиточного минимума в среднем на душу населения (БПМ) с 01.11.2014 по 31.01.2015: 1 396 тыс. руб. Единовременное пособие женщинам, ставшим на учёт в государственных организациях здравоохранения до 12-недельного срока беременности, составляет 1 396 тыс. руб. [1].

Как видно из приведенного цифрового материала выплаты пособий составляют значительные суммы, что обеспечивают заинтересованность родителей в рождении ребёнка и соответственно улучшения демографической ситуации в республике.

### **Список используемой литературы**

1 Порядок назначения и выплаты пособия по беременности и родам [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://ssf.gov.by> (дата обращения: 10.12.2014).

2 Пособия по беременности и родам Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь. – Минск, 2015. –URL: <http://ssf.gov.by> (дата обращения: 18.12.2014).

**Е. В. НОВИКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

## **ОЦЕНКА ТРАНСПАРЕНТНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ БАНКОВ В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПАМИ ЕЁ НАЦИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ**

Низкий уровень прозрачности во многих сферах современного бизнеса наносит серьезный ущерб экономике Беларуси и других стран мира, снижая привлекательность ее инвестиционного климата и конкурентоспособность отдельных хозяйствующих субъектов и отраслей.

В соответствии с принципом полноты по МСФО и его прообразом – принципом открытости по Национальным стандартам финансовой отчетности – идентификация прозрачности (открытости) отчетности и разработка методики ее оценки является важным этапом для перехода Республики Беларусь на новый качественный уровень составления отчетности банков и ее привлекательности для инвесторов.

Для измерения уровня открытости финансовой отчетности организации предлагается выделить четыре категории открытости. Банки, относимые к 1 категории, характеризуется высокой степенью прозрачности; 2 и 3 категория относятся к отчетности со средней степенью прозрачности; 4 категория расценивается как отчетность с низкой степенью прозрачности. Целесообразно составить перечень критериев, для отнесения отчетности банка к той или иной категории. Методика оценки отчетности по уровню открытости представлена в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Методика оценки отчетности банков по уровню прозрачности

	Критерий оценки	Категории оценки			
		1 категория	2 категория	3 категория	4 категория
<b>1Срок представления отчетности после отчетной даты</b>					
1.1	Срок представления отчетности по национальным стандартам	1 месяц	2 месяца	3 месяца	4 месяца и более
1.2	Срок представления отчетности по международным стандартам	1 месяц	2 месяца	3 месяца	4 месяца и более
<b>2Полнота пояснительной записки в контексте раскрытия информации о рисках</b>					
2.1	Наличие информации о рисках	Полное о всех рисках	Частичное о всех рисках	Полное не о всех рисках	Недостаточное или отсутствие информации
2.2	Наличие информации о просроченной задолженности по различным группам активов	Полное о просроченной задолженности	Частичное о просроченной задолженности	Полное не о всей просроченной задолженности	Недостаточное или её отсутствие
2.3	Наличие информации о процентных ставках по кредитным и депозитным операциям	Полное раскрытие	Частичное раскрытие	Раскрытие только по одному виду операций	Недостаточное или её отсутствие
2.4	Наличие информации о расходах на содержание персонала	Полное с подробными примечаниями	Раскрытие без примечаний	Раскрытие только в суммарном выражении	Отсутствие информации
2.5	Наличие информации о полученных и уплаченных штрафах, пенях, неустойках	Полное с указанием причин	Раскрытие без указания причин	Раскрытие только в суммарном выражении	Отсутствие информации
3	Наличие информации об инвестиционной деятельности банка	Полное с указанием направлений инвестиций	Раскрытие без указания перспектив вложений	Раскрытие только в суммарном выражении	Отсутствие информации

На основе данных таблицы 1 показателям присваиваются баллы для каждой категории прозрачности: 1 категория – 4 балла, 2 категория – 3 балла, 3 категория –

2 балла и 4 категория – 1 балл.

На основе балльной оценки категорий определяется следующая система оценки открытости отчётности (таблица 2):

Таблица 2–Балльная оценка категорий открытости отчётности

Категория	Количество баллов
1 категория	27-32
2 категория	22-28
3 категория	16-21
4 категория	8-15

По данным таблицы 2 можно сделать вывод о том, что первая категория открытости отчётности характеризуется оперативным представлением отчётности пользователям, полным и подробным раскрытием финансовой информации в пояснительной записке, а также подробным описанием инвестиционной деятельности банка и перспектив развития.

Вторая категория характеризуется представлением отчётности пользователям в удовлетворительные сроки, частичным или недостаточно подробным раскрытием финансовой информации в пояснительной записке, а также неполным описанием инвестиционной деятельности банка и перспектив развития.

Третья категория характеризуется представлением отчётности пользователям с запозданием, частичным раскрытием финансовой информации в пояснительной записке и информации об инвестиционной деятельности только в суммарном выражении.

Четвертая категория характеризуется представлением отчётности пользователям в неудовлетворительные сроки, отсутствием или недостаточным раскрытием финансовой информации в пояснительной записке, а также отсутствием информации об инвестиционной деятельности банка и перспектив развития.

В целях идентификации открытость отчётности организации следует воспринимать как нематериальный актив. В финансовой отчётности самосозданная информационная прозрачность не может признаваться в качестве нематериального актива в связи с тем, что она не обладает идентифицируемостью. Соответственно в финансовом учёте и отчётности затраты на достижение транспарентности следует признавать расходами отчётного периода. Однако в управленческом учёте подобные затраты могут трактоваться как актив (ресурс), от которого организация ожидает поступления экономических выгод, и отражаться по фактической себестоимости с капитализацией затрат на повышение уровня прозрачности и отнесением на расходы затрат, связанных с её поддержанием. В конечном счёте любой субъект экономики получает выгоды от открытости других субъектов, и его собственные затраты следует рассматривать как «плату за открытость» остальных участников экономического процесса, и формирования прозрачного информационного пространства [2].

Таким образом, транспарентность влияет на деловую репутацию (гудвилл), является одной из ее составляющих, и поэтому в финансовой отчетности может признаваться только при объединении бизнеса в составе деловой репутации.

#### Список используемой литературы

1 Игумнов, В. М. Методика формирования транспарентной финансовой отчётности: дис. на соискание учёна. степ. канд. экон. наук по спец. 08.01.12 «Бухгалтерский учет, статистика» / В. М. Игумнов. – М.: МАМИ, 2013. – 51 с.

2 Рожкова, О. В. Формирование и оценка транспарентности предприятий / О. В. Рожкова, В. М. Игумнов, А. С. Счастликов // Известия МГТУ «МАМИ». – 2011. – №1(11). – С. 262-266.

**В. В. ПОЗНЯК**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. Я. Рыбакова**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ**

Институт банкротства является неотъемлемой частью рыночного хозяйства, и представляет собой неизбежный и объективно обусловленный результат функционирования рыночных отношений. Он служит мощным стимулом эффективной работы предпринимательских структур, гарантируя одновременно экономические интересы кредиторов, а также государства как общего регулятора рынка.

По данным Национального банка, в настоящее время резко обострилась проблема платежеспособности и финансовой устойчивости организаций. Неплатежеспособными, то есть имеющими одновременно коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент текущей ликвидности ниже норматива, в 2014 году оказались более 43 % предприятий народного хозяйства Республики Беларусь.

Основным нормативно – правовых актом, действующим в области банкротства, является Закон Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» Согласно Закону банкротство – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда о банкротстве с ликвидацией должника-юридического лица, прекращением деятельности должника – индивидуального предпринимателя.

Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. № 140/206 утверждена Инструкция о порядке расчёта коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 дек. 2011 г. №1672 определяются критерии оценки платежеспособности субъектов хозяйствования.

Согласно Постановлению критерием признания субъекта хозяйствования неплатежеспособным является наличие одновременно коэффициента текущей ликвидности и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на конец отчётного периода в зависимости от основного вида экономической деятельности, имеющих значения менее приведенных в нормативных значениях коэффициентов.

Критерием неплатежеспособности, приобретающей устойчивый характер, является неплатежеспособность субъекта хозяйствования в течение четырех кварталов, предшествующих составлению последнего бухгалтерского баланса.

Критерием неплатежеспособности, имеющей устойчивый характер, является неплатежеспособность субъекта хозяйствования в течение четырех кварталов, предшествующих составлению последнего бухгалтерского баланса и наличие на дату составления последнего бухгалтерского баланса значения коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами, превышающего нормативное значение 0,85 для всех отраслей народного хозяйства.

Выводы, полученные на основе анализа финансового состояния и платежеспособности и экспертного заключения, используются в соответствии с законодательством в производстве по делам об экономической несостоятельности (банкротстве) субъектов хозяйствования.

В таблице 1 приведены данные, позволяющие оценить платежеспособность ОАО «Ратон», г. Гомель.

Таблица 1 – Динамика показателей платежеспособности ОАО «Ратон» в 2012 - 2013 гг.

Показатель	Отраслевой норматив	На конец 2012 г.	На конец 2013 г.	Отклонение
Коэффициент текущей ликвидности	$\geq 1,5$	1,32	1,25	-0,07
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\geq 0,3$	0,24	0,2	-0,04
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	$\leq 0,85$	0,19	0,22	0,03

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами были ниже их нормативных значений, что говорит о неплатежеспособности организации в исследуемом периоде. Однако значение коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами соответствует нормативу, поэтому организация не может быть признана потенциальным банкротом.

Однако методика оценки платежеспособности, используемая на практике в Республике Беларусь, недостаточна для достоверного определения вероятности банкротства организаций, т.к. не охватывает полный спектр анализа показателей финансового состояния организаций.

Первая модель прогнозирования банкротства предприятия была опубликована в 1968 году американским профессором Эдвардом Альтманом. Разработка модели строилась на основе множественного дискриминантного анализа (MDA-анализ) благодаря которому высчитывались веса при коэффициентах в модели. Все последующие авторы моделей использовали этот инструментарий и логику вычисления для построения своих моделей.

Однако применение моделей дискриминантного анализа для белорусской экономики затруднено. Это вызвано, прежде всего:

- различием статистической выборки предприятий при формировании модели;
- различием в учете отдельных показателей (в США используется система бухгалтерской отчетности по стандартам GAAP);
- в модели не учитывается влияние инфляции на показатели;
- различием в балансовой и рыночной стоимости активов.

Скорректировать методику исчисления весовых коэффициентов и пороговых значений с учётом белорусских экономических условий не позволяет отсутствие в Республике Беларусь статистических материалов по организациям-банкротам, а определение весовых коэффициентов экспертным путём не обеспечивает их достаточной точности. Тем не менее, экономисты из множества стран, проверяющие на практике модель Альтмана, соглашались с ее универсальностью и надежностью. Адаптировав веса при коэффициентах в модели для своих государств и отраслей, множество экономистов оценивают ее высокую работоспособность и статистическую надежность. Таким образом, для успешного применения модели Альтмана в Республике Беларусь необходима корректировка весов при коэффициентах с учётом специфики рыночной экономики.

Нами было произведена оценка вероятности банкротства ОАО «Ратон» на основании многофакторных моделей Э. Альтмана, У. Бивера, О. П. Зайцевой, Р. С. Сайфуллиной и Г. Г. Кадыкова. По всем моделям вероятность банкротства ОАО «Ратон» была оценена как высокая. Таким образом, использование международного опыта в оценке вероятности банкротства организаций в Республике Беларусь позволит существенно повысить достоверность полученных результатов.

**Н. Ю. РАТНИКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ КРЕДИТОВ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Оценивая тенденции развития кредитного рынка Беларуси, следует отметить, что в силу государственной внутренней политики, а также в связи с тем, что рыночные условия требуют от организаций любых форм собственности активного осуществления инновационной деятельности, перспективным направлением банковского кредитования должны стать кредиты на финансирование инновационных проектов.

С целью повышения качества кредитного портфеля банка необходимо совершенствовать методику оценки доходности отдельных видов кредитов и, в том числе, кредитов на инновационную деятельность. К сожалению, современные методики анализа качества кредитного портфеля не содержат оценочные показатели доходности кредитов на инновации [1, с. 36]. Оценку качества кредитов банка на инновационную деятельность с позиции доходности предлагается осуществлять по методике (таблица 1).

Таблица 1 – Качество кредитов на инновационную деятельность банка с позиции доходности за 2013 г.

Показатель	01.01.13	01.01.14	Отклонение
Кредиты на инновационную деятельность, млн. руб.	319 674,4	106 875,6	-212 798,8
Процентный доход, млн. руб.	126 591,1	39 009,6	-87 581,5
Проблемные кредиты, млн. руб.	15 983,6	6 412,5	-9 571,1
Кредиты на инновационную деятельность, приносящие доход (1-3), млн. руб.	303 690,8	100 463,1	-203 227,7
Доля кредитов на инновационную деятельность, приносящих доход (4/1), %	95,1	94,0	-0,9
Доля проблемных кредитов на инновационную деятельность (3/1), %	4,9	6,0	1,1
Соотношение кредитов, приносящих доход, и проблемных кредитов (4/3)	19,0	15,7	-3,3
Соотношение проблемных кредитов и кредитов, приносящих доход (3/4)	0,05	0,06	0,01
Доля процентного дохода в общей сумме кредитов на инновационную деятельность (2/1), %	39,6	36,5	-3,1

По данным таблицы 1 видно, что за год общая сумма кредитов на инновационную деятельность сократилась на 212 798,8 млн. руб. На 9 571,1 млн. руб. снизилась сумма проблемных кредитов, однако их доля в общей сумме кредитов возросла на 1,1 п.п. Из-за снижения объёмов кредитования на 87 581,5 млн. руб. сократилась сумма процентного дохода. Из показателя соотношения кредитов, приносящих доход, и проблемных кредитов видно, что темп роста кредитов, приносящих доход, опережает темп роста проблемных кредитов. Однако за год этот коэффициент снизился на 3,3, что говорит о снижении доходности по кредитам.

Для снижения рисков при кредитовании инновационных проектов организаций, необходимо разработать систему показателей, которые позволят наиболее точно рассчитать финансовый эффект от данного вида кредитования. К ним относят:

1) Внутреннюю норму доходности инноваций (ВНД). Это ставка дисконта, при которой величина приведенных доходов равна приведенным капиталовложениям в инновационный проект. С экономической точки зрения, это максимальная ставка платы за привлечение средств, при которой проект остается безубыточным.

При кредитном финансировании проекта – это максимальная процентная ставка, по которой банки могут выдавать кредит. ВНД показывает максимальный уровень за-

трат по данному проекту, т.е. если цена капитала, привлекаемого для финансирования проекта, больше ВНД, то проект может быть выполнен только в убыток и его надо отвергнуть [2, с. 28].

2) Индекс доходности инвестиций от внедрения в инновационный проект, который позволяет определить, в какой мере возрастают средства инвестора в расчете на 1 рубль инвестиций и рассчитывается по формуле (1):

$$\text{ИД} = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{\text{ЧДП}_i}{(1+d)^i}}{\text{Ип}}, \quad (1)$$

где ЧДП<sub>i</sub> – чистый денежный поток для периода i;

Ип – первоначальные инвестиции;

d – ставка дисконтирования (стоимость привлечённого капитала).

Показатель ИД может быть использован не только для сравнительной оценки, но и в качестве критериального при принятии решения о возможностях реализации инновационного проекта.

Если значение индекса доходности меньше единицы или равно ей, инновационный проект должен быть отвергнут в связи с тем, что он не принесёт дополнительный доход на инвестированные средства [2, с. 29].

3) Срок окупаемости инновационного проекта (период возврата инвестированных ресурсов) – период времени, за который начальные отрицательные значения накопленных средств полностью компенсируются положительными значениями. Срок окупаемости инновационного проекта рассчитывается по формуле (2):

$$\text{СО} = n, \text{ при } \sum_{t=1}^n \text{ПДС} > \text{И}_0, \quad (2)$$

где СО – срок окупаемости инноваций;

n – число периодов;

ПДС – приток денежных средств в период t;

И<sub>0</sub> – величина исходных инвестиций в нулевой период.

Срок окупаемости по инновационному проекту должен быть короче периода пользования заемными средствами, устанавливаемого кредитором [2, с. 30].

Таким образом, применение показателей оценки эффективности инновационных проектов позволит повысить доходность кредитов на инновационную деятельность и, следовательно, стабильность банковской системы в целом.

#### Список используемой литературы

- 1 Платонов, В. Банковское дело: стратегическое руководство. / В. Платонов, М. Хиггинс. – М.: Консалтбанкир, 2011. – 519 с.
- 2 Ратникова, Н. Ю. Оценка эффективности инновационных проектов как важный фактор минимизации банковских рисков / Н. Ю. Ратникова, В. В. Ковальчук // Бухгалтерский учет и анализ. – 2014. – № 11. – С. 24-32.

**А. А. СЕЛИЦКАЯ**

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **А. В. Дашкевич**

## **ВЛИЯНИЕ ВНЕДРЕНИЯ МСФО НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ**

Привлечение иностранных инвестиций в экономику страны приобретает особую актуальность и обусловлено либерализацией внешнеэкономических связей Республики Беларусь и повышением значимости межгосударственного сотрудничества. Принятие инвестором решения о вложении капитала в ту или иную страну обусловлено привлекательностью территории, предоставляемыми государством гарантиями инвесторам, а также условиями для ведения бизнеса [1].

В настоящее время одной из наиболее актуальных проблем для организаций Республики Беларусь является приведение существующей системы бухгалтерского учета и отчетности в соответствие с требованиями рыночной экономики, а именно, международными стандартами финансовой отчетности.

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) – это правила, устанавливающие требования к признанию, оценке и раскрытию финансово-хозяйственных операций для составления финансовых отчетов фирм и компаний во всем мире [3, с. 15]. Их слабое внедрение препятствует привлечению в страну инвестиций. Ведь для инвесторов это свидетельствует об отсутствии прозрачности финансовой отчетности. А нет прозрачности – нет доверия, нет доверия – нет инвестиций, нет инвестиций – нет роста [1].

Международных стандартов финансовой отчетности существует два: ГАПП (GAAP) и МСФО (IAS). На основе МСФО (IAS) производится реформирование бухгалтерского учёта, а стандарты ГАПП (GAAP) используются странами Северной Америки (в первую очередь США).

IAS и GAAP являются совместимыми стандартами, то есть основываются на единых требованиях и подходах к организации бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчетности. Различие же состоит в том, что стандарты **GAAP** являются более детализированными и фактически могут применяться всеми участниками предпринимательской деятельности без дополнительных указаний и разъяснений, а стандарты IAS определяют только общие принципы к формированию бухгалтерской информации и, поэтому нуждаются в разработке нормативных актов более низкого уровня, которые бы регулировали организацию бухгалтерского учёта на конкретных участках (основные средства, материально- производственные запасы, расчеты и т.п.). Последнее обусловлено тем, что систему IAS в мире использует значительно большее количество государств и корпораций, нежели систему GAAP. Особенности национальных экономик и традиционных походов к организации бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчетности в разных странах обуславливают наличие различий в конкретных приемах и методах учётной работы.

Принципиальной основой перехода на международные стандарты, прежде всего, должно быть признание общих принципов подготовки и составления финансовой отчетности. В 1999 г. была предпринята попытка внедрения МСФО, через применение адаптированного варианта IAS 29, в банковской финансовой практике, однако возникли определенные сложности.

Отмена решения произошла по целому ряду причин, некоторые из которых выглядят следующим образом:

– существовало несколько профессиональных организаций бухгалтеров, которые не могли достичь между собой согласия по поводу внедрения МСФО;

- отсутствовала ясная юридическая база для первоначального нормативного акта;
- существовали серьёзные опасения относительно наличия достаточного числа подготовленных специалистов в области МСФО.

Больше всего проблем с внедрением МСФО возникает в странах с переходной экономикой по той причине, что многие МСФО предполагают оценку тех или иных имеющих отношение к финансовой отчётности событий, в то время как бухгалтерские сотрудники, подготовленные в условиях плановой экономики и детальной регламентации, не имеют опыта оценки бухгалтерских событий.

В Беларуси программа перехода на международные стандарты финансовой отчётности утверждена еще в 1998 году постановлением Совмина №694, её внедрением занимается Национальный банк и Министерство финансов.

Сегодня отчётность по МСФО входит в состав годового отчёта банков, обслуживающих международные кредитные линии, а расходы на её составление и аудит уменьшают налогооблагаемую базу [4].

Использование международных стандартов повысит эффективность управления экономикой страны в целом, в первую очередь, со стороны государства. Это связано с тем, что МСФО позволяет получать более достоверную картину финансового состояния организации. Многие субъекты хозяйствования Республики Беларусь ведут параллельно учёт по МСФО, это касается предприятий, работающих на экспорт, ведущих дела с иностранными партнерами, работающих с международными финансово-кредитными организациями, как правило, это обязательное требование.

Внедрение МСФО позволяет получить достоверную оценку эффективности деятельности банка, информацию для расчета всех значимых банковских нормативов и рисков. Наличие такой отчётности улучшает репутацию кредитно-финансовой организации, что обеспечивает более широкие контакты, удешевление кредитов, улучшает инвестиционную привлекательность.

В Беларуси сейчас 14-16 коммерческих банков добровольно составляют отчётность по МСФО. Пока все они прибегают к помощи консультантов.

Применение МСФО улучшает деловую репутацию страны. Высокие темпы внедрения МСФО в ЕС и странах СНГ не позволяют Беларуси игнорировать это важное конкурентное преимущество в привлечении внешних инвестиций. Оно заключается в большей привлекательности страны в целом и отдельных предприятий благодаря эффекту прозрачности финансов, обеспечиваемому этой системой. Поэтому необходимо ускорить адаптацию национального законодательства к требованиям МСФО [4].

Сложности применения МСФО в Республике Беларусь вытекают из отличий мировых стандартов и системы бухгалтерского учёта и отчётности в Беларуси. Основная сложность – отсутствие в МСФО чётких правил отражения конкретных хозяйственных операций, поскольку они регламентируют принципы составления отчётности, в то время как в сложившейся белорусской практике предусмотрено чёткое регулирование всего учётного процесса – от форм первичных учётных документов и типовых бухгалтерских проводок, до форм отчётности [2, с. 48]. Международные стандарты устанавливают общие требования к составлению отчётности, а подход к их реализации бухгалтер определяет самостоятельно, исходя из конкретной экономической ситуации.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для увеличения инвестиционной привлекательности Беларуси необходимо провести ряд реформ направленных на либерализацию экономики и де бюрократизацию ведения бизнеса. Учёт и отчётность являются продуктом развития экономических и политических систем, а потому сближение правил учёта будет результатом более широкого сближения, чем его причиной. Поэтому использование МСФО будет способствовать улучшению делового климата в стране и укреплению уверенности предпринимателей. Благодаря такой системе и государство и инвестор получают огромную выгоду.

## Список используемой литературы

- 1 Информационно-правовое агентство «Регистр» [Электронный ресурс]. 2014. – URL: <http://www.profmedia.by> (дата обращения: 20.12.2014).
- 2 Катибникова, С. И. Инвестиционная политика Республики Беларусь в переходной экономике / С. И. Катибникова. – Минск: Право и экономика, 2009. – 224 с.
- 3 Сергеев, И. В. Инвестиции. Экономика предприятия: учеб. пособие. / И.В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 134 с.
- 4 Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.neg.by> (дата обращения: 20.12.2014).

**А. А. СТЕПАНЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **А. В. Кравченко**

## РАЗВИТИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЁТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях в жизнь каждого человека прочно вошли информационные технологии, которые закрепились во всех сферах деятельности человека, в том числе в сфере банковских услуг. Сейчас невозможно представить общество, которое в своей повседневной жизни не пользовалось бы платежными карточками, электронными деньгами, системами типа «Интернет-банкинг», «SMS-банкинг». В настоящее время в Беларуси большое внимание уделяется развитию системы безналичных расчётов.

Безналичные расчёты – это денежные расчёты, совершаемые путём записей по счетам плательщиков и получателей средств либо путем зачёта взаимных требований, т.е. без использования наличных денег. Под расчётами в безналичной форме в соответствии со ст. 231 Банковского кодекса понимаются расчёты между физическими и юридическими лицами либо с их участием, проводимые через банк или небанковскую кредитно-финансовую организацию, его (её) филиал (отделение) в безналичном порядке.

В Республике Беларусь представлены карточки как международных платёжных систем (могут использоваться за границей), так и внутренней платёжной системы (могут использоваться только в пределах страны). Платёжные системы, в рамках которых банками Республики Беларусь осуществляется эмиссия банковских платёжных карточек, являются международные платёжные системы Visa и MasterCard (57,7 % от общего числа карточек, находящихся в обращении) и внутренняя платёжная система «БелКарт» (42,3 % от общего числа карточек, находящихся в обращении).

Количество банковских платёжных карточек, находящихся в обращении, по состоянию на 1 января 2015 г. составило 12,3 млн. ед., в том числе 5,2 млн. ед. карточек платёжной системы БЕЛКАРТ; 7,1 млн. ед. – международных платёжных систем VISA и MasterCard [1].

24 банка Республики Беларусь эмитируют банковские платёжные карточки внутренних и международных платёжных систем. Список банков-эмитентов: ОАО «Беллагропромбанк», ОАО «БПС-Сбербанк», ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Приорбанк», ОАО «Банк БелВЭБ», ОАО «Паритетбанк», ОАО «БНБ-Банк», ОАО «Белгазпромбанк», ЗАО «РРБ-Банк», ЗАО «МТБанк», ОАО «Технобанк», «Франсабанк» ОАО, ЗАО «Трастбанк», ЗАО Банк ВТБ (Беларусь), ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «Банк Москва – Минск», ЗАО «Дельта Банк», ОАО «Евроторгинвестбанк», ОАО «ХКБанк», ЗАО «БТА Банк», ЗАО «БСБ Банк», ЗАО «Идея Банк», ЗАО «Цептер Банк».

Залогом успешного функционирования системы безналичных расчётов по розничным платежам является создание технической возможности воспользоваться карточкой держателю в любом месте и в любое время при оплате товаров (работ, услуг). Оборудование по приёму карточек подразделяется на две категории самообслуживания

(банкоматы и платежно-справочные терминалы (инфокиоски), в том числе оборудованные устройством cash-in) и терминальное оборудование (электронные платёжные терминалы), эксплуатируемое персоналом организации торговли (сервиса) или иного объекта. В Республике Беларусь установлено 3 670 инфокиосков, 4 362 банкомата, 64 764 организации торговли (сервиса) оснащено 91 784 платёжными терминалами.

Необходимость перехода к безналичным расчётам обусловлена тем, что международные финансовые институты лояльнее относятся к странам с низкой долей наличного денежного оборота (менее 10 % в общей денежной массе). Так как считается, что при большом удельном весе наличных денежных средств в общей денежной массе экономика страны становится более уязвимой. Эффективность развития безналичных расчётов наблюдается не только на уровне страны в целом, но и на уровне органов государственного управления, организаций торговли, а также населения.

Развитие безналичных расчётов способствует:

- усилению контроля за денежными потоками внутри страны;
- развитию финансовой системы страны;
- усилению борьбы с коррупцией;
- снижению доли теневой экономики;
- снижению уровня преступности в стране
- сокращению расходов организациями торговли на инкассацию наличной денежной выручки;
- увеличению товарооборота (доказано, что психологически легче тратить деньги в безналичной форме, чем когда на руках фиксированная сумма в наличном выражении);
- сокращению личного времени на оплату различных видов услуг (жилищно-коммунальные услуги, услуги связи и другие);
- повышению уровня личной безопасности (снижение риска ограбления или кражи, а также риска заболеваний);
- планированию и контролю личных доходов и расходов;
- получению дополнительного дохода (сберегательные карточки, бонусные, накопительные и иные программы).

В настоящее время в Республике Беларусь доля безналичного денежного оборота в розничном товарообороте составляет 12,8 % и в объёме платных услуг населению – 10,8 %. Данные показатели планируется довести к 50 % до 2016 года.

Одним из направлений развития является необходимость взвешенного подхода банков к установке банкоматов и их обслуживанию, а также принятие меры по оснащению всех организаций торговли (сервиса), включая придорожный сервис, рынки и другие объекты, электронными платёжными терминалами, которые будут принимать карточки для оплаты товара или услуг независимо от их принадлежности к той или иной платёжной системе. Вместе с тем рост устанавливаемого в организациях торговли и сервиса терминального оборудования, а также банкоматов и инфокиосков должен продолжаться. Однако расширение перечня возможностей оплаты товаров или услуг (например, внедрение бесконтактных технологий при оплате проезда в транспорте), безотказность работы терминального оборудования и самообслуживания, оптимизация бизнес-процессов и другие являются более приоритетными.

#### **Список используемой литературы**

1 Платёжная система // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 23.01.2015).

**О. А. СТРЕЛЬЧЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

В рыночных условиях основой стабильного положения организации служит её финансовая устойчивость. Чем выше устойчивость организации, тем более она независима от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и тем меньше рискует оказаться на краю банкротства. Поэтому особую актуальность приобретает разработка механизмов анализа, оценки и управления финансовой устойчивостью организации.

Традиционно анализ финансовой устойчивости основывается на расчёте и анализе абсолютных и относительных показателей. Анализ относительных показателей характеризует активы организации, источники их формирования. Анализ абсолютных показателей определяет излишек или недостаток источников средств для формирования запасов [1, с. 34-42; 2, с.76-89].

С целью совершенствования оценки финансовой устойчивости, рассмотрим подход к её анализу и оценке, предложенный Грачёвым А. В. В работе «Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия» автор вводит понятие «индикатор финансовой устойчивости», разрабатывает оригинальную методику оценки финансовой устойчивости организаций, шкалу финансовой устойчивости и нормативные темпы экономического роста. Для анализа в составе имущества выделяется имущество в неденежной форме (Индф) и имущество в денежной форме (Идф), а в составе источников финансирования – собственный капитал (СК) и заёмный капитал (ЗК). Заёмный капитал представлен долгосрочными обязательствами (ДО) и краткосрочными обязательствами (КО). К имуществу в денежной форме относят денежные средства и их эквиваленты и краткосрочные финансовые вложения. К имуществу в неденежной форме все остальные активы организации [3, с. 63].

Индикатор финансовой устойчивости показывает, хватит ли имущества в денежной форме для расчёта по обязательствам, и какая часть собственного капитала вложена в денежные активы. В результате остаток собственного капитала в денежной форме отражает ресурс собственных денежных средств для дальнейшего роста и развития, т.е. выступает гарантом платежеспособности в долгосрочной перспективе. Индикатором финансовой устойчивости (Ифу) в данном случае выступает денежный капитал (ДК):

$$\text{Ифу} = \text{ДК} = \text{СК} - \text{Индф} = \text{Идф} - \text{ЗК}, \quad (1)$$

Для развития организации нужен экономический рост, который сохраняет и укрепляет финансовую устойчивость. Не вызывает сомнения, что темпы роста собственного капитала должны стремиться к максимальному значению, и превышать остальные показатели, а темпы роста заемного капитала, наоборот. Приведенная в таблице цепочка представляет собой нормативную последовательность показателей, каждый из которых имеет свой нормативный ранг: наибольший ранг (1) присваивается собственному капиталу, а наименьший (5) – заёмному капиталу [4, с. 28-30]. Рассмотрим расчёт индикатора финансовой устойчивости и темпов экономического роста на примере конкретной организации по данным нижеприведенной таблицы 1.

Таблица – Расчёт индикатора финансовой устойчивости и ранжирование порангам показателей ГМУ-1 ОАО «Гомельтехмонтаж» в 2012-2013 гг.

Показатель	2012 год	2013 год	Отклонение, млн. руб.	Темп роста, %	Нормативный ранг	Фактический ранг
1 Собственный капитал, млн. руб.	26 536	31 758	5 222	119,7	1	5
2 Имущество в денежной форме, млн. руб.	1 408	3059	8 114	217,3	2	1
3 Активы всего, млн. руб.	31 944	41 709	1 651	130,6	3	3
4 Имущество в неденежной форме, млн. руб.	30 536	38 650	4 543	126,6	4	4
5 Заёмный капитал, млн. руб.	5 408	9 951	9 765	184,0	5	2
6 Ифу (1-4-5-2)	- 4 000	- 6 892	- 2 892	-	-	-

Из данных таблицы 1 видно, что индикатор финансовой устойчивости имеет отрицательное значение. Темп роста собственного капитала в 2013 году (119,7 %) ниже темпа роста заемного капитала (184,0 %). Такая динамика показателей снижает финансовую устойчивость организации.

Наглядно уровень платежеспособности организации можно видеть на рисунке 1.

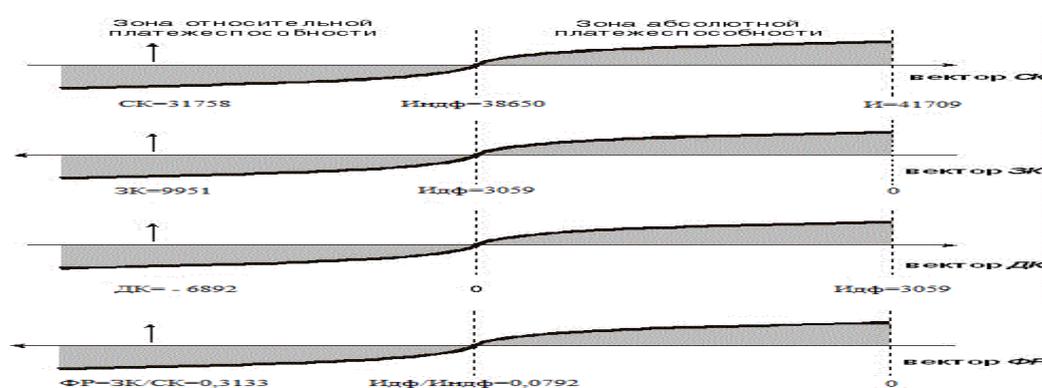


Рисунок 1 – Шкала финансовой устойчивости ГМУ-1 ОАО «Гомельтехмонтаж» в 2013 году

На рисунке видно, что значения показателей анализируемой организации находятся в зоне относительной платежеспособности, что приводит к снижению финансовой устойчивости организации.

Таким образом, оценка финансовой устойчивости позволяет организации делать выводы о состоянии всего имущества и источников финансирования организации, о дефиците имущества в денежной форме, о нарушении платежеспособности и в целом об уровне финансового состояния организации. При этом явными становятся рычаги управления финансовой устойчивостью, например, мероприятия по увеличению имущества в денежной форме, снижение темпов роста заемного капитала, рост собственного капитала и др.

#### Список используемой литературы

- 1 Курочкин, Д. В. Финансовая устойчивость предприятия и коэффициентный подход к ее оценке / Д. В. Курочкин // Веснік Магілеўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Куляшова. Серыя D Эканоміка. – 2012. – №1. – С.34-42.
- 2 Бочаров, В. В. Финансовый анализ. Краткий курс : учеб. пособие / В. В. Бочаров. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 240с.
- 3 Грачёв, А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: учебно-практич. пособие. – М.: Финпресс, 2002. – 208 с.
- 4 Грачёв, А. В. Рост собственного капитала, финансовый рычаг и платежеспособность предприятия / А. В. Грачёв // Финансовый менеджмент. – 2002. – № 2. – С. 28-36.

**О. А. СУЛИМОВА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Н. М. Коробова**

## **ВНУТРЕННИЙ АУДИТ РАСЧЁТОВ С ФОНДОМ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В КУ(СХ)П «ИМЕНИ ЧЕРНЯХОВСКОГО» ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ ДУБРОВЕНСКОГО РАЙОНА**

В рыночной экономике важную роль играет достоверная информация о деятельности организации, которая требуется руководству организации для определения стратегии развития и способов повышения эффективности его деятельности; государственным органам – для расчётов с Фондом социальной защиты населения, контроля за соблюдением законодательных актов о налогообложении.

В странах с развитой рыночной экономикой осуществляется независимый контроль за достоверностью бухгалтерской отчётности, а также данными, представляемыми государственным органом [1, с. 102]. Данный вид контроля называют аудитом.

В Республике Беларусь выделяют два вида аудита: внешний и внутренний.

Внешний аудит является независимым по отношению к контролируемой организации и несёт ответственность перед внешними его потребителями. Главной задачей внешнего аудита является проверка достоверности информации, реальности данных бухгалтерского баланса и финансовой отчетности, а также правильности ведения учёта. Объектом внешнего аудита является финансово-хозяйственная деятельность организации. Внешний аудит проводится работниками аудиторских организаций или аудиторами, имеющими лицензию на право занятия аудиторской деятельностью.

Особое внимание хочется уделить внутреннему аудиту. Внутренний аудит является составной частью системы управления производством, и его цель состоит в повышении эффективности использования производственных ресурсов организации. Объектом внутреннего аудита является финансово-хозяйственная и производственная деятельность организации. Внутренний аудит определяется как организованная на экономическом субъекте в интересах его собственников и регламентированная его внутренними документами система контроля соблюдения установленного порядка ведения бухгалтерского учёта и надёжность функционирования системы внутреннего контроля.

Основными направлениями проверок внутренних аудиторов являются:

- контроль за соблюдением требований действующего законодательства;
- обеспечение сохранности имущества экономического субъекта;
- предотвращение фактов мошенничества и ошибок при осуществлении финансово - хозяйственных операций;
- контроль за качеством и достоверностью бухгалтерской отчётности;
- проверка своевременности её составления;
- контроль за точностью исполнения приказов и др.

Внутренний аудит как часть внутрихозяйственного контроля является неотъемлемым элементом каждой стадии процесса управления и обособленной стадией, обеспечивающей информационную прозрачность качества на иных стадиях. Он обеспечивает эффективность связи между хозяйственной деятельностью и управлением организации.

Организатором внутрихозяйственного контроля в КУ(СХ)П «Им. Черняховского» является главный бухгалтер, который осуществляет оперативный контроль в процессе повседневной финансово-хозяйственной деятельности при организации бухгалтерского учёта за использованием материальных, трудовых и денежных ресурсов, отвечает за соблюдением государственной финансовой дисциплины и действующего законодательства, его подпись обязательна на всех денежных документах. Главный бухгалтер совместно с руководителями других подразделений и служб юридических лиц

осуществляет контроль за полнотой оприходования сельскохозяйственной продукции, своевременного учёта её на складах, соблюдением установленных правил документального оформления приёмки и отпуска товарно-материальных ценностей, соблюдением финансовой и кассовой дисциплины, соблюдением сроков и порядка проведения инвентаризации и отражением их результатов в учёте, оприходованием и списанием основных средств, соблюдением норм списания семян, кормов, нефтепродуктов, строительных материалов и других товарно-материальных ценностей, законностью операций и расчётов с заготовительными, обслуживающими организациями, взысканием дебиторской и погашением в установленные сроки кредиторской задолженности, за реальностью отражения затрат на издержки производства и достоверностью статистической и бухгалтерской отчетности, участвует в оформлении материалов по недостачам и хищениям имущества. Внутрихозяйственный контроль должен осуществляться на всех стадиях финансово-хозяйственной деятельности организации.

Предварительный контроль проводится до завершения хозяйственных и финансовых операций, носит предупреждающий характер, предотвращает незаконные действия, нецелевое расходование средств, другие нарушения законодательства.

Текущий (оперативный) контроль осуществляется ежемесячно в момент совершения, оформления хозяйственных операций, при осуществлении анализа, оперативного устранения сбоев и нарушений, рассмотрения текущей финансовой информации.

Последующий контроль проводится после совершения операции в виде контрольных мероприятий, в ходе которых устанавливается законность проведения операций, полнота отражения доходов, целесообразность расходов, их целевое использование, достоверность отчетов. По результатам последующего контроля принимаются меры по устранению выявленных нарушений в организации.

Внутрихозяйственный контроль расчётов по операциям по социальному страхованию и обеспечению предлагаем осуществлять по следующим основным вопросам: правильность и обоснованность начислений в пользу работающих всех видов выплат в денежном и (или) натуральном выражении независимо от источников финансирования, предусмотренных законодательством; своевременность начисления и уплаты обязательных страховых взносов и иных платежей в ФСЗН; правильность расходования средств ФСЗН; правильность заполнения форм документов персонифицированного учёта; правильность и достоверность формируемой для ФСЗН форм отчетности и своевременность её предоставления.

В этой связи в КУ(СХ)П «им. Черняховского» целесообразно создать службу внутреннего контроля, разработать программу внутрихозяйственного контроля. Поэтому целесообразно разработать Положение о службе внутреннего контроля.

#### **Список используемой литературы**

1 Дулебо, Е. Ю. Ревизия (аудит) финансово-хозяйственной деятельности организации: конспект лекций // Е. Ю. Дулебо. - Витебск: УО «ВГТУ», 2009. - 102 с.

**Н. В. ХУДЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. Я. Рыбакова**

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В настоящее время одной из основных проблем, с которой столкнулись предприятия Беларуси, является рост неплатежей. Ухудшение финансового состояния

белорусских предприятий в 2014 году крайне негативно сказалось на их платежеспособности, в результате чего в стране резко выросли объёмы просроченной кредиторской и дебиторской задолженностей.

Так, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, кредиторская задолженность организаций Беларуси (без учёта банков, страховых организаций, бюджетных организаций, микроорганизаций и малых организаций без ведомственной подчинённости) в 2014 году выросла в 1,7 раза по сравнению с 2013 годом. По данным Национального статистического комитета, в Беларуси растёт просроченная кредиторская задолженность. Наибольший её объём приходится на белорусскую промышленность. В 2014 г. в общем объёме просроченной дебиторской задолженности на долю организаций промышленности приходилось 52,7 %.

Нами было проанализировано состояние дебиторской и кредиторской задолженности одного из крупнейших предприятий г. Гомеля – СП ОАО «Спартак». Доля СП ОАО «Спартак» на белорусском рынке кондитерских изделий составляет 22-25%. На предприятии конфетно-шоколадная группа занимает около 35 %, 30 % приходится на вафельное производство, 25 % – на бисквитное и 10 % – на карамель.

С 2012 года доля компании на внутреннем рынке страны растёт. Упор был сделан на развитие собственного отдела продаж, хотя традиционно, еще с 90-х годов, ставка была сделана на оптовую торговлю системы Минторга и потребкооперации. Предприятие не испытывает проблем со сбытом продукции, однако основной его проблемой является возврат денег от покупателей за отгруженную продукцию.

В 2013 – 2014 гг. произошёл существенный рост дебиторской задолженности предприятия. Доля просроченной дебиторской задолженности на конец 2014 года составила около 15 % от общей суммы дебиторской задолженности, достигавшей 220 млрд. руб. Сегодня наибольший удельный вес просроченной задолженности СП ОАО «Спартак» приходится на систему потребкооперации. Предприятие вынуждено отгружать продукцию, имея просроченную задолженность более 30-40 дней от той отсрочки платежа, которую оно предоставляет покупателям.

СП ОАО «Спартак» работает со средней отсрочкой платежа для оптовиков 45 дней. При этом фабрике надо закупать сырьё, упаковку, платить налоги и зарплату, оплачивать энергоресурсы. Для нормальной работы предприятию необходимо, чтобы деньги возвращались как можно быстрее. Сегодня банки с учетом нововведений Нацбанка предлагают высокие ставки по депозитам, чтобы компенсировать потери при покупке валюты. А валюту предприятию приходится покупать: 30 % в себестоимости продукции занимает стоимость какао-бобов, а с учётом упаковки и орехов доля импортного сырья в себестоимость продукции достигает 45 %.

В настоящее время возможности СП ОАО «Спартак» снижать затраты на производство и реализацию продукцию снижены. Сырьё дорожает, а его доля в себестоимости продукции составляет 65 %. В 2014 году произошел резкий рост стоимости какао-бобов на бирже, растёт в цене сахар, молочная продукция, мука. При этом в росте своих отпускных цен предприятие ограничено. Предельная годовая норма по увеличению отпускной цены – 11 %. Есть и другие ограничивающие факторы, например, деятельность конкурентов.

Одной из насущных проблем для предприятия является снижение величины дебиторской задолженности, ускорение её оборачиваемости. Это повысит возможности самофинансирования предприятия, позволит вовремя погасить кредиторскую задолженность и снизить зависимость предприятия от банковских кредитов.

В условиях высоких кредитно-депозитных процентных ставок 2014 – 2015 гг. разумным будет применение ценовых скидок в случае сокращения сроков оплаты отгруженной продукции покупателями как инструмента уменьшения дебиторской задолженности. Несмотря на то, что дебиторская задолженность в теории имеет

стоимость, близкую к кредитным ставкам, в современных условиях наращивать размер кредитов для поддержания задолженности дебиторов видится излишним, так как банковские кредиты строги по срокам и чрезвычайно дороги.

Ещё одним из необходимых мероприятий, дополняющих ценовые скидки, можно считать проведение ревизии просроченной дебиторской задолженности, выявление её нереализуемой к инкассации, реализуемой частично и реализуемой с затратами части. Меры по инкассации части просроченной дебиторской задолженности возможны за счёт предсудебного, судебного метода и за счёт ценовых скидок. Это позволит сформировать программу работы с дебиторами и распределить задачи между финансовыми специалистами и юридической службой.

Главной задачей финансового менеджера при управлении кредиторской задолженностью является определение оптимальных сроков погашения задолженности. При этом следует иметь в виду:

- задолженность должна быть бесплатной или цена должна быть минимальна;
- удержание задолженности не должно наносить ущерб репутации субъекта;
- стремление к максимизации величины кредиторской задолженности не означает, что организация для этого может нарушать условия сделок.

Исходя из перечисленных условий, на предприятии должен составляться бюджет кредиторской задолженности. В его основе лежат результаты анализа состояния и динамики кредиторской задолженности, а целью составления такого бюджета является поиск возможностей увеличения размера части задолженности, или возможностей продления срока её погашения, и, следовательно, – снижения текущих финансовых потребностей предприятия. Бюджет кредиторской задолженности может быть частью платёжного календаря организации.

У СП ОАО «Спартак» краткосрочные обязательства представлены кредитами и кредиторской задолженностью. При этом кредиторская задолженность продолжает оставаться недорогим источником финансирования. Поэтому увеличение размера кредиторской задолженности означает уменьшение размера краткосрочных кредитов и снижение стоимости обслуживания обязательств.

Таким образом, наиболее реальными приёмами улучшения финансового состояния в настоящих условиях для СП ОАО «Спартак» являются приёмы управления дебиторской и кредиторской задолженностью. Основными приёмами управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия является применение ценовых скидок в случае досрочной оплаты, факторинг, система штрафных санкций, процедура судебного и несудебного взыскания задолженности. Эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью должно осуществляться в рамках модели управления денежными активами предприятия.

**Д. А. ЧИСТИК**

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **А. В. Кравченко**

## **ПРОБЛЕМЫ ПРИВЕДЕНИЯ ОТЧЁТНОСТИ БЕЛАРУСИ В СООТВЕТСТВИЕ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ**

Белорусские предприятия, использующие существующую систему бухгалтерского учёта, значительно проигрывают на международном рынке, так как действующая отчётность в основном имеет налоговую ориентированность. Если же компания желает привлечь иностранные инвестиции или получить банковское финансирование, ей необходимо переложить информацию на язык официально признанный на международном

уровне. В связи с этим возникает потребность в формировании отчётной информации в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО). Составление и предоставление данной отчётности будет способствовать развитию положительных тенденции в сфере формирования долгосрочных отношений с зарубежными партнёрами, привлечению иностранных инвестиций, а также обеспечит для хозяйствующих субъектов возможность выхода на международные рынки капитала.

Вопросы реформирования действующей отчётности были подняты ещё в 1998 году в рамках реализации Государственной программы перехода на международные стандарты бухгалтерского учёта в Республике Беларусь, утверждённой постановлением Совмина от 4.05.1998 г. № 694. Тем не менее, в настоящее время в Беларуси отчётность в соответствии с МСФО, начиная с 2008 г., составляют только банки, для остальных организаций составление отчётности в соответствии с международными стандартами носит лишь рекомендательный характер. В первую очередь это связано с тем, что внедрение международных стандартов финансовой отчётности (МСФО) – процесс непростой и долгосрочный, требующий переработки множества нормативных и законодательных актов как в сфере ведения бухгалтерского учёта, составления отчётности, так и в сфере контроля.

Дальнейшее реформирование бухгалтерского учёта и отчётности в Беларуси осуществляется посредством адаптации национального законодательства в соответствии с принципами МСФО и исходя из реальной экономической ситуации в стране. На современном этапе развития национальной системы бухгалтерского учёта применение международных стандартов в нашей стране определено в новом Законе Республики Беларусь «О бухгалтерском учёте и отчётности», который принят Палатой представителей 26.06.2013 г. [1].

В современных экономических условиях проблема перехода на единую систему бухгалтерского учёта является для организаций Беларуси одной из наиболее актуальных. Несмотря на то, что МСФО носят рекомендательный характер и не являются обязательными для принятия, в силу объективных интеграционных процессов, происходящих в мировой экономике эти стандарты приобретают всё большее значение как наиболее удобное средство «общения» между предприятиями разных стран. В то же время принятие единых норм ведения бухгалтерского учёта для всех стран практически не возможно, так как правила организации и ведения учёта возникли в результате взаимодействия политических и экономических процессов. В разных странах эти процессы протекают по-разному. Поэтому если для стран с очень разными уровнями развития политики и экономики будут приняты единые правила ведения учёта, то составители и пользователи финансовой отчётности столкнутся с большими трудностями. В связи с этим сближение правил ведения учёта должно не предшествовать, а следовать за сближением экономических и политических систем стран. Например, в рамках региональной интеграции в декабре 2010 г. Беларусь ратифицировала Соглашение о создании условий на финансовых рынках для обеспечения свободного движения капитала и Соглашение о торговле услугами и инвестициях в государствах-участниках Единого экономического пространства. К 2020 г. Беларусь обязалась в рамках национального законодательства создать гармонизированные требования по регулированию бухгалтерского учёта в соответствии с международными требованиями. В проекте Закона были определены два направления применения международных стандартов финансовой отчётности:

– обязательное составление консолидированной отчётности в соответствии с МСФО для общественно значимых организаций (ОЗО) – банков, открытых акционерных обществ, ценные бумаги которых допущены к обращению через организаторов торговли ценными бумагами, страховых организаций;

– совершенствование системы бухгалтерского учёта и отчётности на основе МСФО с учётом особенностей национальной экономики [2].

По мнению многих экспертов, отчётность, составленная в соответствии с МСФО, позволяет наиболее объективно оценить реальное состояние дел в компании. Более того, введение международных стандартов позволит устранить барьеры при международной торговле ценными бумагами, обеспечив единообразие, достоверность, прозрачность и сравнимость финансовой отчётности между различными странами.

В Беларуси пока нет своих национальных стандартов финансовой отчётности, которые признавались бы международными финансовыми институтами, однако существующие перспективы выхода отечественных компаний на международный фондовый рынок увеличивают потребность отечественных предприятий в применении МСФО.

Создание актуальной законодательной и нормативной базы для внедрения в Беларуси международных стандартов ведения бухгалтерского учёта неоспоримо является первоочередной задачей, однако в месте с этим возникает потребность в высококвалифицированных специалистах, которые смогут максимально быстро адаптироваться к новым требованиям. Для этого предлагается усилить требования к главным бухгалтерам, от профессионального уровня которых зависит доверие пользователей к отчётности, уровень риска для инвесторов, а также успешное ведение бизнеса. В этих целях предусмотрена сертификация специалистов, претендующих на должность главного бухгалтера общественно значимой организации. Сертификат профессионального бухгалтера будет выдаваться Министерством финансов Республики Беларусь по результатам аттестации. Опыт других стран показывает, что сертификация профессиональных бухгалтеров является неотъемлемым условием применения МСФО. Причем в некоторых странах (например, в Китае) организована многоуровневая система подготовки профессиональных бухгалтеров.

В заключение необходимо отметить, что между отечественной учётной системой и международными стандартами существует много различий как принципиальных, так и менее значительных. Тем не менее, уже сейчас прилагается множество усилий для скорейшего реформирования действующей системы, обеспечивается постепенное сглаживание существующих различий. При этом требуется всесторонний анализ всех существующих проблем и определение наиболее рациональных путей решения данных проблем. В тоже время необходимо уделить внимание изучению и анализу действующей практики применения МСФО в других странах.

#### Список используемой литературы

1 Рыбак, Т. Международные стандарты в Беларуси / Т. Рыбак // МСФО [Электронный ресурс]. – 2014. – № 7. – URL: <http://minfin.gov.by> (дата обращения: 21.01.2015).

2 Рыбак, Т. МСФО – не роскошь, а средство достижения цели / Т. Рыбак // Директор [Электронный ресурс]. – 2012. – № 4 (154). – URL: <http://minfin.gov.by> (дата обращения: 25.01.2015).

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**М. А. АРХИПЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

### **РИСК ЛИКВИДНОСТИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В СИСТЕМЕ СТАНДАРТОВ «БАЗЕЛЬ III»**

Новые международные стандарты в области капитала и ликвидности, известные под обобщающим названием Базель III, были разработаны Базельским комитетом по банковскому надзору в составе комплексного пакета фундаментальных реформ международной системы банковского регулирования и надзора, проводимых в целях содействия повышению устойчивости банковского сектора.

Данный пакет реформ разработан, чтобы нивелировать недостатки систем банковского регулирования и надзора, выявленные мировым финансово-экономическим кризисом, начавшимся в 2007 году, и направлен на повышение способности банковского сектора амортизировать внешние и внутренние шоки, связанные с финансовым и экономическим стрессом, и таким образом снизить риск распространения вторичных эффектов от финансового сектора на реальный сектор экономики.

Программа внедрения стандартов Базель III рассчитана на период 2009–2019 гг. Совершенствование надзорной практики направлено на введение новых коэффициентов ликвидности: показателя покрытия ликвидности (LCR) и показателя чистого стабильного фондирования (NSFR), представленных банкам методикой расчета показателей капитала, левереджа и ликвидности, предусмотренных международными стандартами Базель III.

Показатель покрытия ликвидности (LCR) требует от банков наличия достаточной величины высоколиквидных активов, необходимых для противостояния сценарию 30-дневного стресса фондирования, установленному органом надзора, т. е. показатель покрытия ликвидности характеризует соотношение суммы высоколиквидных активов и чистого оттока денежных средств в течение последующих 30 дней. Высоколиквидные активы состоят из активов 1 уровня и активов 2 уровня. Активы 1 уровня включаются в состав высоколиквидных активов в размере 100 % от фактической величины в полном объеме. Активы 2 уровня включаются в состав высоколиквидных активов в размере 85 % от фактической величины в объеме, не превышающем 2/3 от суммы активов 1 уровня. Введены также менее жесткие требования к чистому оттоку денежных средств в знаменателе показателя LCR.

Окончательное внедрение стандарта LCR в соответствии с планом Базельского комитета отложено до 2019 года, при этом банками должно быть достигнуто значение показателя не менее 60 % на 1 января 2015 г. и далее наращиваться по 10 % в год до достижения минимального стандарта 100 %.

Показатель чистого стабильного фондирования (NSFR) является долгосрочным коэффициентом оценки структурных несоответствий ликвидности. Он рассчитывается как отношение доступного стабильного финансирования к необходимому финансированию со сроком более одного года. Кроме того, детализирована система инструментов мониторинга ликвидности, которые надзорным органам рекомендовано применять помимо мониторинга расчета показателя покрытия ликвидности LCR. Система

направлена на получение специальной информации, касающейся денежных потоков банка, структуры баланса, доступного необремененного обеспечения, определенных рыночных индикаторов.

Для соблюдения данных рекомендаций банкам Республики Беларусь необходимо предусмотреть возможность сбора информации по следующим группам показателей:

- несовпадение договорных сроков;
- концентрация фондирования (соотношение привлеченных из одного существенного источника средств/продуктов/инструментов ко всем обязательствам в разрезе сроков, сведения об активах и пассивах в разрезе значимых валют – более 5 % активов/пассивов);
- доступные необремененные активы;
- показатель покрытия ликвидности в разрезе значимых валют;
- инструменты мониторинга, связанные с рынком.

Помимо этого, с целью отслеживания ситуации с ликвидностью на финансовом рынке Банком международных расчетов предложены индикаторы мониторинга для внутридневного управления ликвидностью, которые включают: дневные максимумы потребности в ликвидности; доступную внутридневную ликвидность; общую сумму платежей; платежи, обусловленные временными ограничениями, и другие критичные обязательства; сумму клиентских платежей; внутридневные кредитные линии, открытые клиентам финансовых институтов; временной график внутридневных платежей; внутридневной платежный поток.

В соответствии с указанными рекомендациями для банков Республики Беларусь в условиях высокой депозитной ставки и возможности её снижения может возникнуть риск снижения ликвидности банков из-за возможного оттока вкладов. В таблице 1 приведен возможный сценарий изменения риска ликвидности банковского сектора Республики Беларусь при оттоке средств населения и предприятий (10, 25 и 50 %).

Таблица 1 – Результаты стресс-тестирования банковского сектора при оттоке средств населения и предприятий (риск ликвидности)

Показатели	0<СЛСА ≤ 20	20<СЛСА ≤ 30	30<СЛСА ≤ 40	40<СЛСА ≤ 50	50<СЛСА
	0<КМЛ ≤ 20	20<КМЛ ≤ 40	40<КМЛ ≤ 70	70<КМЛ ≤ 100	100<КМЛ
	0<ККЛ ≤ 1	1<ККЛ ≤ 1,5	1,5<ККЛ ≤ 2,0	2,0<ККЛ ≤ 2,5	2,5<ККЛ
Фактические значения					
Показатели ликвидности во всех видах валют					
отношение ликвидных и суммарных активов (СЛСА)	0	2	7	13	9
коэффициент мгновенной ликвидности (КМЛ)	0	0	1	0	30
коэффициент краткосрочной ликвидности (ККЛ)	0	2	6	5	18
Значения после шока – отток вкладов населения и предприятий					
Отток 10 процентов					
СЛСА	2	0	12	11	6
КМЛ	0	0	1	0	30
ККЛ	0	5	4	9	13
Отток 25 процентов					
СЛСА	2	6	4	8	11
КМЛ	2	0	1	2	26
ККЛ	9	7	3	2	10
Отток 50 процентов					
СЛСА	14	1	3	5	8
КМЛ	14	0	0	3	14
ККЛ	17	5	2	0	7

Так, наибольшим фактором риска для ликвидности является отток на 50 % вкладов населения и предприятий.

## Список используемой литературы

1 Банковский сектор Республики Беларусь: краткая характеристика устойчивости функционирования: Главное управление банковского надзора Национального Банка Республики Беларусь // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 15.01.2015).

**А. А. БАРАНОВСКАЯ, И. П. ЛАБУРДОВА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **И. П. Лабурдова**

### **КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ УРЕГУЛИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Повышение эффективности налогового контроля и качества работы налоговых органов рассматривается как фактор роста доходов бюджетной системы Республики Беларусь. Таким образом, одной из основных задач налоговых органов на современном этапе становится обеспечение полноты и своевременности внесения в бюджет установленных законодательством налогов и сборов.

В практической деятельности налоговых органов большой проблемой на пути решения данной задачи является существование налоговой задолженности, которая возникает у налогоплательщиков по причинам, как зависящим, так и не зависящим от них.

Для достижения баланса интересов бюджета и хозяйствующих субъектов предлагаются различные методы, к числу которых относятся меры как добровольного, так и принудительного характера, в том числе и судебные.

Наличие налоговой задолженности у хозяйствующих субъектов может быть определена как один из существенных факторов, ограничивающих финансовые возможности регионов Беларуси и неэффективного налогового администрирования. [1, с. 90-97].

По данным Министерства по налогам и сборам, задолженность по налогам и сборам на 1 мая 2013 г. выросла по сравнению с 1 мая 2012 г. на 23,7 % и составила 181,2 млрд. руб. За январь-апрель 2013 г. она увеличилась в 5,6 раза. Налоговые доходы в январе-мае 2014 г. составили 86,2 % всех поступлений в консолидированный бюджет (в январе-мае 2013 г. – 88,3 %). На 1 июня 2014 года задолженность по налогам и сборам составила 229,4 млрд. руб. и сократилась за май 2014 г. на 48,2 %. Объем отсроченных (рассроченных) сумм задолженности на составил 110,5 млрд. руб. увеличился по сравнению с началом года на 5 %, за май – снизился на 2,8 % [2].

Из приведенных данных можно сделать вывод о наличии некоторых проблем в деятельности налоговых органов Республики Беларусь в сфере урегулирования налоговой задолженности [2].

С позиций налогового администрирования задолженность перед бюджетом по налогам и сборам имеет довольно сложную структуру, в которой выделяется: задолженность перед бюджетом, возможная к взысканию; задолженность перед бюджетом, невозможная к взысканию; задолженность перед бюджетом по пеням и санкциям.

Поиск эффективных мер взыскания налоговой задолженности должен базироваться на принципе поддержания стабильности в сфере исполнения налоговых обязательств.

Представляется целесообразным выработать определенную программу в целях взыскания образовавшейся задолженности и устранения факторов, приводящих к её образованию в последующем. Для повышения эффективности работы по урегулированию задолженности необходимо классифицировать налогоплательщиков-должников следующим образом (рисунок 1).

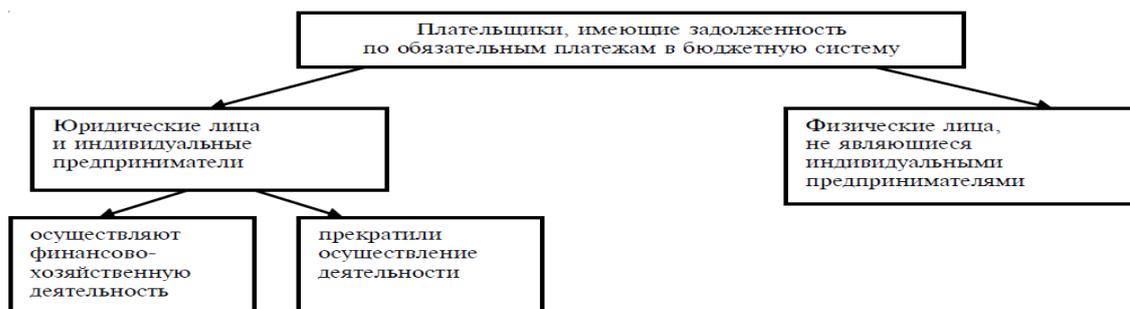


Рисунок 1 – Классификация налогоплательщиков-должников

В настоящее время размер задолженности налогоплательщиков, осуществляющих финансово-хозяйственную деятельность, находится на достаточно высоком уровне и составляет основную долю совокупной задолженности перед бюджетной системой. Все методы механизма управления задолженностью указанных выше налогоплательщиков следует разделить на предусмотренные законодательством и вспомогательные. Одним из путей решения проблемы сокращения и последующего погашения задолженности является реструктуризация [1, с. 75-79].

Следует значительно повысить эффективность урегулирования задолженности налогоплательщиков, прекративших осуществление деятельности, позволит информационно-разъяснительная работа при постановке на налоговый учет, своевременное взаимодействие с органами внутренних дел по розыску руководителей и учредителей должников, а также ужесточение ответственности учредителей и руководителей за совершение правонарушений в сфере государственной регистрации.

Налоговая культура граждан в настоящее время еще не сформирована на должном уровне. Важным направлением в работе налоговых органов является качественная информационно-разъяснительная деятельность для повышения налоговой культуры и грамотности, привлечение средств массовой информации с целью укрепления налоговой дисциплины, создание общественного резонанса и негативного мнения относительно должников, не исполняющих обязанность по уплате налогов; своевременное применение мер судебного взыскания задолженности и повышение эффективности работы с судебными приставами [1, с. 86, 3, с. 52].

Вышеприведенная классификация обусловлена различным порядком исчисления налогов и возникновения обязанности по их уплате, причинами наличия задолженности, а также механизмом ее взыскания с указанных категорий плательщиков. Рассмотрев вышеуказанные группы должников и проанализировав организацию работы налоговых органов по урегулированию задолженности, можно сделать вывод, что результативность применения механизма понуждения к исполнению обязанности по уплате налогов во многом зависит от активности государственных органов, слаженности работы всего государственного аппарата и ветвей власти в процессе установления условий возникновения и прекращения налоговой обязанности, а также своевременного и надлежащего контроля за фактическим исполнением принятых мер по реальному взысканию задолженности.

#### Список используемой литературы

- 1 Гираев, В. К. Реструктуризация налоговой задолженности: курс лекций: учеб. пособие / В. К. Гираев. – Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2011. –108 с.
- 2 Доклад о состоянии государственных финансов Республики Беларусь (январь - сентябрь 2014) [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.koshturada.by/be> (дата обращения: 10.01.2015).
- 3 Мешков, Р.А. О действенности механизма регулирования налоговой задолженности организаций / Р. А. Мешков // Все для бухгалтера. – 2008. – № 11. – С. 50-56.

**А. А. БЕССОНОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

## **КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЁ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ**

Денежно-кредитная политика является важнейшей концепцией регулирования экономики страны. Ее определяет главный банк страны, а локальную кредитную политику формирует конкретный коммерческий банк. Кредитная политика является важной составной частью общей банковской политики и определяет задачи и приоритеты кредитной деятельности банков.

Роль кредитной политики банка заключается в определении приоритетных направлений развития и совершенствовании банковской деятельности в процессе аккумуляции и инвестирования кредитных ресурсов, развитии кредитного процесса и повышении его эффективности.

Кредитная политика необходима банкам потому, что позволяет рационально организовать и регулировать взаимоотношения между банком и его клиентами по поводу предоставления денежных средств в ссуду с последующим возвратом как основного долга по ссуде, так и причитающихся процентов [1, с. 376].

На уровне конкретного коммерческого банка кредитная политика – это совокупность факторов, документов и действий, определяющих развитие коммерческого банка в области кредитования своих клиентов. Целью кредитной политики коммерческих банков является совершенствование и расширение деятельности в области осуществления активных операций, подверженных кредитному риску, с предприятиями и организациями различных форм собственности, другими банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями, индивидуальными предпринимателями, физическими лицами [2, с. 44].

Методология формирования кредитной политики банка предполагает формулирование основных принципов, используемых для решения рассматриваемой проблемы. Первый из них определяется необходимостью учета многовекового опыта западной банковской системы. Здесь речь идет в первую очередь об использовании эффективных механизмов управления банковской деятельностью в условиях кризиса, высоких финансовых рисков и неопределенности. Второй заключается в необходимости адаптации этих механизмов к белорусской экономике переходного периода [2, с. 46].

Важную роль играет определение эффективности кредитной политики. В целом эффективность – это относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим и обеспечившим его получение. Таким образом, эффективность кредитной политики коммерческого банка можно оценить с позиции соотношения процентных доходов, как экономического результата её проведения, и процентных расходов.

К процентным доходам относятся доходы, начисленные и полученные от размещения средств в банках, предоставления кредитов клиентам, проведения операций с ценными бумагами, а также прочие процентные доходы.

Процентные расходы представляют собой проценты, начисленные и уплаченные в течение определенного периода, по средствам банков, по средствам клиентов, по операциям с ценными бумагами, а также прочие процентные расходы [3, с. 24].

Таким образом, показатель эффективности кредитной политики можно определить по формуле (1.1):

$$\Xi = Д/Р. \quad (1.1)$$

Сегодня особое значение приобретает разработка кредитной политики каждым коммерческим банком, т.к. в современных условиях перехода к рынку недостаточно следовать по одной концепции организации кредитных отношений. Каждый банк определяет свою собственную кредитную политику, принимая во внимание всю совокупность внешних и внутренних факторов, влияющих на работу данного банка.

Роль кредитной политики в общем планировании банковской деятельности исключительно велика – в существенной степени именно она определяет эффективность функционирования банка и его взаимоотношения с реальным сектором экономики.

Одним из направлений совершенствования кредитной политики коммерческого банка является совершенствование системы управления кредитным риском.

Кредитный риск находится в прямой зависимости от качества кредитного портфеля. Для анализа качества кредитного портфеля можем использовать следующие коэффициенты:

1 Удельный вес просроченных кредитов (формула (1.2)):

$$УВ_{пк} = \frac{ПК}{КВ} \cdot 100, \quad (1.2)$$

где  $УВ_{пк}$  – удельный вес просроченных кредитов;

ПК – просроченные кредитные вложения;

КВ – общая сумма кредитных вложений.

При значении рассматриваемого показателя выше 5 % можно утверждать о наличии у банка сложностей со своевременным погашением задолженности.

2 Коэффициент защищенности от кредитного риска (формула (1.3)):

$$КЗ_{кр} = \frac{Р_{ез}}{КВ} \cdot 100, \quad (1.3)$$

где  $КЗ_{кр}$  – коэффициент защищенности кредитного риска;

$Р_{ез}$  – созданные резервы на покрытие возможных убытков;

КВ – кредитные вложения банка.

В международной практике рекомендуемое значение этого коэффициента составляет 1 – 5 %.

3 Коэффициент утраченной выгоды по кредитам (формула (1.4)):

$$КУ_{вк} = \frac{П_n}{П_n} \times 100, \quad (1.4)$$

где  $КУ_{вк}$  – коэффициент утраченной выгоды по кредитам;

$П_n$  – недополученный процентный доход;

$П_n$  – полученный процентный доход.

4 Темп роста кредитных вложений (формула (1.5)):

$$ТР_{кв} = \frac{КВ_{2013}}{КВ_{2012}} \times 100, \quad (1.5)$$

где  $TR_{KB}$  – темп роста кредитных вложений;  
KB – кредитные вложения.

Комплексный анализ приведенных выше коэффициентов может дать представление о качестве кредитного портфеля банка, а также об эффективности системы управления кредитным риском. Совершенствование этой системы приведет к повышению эффективности кредитной политики в целом.

Таким образом, кредитная политика коммерческого банка – это совокупность активных и пассивных банковских операций, рассматриваемых на определенную перспективу, обеспечивающих банку достижение намеченных целей и позволяющих решить задачу оптимального распределения кредитного ресурса в условиях реально имеющих ограничений. Эффективность кредитной политики можно рассматривать с позиции соотношения процентных доходов и процентных расходов. При формировании эффективной кредитной политики банку необходимо учитывать уровень инфляции, реальную динамику курсов валют, адекватность процентно-ценовой политики банка и оценку кредитного риска и провести мероприятия, которые будут способствовать правильному и рациональному формированию, распределению и перераспределению национального дохода, регулированию денежного оборота.

#### Список используемой литературы

- 1 Лаврушин, О. И. Деньги, кредит, банки / под ред. О. И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2012. – 471 с.
- 2 Панова, Е. П. Формирование кредитной политики коммерческого банка / Е. П. Панова // Финансовые исследования. – 2007. – С. 43-47.
- 3 Захорошко, С. С. Кредитный менеджмент / С. С. Захорошко, С. Е. Витун. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 43 с.

**А. С. БОГОМОЛОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)  
Науч. рук. **Л. В. Федосенко**,  
канд. экон. наук, доц.

### ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Банковская система и её определяющий элемент, такой как коммерческие банки, является несущей конструкцией современной рыночной экономики. Банки, мобилизуя временно свободные деньги, превращают их в функционирующий капитал, производящий прибыль, увеличивая тем самым реальное богатство страны.

Кредитные операции являются важнейшей доходообразующей статьёй в деятельности банков. За счёт этого источника формируется основная часть чистой прибыли, отчисляемой в резервные фонды и идущей на выплату дивидендов акционерам банка. Кредиты банков служат основным источником пополнения оборотных средств. Кредитные операции, играя важную роль в развитии и банков и предприятий, определяют эффективность функционирования экономики страны в целом. Кредит является главным направлением размещения собственных и привлеченных средств банков. В рыночных условиях хозяйствования банковский кредит является основной формой кредита. Банковский кредит в современных условиях выступает как фактор децентрализации развития экономики.

Однако кризис на валютном рынке Беларуси, возникший в декабре 2014 года, привел к резкому сокращению объема кредитов, предоставленных коммерческими банками

(без учета Банка развития) экономике. Неопределенная ситуация на валютном рынке является негативным фактором, влияющим на кредитный рынок. Отсутствие однозначных оценок динамики курса доллара США повышает валютные риски для банков, так как динамика ставок на сегодняшний день во многом зависит от поведения курсов основных мировых валют.

Валютные активы банков снизились за декабрь 2014 г. На 657,1 млн. долл. США и составили 21,342 млрд. долл. США. Это может объясняться двумя причинами. Во-первых, предприятия возвращали старые кредиты, но не спешили брать новые, так как из-за неопределенности с курсом белорусского рубля они не могли просчитать эффективность своей деятельности. Во-вторых, и сами банки не особенно стремились предоставлять кредиты, причем по той же причине.

Требования банков к резидентам Республики Беларусь в иностранной валюте снизились за месяц на 490 млн. долл. США и составили на 1 января 2015 года 20,167 млрд. долл. США. За 2014 г. данные требования выросли на 863,6 млн. долл. США.

Требования коммерческих банков к нерезидентам в иностранной валюте в декабре сократились на 167,1 млн. долл. США до 1,176 млрд. долл. США. Одновременное снижение требований к нерезидентам и резидентам указывает на то, что банки продавали валюту населению или Национальному Банку. За 2014 г. требования банков к нерезидентам снизились на 283,8 млн. долл. США.

Активы коммерческих банков в белорусских рублях в декабре 2014 г. выросли на 2,8 трлн. руб., достигнув 228,6 трлн. руб. За 2014 г. данные активы поднялись на 30,9 трлн. руб. Основную часть активов коммерческих банков составляют требования к субъектам хозяйствования, выросшие за декабрь на 15,1 трлн. руб. до 282,8 трлн. руб. Требования банков к физическим лицам в декабре 2014 г. также выросли: на 1,4 трлн. руб. (до 64,1 трлн. руб.). К этому привел рост объемов кредитования в первой половине декабря, до резкого ослабления белорусского рубля. В целом за 2014 год требования банков к населению увеличились на 9,2 трлн. руб. Активы белорусских коммерческих банков в декабре 2014 г. выросли по сравнению с ноябрем на 18,1 трлн. руб. и достигли 481,5 трлн. руб. За год они увеличились на 86,4 трлн. руб. Основной прирост активов был вызван увеличением рублевого эквивалента их требований к экономике в иностранной валюте [1].

К основным проблемам банковского кредитования в Республике Беларусь можно отнести следующие:

- слабость ресурсной базы банков, обусловленная причинами двух групп: низкой капитализацией банковской системы, с одной стороны, и ограниченными возможностями привлечения и заимствования средств на внутреннем и внешних рынках ссудных капиталов. Вследствие этого у банков недостаточно средств для размещения;
- несоблюдение требований ликвидности, вызванное короткими сроками привлечения средств и спросом со стороны экономики на инвестиционные кредиты;
- большое число убыточных и неплатежеспособных предприятий, а также отсутствие окупаемых инвестиционных проектов, что затрудняет возможности банков в размещении средств в форме кредита;
- неразвитость такого сектора экономики, как малый и средний бизнес;
- относительно низкая платежеспособность населения, ограничивающая возможности активизации потребительского кредитования;
- отсутствие активной конкуренции в банковской сфере и наличие значительного числа государственных банков, имеющих различного рода преференции;
- слабость системы внутреннего контроля в банках за кредитными операциями, в том числе отсутствие кадровой политики, направленной на постоянное повышение квалификации персонала;

– высокие ставки по кредитам, спровоцированные ростом инфляции и, как следствие, недоступность кредита.

Как известно, повышая или понижая ставку рефинансирования, центральный банк повышает или понижает доходность по всем активам, номинированным в валюте его страны, что делает эти активы более или, наоборот, менее привлекательными для инвесторов. В экономической литературе, как правило, повышение ставки рефинансирования центрального банка связывается со сдерживанием инфляционных процессов в экономике путём удорожания стоимости внутренних заемных ресурсов. Очевидно, что уровень процентных ставок по кредитным ресурсам должен превышать уровень инфляции для обеспечения положительной величины их реальной стоимости в целях целесообразности и эффективности их использования [2].

Таким образом, в силу перечисленных проблем, отечественный рынок ссудных капиталов в настоящий период не может в полном объеме удовлетворить потребности экономики в заемных ресурсах, что сдерживает её развитие.

#### Список используемой литературы

1 Белорусские банки в декабре сократили активы в валюте на 657,1 млн. долл. США [Электронный ресурс]. – 2015. – URL:<http://select.by> (дата обращения: 27.01.2015).

2 Основные проблемы банковского кредитования в Республики Беларусь на современном этапе [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://studopedia.org> (дата обращения: 29.01.2015).

**М. В. ВОИНОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. П. Климова**

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Страховой рынок, являясь частью финансово-кредитной системы, затрагивает практически все аспекты деятельности общества и относится к важнейшим национальным приоритетам, поскольку призван способствовать обеспечению стабильного развития экономики и социальной сферы.

В республике в основном создана нормативная правовая база, регулирующая отношения в сфере страхования и страховой деятельности, образован национальный институт перестраховочной защиты. В то же время для усиления защищенности граждан и организаций, формирования долгосрочных ресурсов для экономики, а также создания условий для притока иностранного капитала необходимо повысить интенсивность развития отечественного страхового рынка.

Развитие страховой деятельности в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с Республиканской программой развития страховой деятельности на 2011–2015 годы. В процессе развития рынка страховых услуг в Беларуси происходят изменения законодательной базы, направленные на улучшение условий функционирования рынка, ужесточения требований к субъектам рынка. Так, в апреле 2014 года согласно Указу Президента № 165 были внесены следующие изменения: в 5 раз увеличены требования к минимальному уставному фонду страховщиков (5 млн. евро), введён минимальный уставный фонд для страховых брокеров (25 тыс. евро), расширены полномочия государственного регулятора, внесены серьезные изменения в деятельность страховых агентов-юридических лиц, порядок урегулирования по ОСАГО, введено два новых вида обязательного страхования и др.

До появления Указа №165 рынок несколько лет ожидал изменений в плане либерализации и равенства прав собственности, в частности, допуска частных страховых компаний к некоторым видам обязательного страхования, однако этого не произошло. В целях определения с учётом мирового опыта механизмов обеспечения устойчивого и динамичного развития национального рынка страховых услуг, позволяющего в полной мере удовлетворять потребности экономики и общества, был принят данный указ.

На 1 января 2014 г. страховой сектор Республики Беларусь включал в себя 25 страховых организаций, в том числе 4 компании, осуществляющие виды страхования, относящиеся к страхованию жизни, и РУП «Белорусская национальная перестраховочная организация». В настоящее время отечественные страховые компании не имеют достаточной известности на мировом рынке. Так, только трём организациям страхования присвоен международный рейтинг: РУП «Белгосстрах», РУП «Белэксимгарант», РУП «Белорусская национальная перестраховочная организация» имеют рейтинг финансовой устойчивости и кредитный рейтинг на уровне «В», прогноз по рейтингу «Стабильный» по состоянию на 01.01.2014 (по данным Fitch Ratings и Standard & Poor's).

За январь-ноябрь 2014 года взносы страховых организаций республики по прямому страхованию и сострахованию составили 6 658,2 млрд. руб. Темп роста страховых взносов за январь-ноябрь 2014 года по сравнению с аналогичным периодом 2013 года составил 112,5 %. По добровольным видам страхования за январь-ноябрь 2014 года страховые взносы составили 3 610,6 млрд. руб., что на 304,7 млрд. руб. больше, чем в аналогичном периоде 2013 года. Страховые взносы по обязательным видам страхования за январь-ноябрь 2014 года – 3 047,6 млрд. руб., что на 437,3 млрд. руб. больше, чем в аналогичном периоде 2013 года. Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме страховых взносов – 54,2 % (за январь-ноябрь 2013 г. – 55,9 %).

За январь-ноябрь 2014 года выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения в целом по республике составили 2 933,5 млрд. руб. и превысили данный показатель за аналогичный период 2013 года на 429,1 млрд. руб. Уровень страховых выплат в общей сумме страховых взносов за январь-ноябрь 2014 года составил 44,1 % (за январь-ноябрь 2013 года – 42,3 %). За январь-ноябрь 2014 года страховыми организациями перечислено в бюджет и внебюджетные фонды 764,3 млрд. руб., из них 442,6 млрд. руб. – налоги и неналоговые платежи в бюджет, 321,7 млрд. руб. – платежи во внебюджетные фонды.

Основной объём страхового бизнеса в 2014 году был сосредоточен в 10 страховых компаниях, занимающих лидирующие позиции по объемам страховых взносов. Индекс Херфиндаля – Хиршмана для страхового сектора, рассчитанный по показателю размера взносов с учётом перестрахования, незначительно снизился в 2014 году – с 0,24 до 0,22; индекс Джини, рассчитанный по аналогичному показателю, – с 0,67 до 0,64, что свидетельствует о некотором снижении уровня концентрации страхового рынка в Республике Беларусь. Правительство же планирует к концу 2015 года довести долю страхования в ВВП до 1,3 % [4].

Страхование является защитным экономическим механизмом, направленным на поддержание производства и качества жизни людей. Следовательно, приоритетными направлениями развития страхового рынка являются:

- обеспечение оптимального сочетания обязательной и добровольной форм страхования;

- обеспечение финансовых гарантий в сферах общественной жизни, связанных с использованием источников повышенной опасности и возникновением крупных рисков, затрагивающих интересы всего общества в целом;

- повышение статуса и привлекательности на международном уровне страховых организаций за счет стимулирования притока средств инвесторов и постепенного снятия ограничений по доступу иностранного капитала на страховой рынок республики;
- создание благоприятных условий функционирования для страховых организаций всех форм собственности;
- повышение требований к минимальному размеру уставных фондов страховых организаций.

Развитие добровольного страхования находится в зависимости от уровня платежеспособного спроса на страховые услуги, а его динамика будет определяться эффективностью реализации мер стимулирующего характера, принятых на уровне государства.

Страховые фонды являются также перспективным финансовым ресурсом для осуществления инвестиций, т.е. временно свободные денежные средства страховые компании могут инвестировать в национальную экономику. Это будет выгодно и для них в виде дополнительных доходов от инвестиционной деятельности, и для национальной экономики, появится новый неразвитый источник финансирования, а также будет развиваться финансовый рынок в Беларуси, который пока не достаточно развит.

## **П. П. ГЛУШАКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Д. Предыбайло**

### **НЕНАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ УВЕЛИЧЕНИЯ**

При формировании республиканского бюджета Республики Беларусь основными доходами бюджетной системы, как и в странах с развивающейся рыночной экономикой, являются налоги и неналоговые поступления. В современных условиях, когда наблюдается тенденция снижения налоговой доходов в бюджетах различных уровней за счет проведения налоговых реформ, имеющих социально-ориентированную направленность, роль неналоговых доходов с точки зрения пополнения бюджета становится все более значимой.

В январе–сентябре 2014 года доходы республиканского бюджета составили 87,7 трлн. рублей, или 67,7 % уточнённого годового плана. Основная доля доходов консолидированного бюджета (86,2 %) была сформирована за счёт налоговых поступлений. За I полугодие 2014 года в бюджет поступило 82,9 трлн. руб. налоговых доходов. По сравнению с прошлым годом поступления увеличились на 1,5 %. Неналоговые доходы за I полугодие 2014 года сложились в сумме 12,7 трлн. руб. и по сравнению с I полугодием 2013 года увеличились на 24,6 %.

Доходы республиканского бюджета на 2015 год планируется сформировать на уровне 156,7 трлн. руб., что на 28,1 трлн. руб, или на 21,9 % больше, чем было запланировано на 2014 год. Рост доходов республиканского бюджета предусмотрен в проекте Закона «О республиканском бюджете на 2015 год».

Объём неналоговых доходов республиканского бюджета на 2015 год составит 19,3 трлн. руб., что на 4,1 трлн. руб. или на 26,9 %, больше, чем предусмотрено в «О республиканском бюджете на 2014 год».

Наибольшую долю ( более 65 %) в общем объёме неналоговых доходов составят дивиденды по акциям и доходы от других форм участия в капитале. Объём доходов по данной статье увеличится на 46,6 %, по сравнению с объёмом, предусмотренным на 2014 год. Согласно обоснованию к законопроекту о бюджете, в 2015 году предусмотрено дополнительное изъятие у компаний с уровнем рентабельности выше

30 % в качестве дивидендов на акции, находящиеся в республиканской и коммунальной собственности, части прибыли в размере 30 %. У Беларуськалия, как у самого высокоприбыльного предприятия в стране, в 2015 году полный размер изъятия планируется установить в размере 75 %. Доходы от осуществления приносящей деятельности в 2015 году сократятся ( на 11,2 % меньше, чем в 2014 году, снижение обусловлено уменьшением в 2,6 раза, доходов от сдачи в аренду иного имущества). Объём поступлений от штрафов в 2015 году планируется традиционно нарастить на 20,4 %, или до 861,9 млрд. руб. Кроме межбюджетных трансфертов, которые вырастут в 2015 году на 2,1 трлн. руб., или на 38,4 %, до 7,5 трлн. руб., в проекте республиканского бюджета на 2015 год предусмотрены безвозмездные поступления от иностранных государств в сумме 1,8 трлн. руб. В бюджете на 2014 год такой статьи доходов не было. Рост поступлений по межбюджетным трансфертам обусловлен увеличением изъятий из бюджета Минска – с 5,4 трлн. руб. в 2014 году до 7,4 трлн. руб. в 2015 году. Размер доходов государственных целевых бюджетных фондов на 2015 год предполагается сформировать в сумме 4,6 трлн. руб. При этом большую часть возьмёт на себя возрожденный республиканский дорожный фонд, доходы которого определены в размере почти 3,0 трлн. руб. В целом, государственный целевой бюджетный фонд национального развития в 2015 году будет сформирован в сумме 1,3 трлн. руб., использование средств из фонда составит 3,3 трлн. руб.

В системе неналоговых доходов наибольший интерес представляют доходы от пользования имуществом, т.к. они имеют самый большой удельный вес при формировании бюджетов. Они являются основным источником доходных статей бюджетов всех уровней бюджетной системы Беларуси. Преобладают доходы, поступающие за пользование банками денежными средствами республиканского бюджета, по бюджетным займам, предоставленным за счет средств республиканского бюджета.

Характерной чертой белорусского бюджета является минимальный объём доходов от приватизации государственных активов, привлеченных иностранных кредитов, низкого уровня доверия к государственным ценным бумагам. Кредиты Национального банка по-прежнему составляют значительную часть открытых и скрытых доходов бюджета. Рост объёмов кредиторской и дебиторской задолженности, сокращение доли собственных средств предприятий по отношению к их обязательствам свидетельствует о низкой платёжной дисциплине и несбалансированности системы государственных финансов.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов проблема поиска дополнительных неналоговых источников доходов стоит очень остро. Одним из основных направлений увеличения доходов бюджета должно стать использование выгодного географического положения республики, т.е. развитие туризма, сети придорожного и приграничного сервиса. Одним из новейших направлений развития туризма может стать сельский туризм, такой популярный сейчас в Европе.

Перспективным направлением является развитие интеллектуальной собственности и поддержки со стороны государства инновационной инфраструктуры. Но при этом нужно рассматривать науку и с «коммерческой» стороны. То есть окончательно полученный научный результат (инновационная разработка) должен являться в большей степени ещё и коммерчески-выгодным, поэтому и предполагается вывести инновационную сферу на «самокупаемость» (или же при финансировании со стороны государства, но на возмездной основе).

Кроме того, имея информацию о реальной стоимости месторождений можно вводить в практику систему разовых платежей (бонусов) для привлечения к геологоразведочным работам и освоения месторождений частных инвестиций на конкурсной основе. Проведенная на должном уровне стоимостная оценка месторождений позволит также более широко и оправданно применять неналоговые

методы изъятия части доходов у недропользователей, получивших месторождение в концессию или пользование на основе конкурса в виде соглашения о разделе продукции между ним и государством.

В качестве перспективного направления расширения собственной минерально-сырьевой базы можно рассматривать вовлечение в хозяйственный оборот техногенных месторождений. В настоящее время только в РУП «ПО «Беларуськалий» и на Гомельском химическом заводе накоплены десятки миллионов тонн твердых отходов горного и химического производств и вскрышных пород, содержащих ценные компоненты (редкие, редкоземельные и благородные металлы, фосфогипс, низкосортные калийная и каменная соль).

**М. С. ЖАВРИД**

(г. Пинск, Полесский государственный университет)

Науч. рук. **Е. А. Хрусь**

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Сбережения населения играют важную роль в инвестиционном развитии страны. Увеличение объёмов и улучшение структуры сбережений населения, представленных в организованной форме, может способствовать привлечению инвестиций в экономику страны. Несмотря на то, что существуют различные формы организованного сбережения средств – вклады, ценные бумаги, договоры страхования, фонды банковского управления, металлические счета – традиционной и наиболее востребованной формой сбережений для основных групп населения являются срочные и переводные вклады. Срочные и переводные вклады занимают наибольший удельный вес среди средств клиентов и в пассивах банковской системы.

По состоянию на 01.08.2014 г. срочные вклады в национальной валюте составили 30 085,9 млрд. руб. и по сравнению с 01.01.2014г. увеличились на 7 224,7 млрд. руб., а в иностранной валюте с 01.01.2014 года они увеличились на 9 931,9 млрд. руб. и на 01.08.2014 года составили 75 131,4 млрд. руб. Переводные вклады в национальной и иностранной валюте на 01.08.2014 года составили соответственно 12 647,8 млрд. руб. и 5 139,7 млрд. руб. и возросли по сравнению с 01.01.2014 годом на 2 491,0 млрд. руб. и 1 018,6 млрд. руб. [1, с. 20].

Следует отметить, что для любого банка важное значение имеет рациональное использование и распределение имеющихся ресурсов, укрепление позитивных тенденций в финансовой сфере, расширение финансового потенциала и усиление конкурентоспособности. Для этого зачастую банк моделирует и прогнозирует свою деятельность с учётом общей макроэкономической ситуации и денежно-кредитной политики в стране для выявления причинно-следственных связей, которые могут оказать существенное влияние в сторону улучшения или ухудшения на банковскую систему в целом. Важно учесть трудную прогнозируемость макроэкономических показателей. Существует вероятность возникновения рыночного риска, которого сложно избежать. При этом прогнозирование роста вкладов является достаточно сложной задачей, что обусловлено сезонными колебаниями, чувствительностью к ценообразованию и изменением процентных ставок. Поэтому актуальность заключается в проблеме прогнозирования сбережений населения во вкладах с учётом общеэкономической ситуации в стране.

Проблема совершенствования экономической политики, направленной на стимулирование роста сбережений в банковских вкладах, увеличение их сроков привлечения и повышение доли сбережений в белорусских рублях определяет актуальность данной

работы на макроуровне. А роль и место сбережений населения в ресурсной базе банка подтверждает актуальность темы на микроуровне.

Следует отметить, что привлечение вкладов в банковскую систему требует должного внимания в связи со сложившейся ситуацией в Республике Беларусь на конец 2014 года – начало 2015 года, которая вызвана инфляционными и девальвационными ожиданиями населения. Введение 30 % налога на покупку любой иностранной валюты было обусловлено массовым приобретением населением иностранной валюты, в частности долларов США, в декабре 2014 года. В связи со сложившейся ситуацией во многих банках отсутствовала валюта. Население, боясь обесценения белорусского рубля, изымало вклады, приобретало недвижимость. Следует также упомянуть о введенном запрете в январе 2015 года Национальным банком Республики Беларусь на покупку-продажу валюты на внебиржевом рынке до 2017 года. Также важно учесть и тенденцию снижения российского рубля и ухудшения экономической ситуации в Российской Федерации, что также оказало воздействие на население, так как Республика Беларусь и Россия являются Союзным государством. В рассматриваемой ситуации банки Республики Беларусь стремительно увеличили процентные ставки для привлечения вкладов населения и избежания массового оттока депозитов из банковской системы.

Для прогнозной оценки вкладов населения в национальной и иностранной валюте на основе эконометрических моделей автором использовалась программа EViews 5 с использованием основных факторов, влияющих на вклады. Среди основных факторов, которые оказывают прямую зависимость на вклады, можно выделить: процентные ставки в национальной и иностранной валюте, рост которых увеличивает средства населения во вкладах, а сокращение – уменьшает; денежные доходы населения, увеличение которых приумножает средства во вкладах; курс национальной валюты к доллару США, причём рост курса обуславливает склонность населения к инвалютным вкладам. Также важным фактором при построении модели для вкладов населения является индекс потребительских цен, который оказывает косвенное влияние. Следует отметить, что при увеличении индекса потребительских цен происходит сокращение суммы вкладов населения, и, наоборот.

Для того чтобы дать прогнозную оценку вкладам населения в национальной и иностранной валюте, необходимо построить регрессионные модели, при этом все данные представить в логарифмической форме, за исключением процентных ставок, а также важно определить порядок интегрированности всех данных. Важно также, чтобы при построении моделей все коэффициенты были статистически значимыми, то есть их вероятность должна быть менее 0,05.

Рассматривая результаты полученных моделей на макроэкономическом уровне, следует отметить, что для сбалансированной макроэкономической политики в 2015 году необходимо уделять значительное внимание обменному курсу национальной валюты к доллару США, а также денежным доходам населения. Вместе с тем результаты исследования показали не столь значительное влияние процентных ставок на объёмы депозитов. Поэтому некоторое снижение последних позволит снизить процентные расходы банков по формированию ресурсов, и, как следствие, удешевить кредиты для бизнеса. Однако, наметившаяся тенденция снижения увеличенных процентных ставок в 2014 году (несмотря на негативное явление декабря 2014 года – января 2015 года), в 2015 году потребует от банков уделять больше внимания качеству услуг, совершенствованию существующих и внедрению новых технологий, которые позволят сохранить клиентскую базу, а возможно и увеличить её. В связи с этим полученный результат может быть востребован при осуществлении сценарного анализа при принятии тех или иных решений на макроэкономическом уровне, так и при расчёте плановых показателей отдельного банка.

## Список используемой литературы

1 Денежные доходы, расходы и сбережения населения // Аналитическое обозрение Национального банка Республики Беларусь «Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь». – Минск, январь-июль 2013 г. – С. 20.

### **А. І. ЖОВТИЙ**

(м. Харків, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)

Науч. рук. **Н. Л. Гавкалова**

д-р экон. наук, проф.

## **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ» ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ**

У наш час у податковій сфері все ширше знаходить місце застосування поняття «адміністрування податків». Однак на сьогодні ані в теорії податкового права, ані у вітчизняному законодавстві відсутні усталені підходи щодо розуміння змісту поняття «адміністрування податків». Таким чином актуальність теоретичного обґрунтування змісту зазначеного поняття обумовлюється потребами не лише науки, але й практики у сфері справляння податків, необхідністю вдосконалення законодавчого регулювання цієї сфери.

Дослідженням процесу управління справлянням податків присвячено чимало праць вітчизняних вчених, веред яких зазначимо доробки: Андрущенко В. Л., Василевської Г. В., Мельника В. М., Крисоватого А. І. [1, 2, 3, 4]. Але питання, пов'язані з визначенням сутності поняття «адміністрування податків», не до кінця вирішені, що зумовлює доцільність власного дослідження зазначеної проблеми. Метою статті є обґрунтування сутності поняття «адміністрування податків» у вітчизняній теорії та практиці.

Адміністрування податків визначається як управлінська діяльність в сфері управління. Таку діяльність здійснюють відповідні державні органи в межах встановлених правил, використовуючи специфічні методики. Крім того, адміністрування податків можна представити як середовище, у якому держава в особі її органів виконавчої влади вступає у відносини з платниками податків з приводу відчуження частки власності останніх та формування централізованих фондів грошових ресурсів. Отже, адміністрування податків вміщує певну кількість складових, таких як:

- сукупність відповідних державних органів, які здійснюють управлінську діяльність, пов'язану із забезпеченням процесу справляння;
- напрями управлінської діяльності адміністраторів податків за функціональним спрямуванням;
- механізм адміністрування податків, що включає цілі, функції, принципи, методи управління процесом справляння;
- податкові відносини (стосунки).

У наукових працях різних авторів при розкритті сутності поняття «адміністрування податків» акцентується увага на наявність у структурі податкових правовідносин державного суб'єкта, спеціально уповноважених у сфері оподаткування органів виконавчої влади. Перш за все, це органи Державної податкової служби, яка на сьогодні склалася в структурі держави як економіко-політична система і визнається як самостійний інститут влади.

У цілому можна погодитись із визначенням справляння податків і зборів як правовідносин, які обумовлюють виконання податкових зобов'язань платниками податків та здійснення уповноваженими органами держави контрольних функцій щодо своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати лише тих податків і зборів, які від-

несені до їх відання. При цьому з юридичної точки зору поняття «адміністрування податків» розуміється вужче порівняно із справлянням податків поняття, а саме, як правовідносини, які складаються у сфері здійснення уповноваженими державними органами заходів з погашення податкового боргу і передбачають застосування методів владно-примусового характеру до платників податків. Особливістю податкового адміністрування як економіко-правової категорії є відсутність його визначення в законодавчих актах. У Податковому кодексі України в розділ II «Адміністрування податків, зборів (обов'язкових платежів)» викладені правові норми щодо загальних особливостей податкового адміністрування. У ч. 1 ст. 40 Податкового кодексу України зазначено: «Цей розділ визначає порядок адміністрування податків і зборів..., а також порядок контролю за дотриманням вимог податкового та іншого законодавства у випадках, коли здійснення такого контролю покладено на контролюючі органи» [5].

Отже, за результатами аналізу точок зору вітчизняних теоретиків та практиків можемо запропонувати власне бачення визначення змісту поняття «податкового адміністрування»: це правовідносини, які складаються у сфері здійснення уповноваженими державними органами заходів з погашення податкового боргу і передбачають застосування методів владно-примусового характеру до платників податку, які здійснюються відповідно до законодавчих і нормативно-правових актів.

#### Список використаної літератури

- 1 Андрущенко, В. Л. Адміністрування податків і платежів: предмет і метод дослідження / В. Л. Андрущенко // Збірник наукових праць Академії ДПС України. – 2008. – № 4. – С. 76-78.
- 2 Василевська, Г. Економічні засади теорії податкового адміністрування в Україні / Г. Василевська // Економічний аналіз. – 2008. – Вип. 3 (19). – С. 77.
- 3 Мельник, В. М. Оподаткування: наукове обґрунтування та організація процесу: моногр. / В. М. Мельник. – К.: Комп., 2006. – 278 с.
- 4 Крисоватий, А. І. Адміністрування податків в Україні : організація та напрями трансформації: монографія / А. І. Крисоватий, Т. Л. Томнюк. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. – 212 с.
- 5 Податковий кодекс України: за станом на 20 лют. 2011 р. – Офіц. Вид. – Х.: Одісей, 2011. – 576 с.

#### **А. А. КАРЧЕВСКАЯ**

(г. Минск, Международный университет «МИТСО»)

Науч. рук. **С. Ф. Назарова,**

канд. экон. наук, доц.

#### **НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития в западной и отечественной литературе последнее время часто связывается с понятием инновационного процесса. Поддержка инновационной деятельности в целях повышения конкурентоспособности бизнеса, науки и промышленности Республики Беларусь, вхождения Беларуси в международные экономические союзы и эффективности решения проблем социально-экономического развития страны должна стать одним из приоритетных направлений государственной политики.

Но рыночные инновационные механизмы в Республике Беларусь полноценно пока не заработали, существующие экономические реалии, бюджетное и налоговое законодательство ограничивают возможности доступа предпринимательства в сфере инноваций к необходимым ресурсам. Для Беларуси необходимо динамично развивать инновационный потенциал экономики с целью обеспечения внедрения высокотехнологичных

разработок и устранения последствий организационного отрыва науки от производства, оказывать прямую и косвенную поддержку инновационной деятельности и прикладных научных исследований.

Доминирующие технологии в Республике Беларусь относят к традиционным. В настоящее время финансирование инновационной деятельности предприятий осуществляется по нескольким каналам: за счёт амортизационных отчислений, за счёт прибыли, за счёт отраслевых инновационных фондов, за счёт кредитных ресурсов, за счёт иностранных инвестиций.

Амортизационные отчисления накапливаются на предприятии в амортизационном фонде и направляются на закупку нового оборудования, новых технологий. Однако чаще всего средств амортизационных фондов недостаточно для глобальной инновационной деятельности. Прибыль предприятия в целях инновационной деятельности может направляться на проведение научных, опытно-конструкторских работ, финансирование производства новой продукции и т.д. В условиях экономического кризиса многие предприятия республики работают практически не получая прибыль. Финансирование инновационных проектов коммерческими банками сдерживается по ряду причин: задача банков – обеспечение надёжных и безопасных платежей – входит в противоречие с вложением средств в рискованные инновационные проекты. Важным источником финансирования инновационной деятельности являются иностранные инвестиции. Иностранный капитал не стремится в нашу страну из-за высокой налоговой нагрузки и нестабильного законодательства.

Вместе с тем, создание условий для формирования благоприятного инновационного климата заключается не только в предоставлении отдельных мер стимулирования, это обусловлено в целом совершенствованием налоговой системы в Республике Беларусь, упрощением процедур налогового администрирования и созданием максимально комфортных условий для исполнения плательщиками своих налоговых обязательств. Многие в этом направлении уже сделано.

Подводя итоги развития налоговой системы Республики Беларусь, можно сказать, что она приобрела такие важные черты, как устойчивость и стабильность функционирования, выраженная направленность на стимулирование воспроизводственных процессов. В период с 2006 по 2015 годы в республике отменено большое количество налогов и сборов. С 1 января 2010 года в Республике Беларусь вступила в действие Особенная часть Налогового кодекса. В результате утратили силу многочисленные налоговые законы, произошло упрощение налогового законодательства. При этом в рамках обычной хозяйственной деятельности уплачивается 5 налогов: налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, налог на недвижимость, налог на землю, экологический налог. Изменения налоговой системы республики, произошедшие с 1 января 2011 года, также направлены на сокращение числа платежей, на упрощение налоговой отчетности, упрощение налогового администрирования. С 2012 года в рамках работы по снижению налоговой нагрузки на экономику и дальнейшему упрощению налоговой системы ставка налога на прибыль снижена с 24 % до 18 % [1]. В республике большое внимание уделяется созданию оптимальных условий для привлечения инвестиций в сферу малого бизнеса, упрощению порядка налогообложения. Указанные меры обеспечили снижение налоговой нагрузки. Таким образом, очевиден тот факт, что государством уже сегодня проведена значительная работа по созданию условий для формирования благоприятного инвестиционного климата.

В целях стимулирования развития инновационной деятельности и привлечения для этих целей иностранных инвестиций можно предложить следующие меры по совершенствованию налогового законодательства:

– уменьшение налогооблагаемой прибыли (дохода) на величину прибыли, полученной от реализации продукции, которая изготовлена с использованием отходов

производства;

– стимулировать деятельность предприятий всех форм собственности по постоянному перевооружению производств за счёт внедрения новых и высоких технологий, путём освобождения от уплаты налогов в размере 30 % от затрат на приобретение данных технологий;

– предусмотреть освобождение от уплаты налогов на прибыль (доходы) в течение 24 месяцев со дня регистрации для вновь созданных предприятий, осуществляющих приоритетные для региона инновационные разработки; при закрытии предприятия ранее чем через 36 месяца произвести уплату налогов в полной мере;

– использование потенциала местных органов управления путём стимулирования приоритетной для региона деятельности через уменьшения либо исключения уплаты в течение трёх лет налога на землю и недвижимость инновационных предприятий.

Данные мероприятия позволят использовать инновационный потенциал предпринимательства, сделают привлекательной инновационную деятельность в Беларуси для иностранных инвесторов и повысят эффективность внедрения в промышленность результатов фундаментальных и прикладных исследований, что приведёт к эффективному развитию реального сектора экономики.

#### Список используемой литературы

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть): Кодекс Республики Беларусь от 29.12.2009 г. № 71-3 (ред. от 26 октября 2012 г. № 431-3) [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 16.01.2015).

**Д. Н. КИРИК, Е. Н. ГРИДЮШКО**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Е. Н. Гридюшко,**

канд. экон. наук, доц.

#### ОПЫТ ПОДОХОДНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ГЕРМАНИИ

Германия как одна из экономически мощных государств Европы имеет чётко выстроенную систему налогообложения. Налоги в Германии составляют около 80 % бюджетных доходов, и правительство рассматривает их как главное средство воздействия государства на развитие экономики. Система налогообложения в Германии насчитывает около 45 различных видов налогов.

Одним из важнейших налогов является подоходный налог, который платят физические лица, проживающие в Германии на постоянной основе (более 180 дней в году). Граждане уплачивают налог с доходов от сельского и лесного хозяйства, торговли или предпринимательской деятельности, самостоятельной работы и профессиональных услуг, наёмного труда, сдачи имущества в аренду [1].

Ставка подоходного налога в Германии имеет прогрессивный характер, минимальная ставка – 14 %, максимальная – 45 %. Налоговая ставка определяется на основании тарифной сетки (Grundtabelle). В данном случае можно говорить об эффективной налоговой ставке, имеющей нелинейный характер. Данные таблицы 1 иллюстрируют прогрессивную зависимость налоговой нагрузки от величины налогооблагаемого годового дохода для налоговых резидентов Германии, полученного в 2014 календарном году [2].

Таблица 1 – Подоходный налог в Германии, уплачиваемый налоговыми резидентами в 2014 календарном году (с учётом вычета Grundfreibetrag – минимальный годовой доход)

евро

Показатели	Размер облагаемого дохода, полученного налоговыми резидентами в 2014 г.							
	< 8 354	10 000	13 000	15 000	20 000	30 000	40 000	50 000
Налоги, подлежащие уплате с доходов								
Подоходный налог (Einkommensteuer)	0,00	256,00	860,00	1 343,00	2 634,00	5 558,00	8 940,00	12 780,00
Налоговая надбавка (Solidaritätszuschlag)	0,00	0,00	0,00	73,86	144,87	305,69	491,70	702,90
Итого налогов к уплате	0,00	256,00	860,00	1 416,86	2 788,87	5 863,69	9 431,70	13 482,90
Эффективная налоговая ставка, %	0,00	2,56	6,62	9,45	13,89	19,55	23,58	26,97

Примечание: источник [2].

Примечания к таблице:

– в соответствии с параграфом 32 Einkommensteuergesetz (EStG-Налоговый кодекс) налогооблагаемый доход для налоговых резидентов (für unbeschränkt Einkommensteuerpflichtige) не облагается налогом, если за год он не превышает Grundfreibetrag – минимальный годовой доход (в 2014 году – 8 354 евро);

– Solidaritätszuschlag (SolZG)– налоговая надбавка взимается, если налогооблагаемая база в соответствии с § 3 абз. 3 SolZG превышает 972 евро (ставка налога – 5,5 % от суммы подоходного налога).

Данные таблицы 2 показывают сумму подоходного налога, подлежащего уплате налоговыми нерезидентами Германии, полученного в 2014 году. Следует отметить, что с 01.01.2014 года налоговый вычет для расчёта подоходного налога в Германии составляет для налоговых резидентов 8 354 евро.

Таблица 2 – Подоходный налог в Германии, уплачиваемый налоговыми нерезидентами в 2014 календарном году (без учёта вычета Grundfreibetrag – минимальный годовой доход)

евро

Показатели	Размер облагаемого дохода, полученного налоговыми нерезидентами в 2014 г.							
	2 000	5 000	10 000	15 000	20 000	30 000	40 000	50 000
Налоги, подлежащие уплате с доходов								
Подоходный налог (Einkommensteuer)	318,00	943,00	2 196,00	3 563,00	5 045,00	8 352,00	12 116,00	16 269,00
Налоговая надбавка (Solidaritätszuschlag)	0,00	0,00	120,78	195,96	277,47	459,36	666,38	894,79
Итого налогов к уплате	318,00	943,00	2 316,78	3 658,96	5 322,47	8 811,36	12 782,38	17 163,79
Эффективная налоговая ставка, %	15,90	18,86	23,17	25,06	26,61	29,37	31,96	34,32

Примечание: источник [2].

С 2010 года отменена минимальная налоговая ставка подоходного налога в Германии для нерезидентов, которая раньше составляла 25 %. В настоящее время эффективная налоговая ставка для нерезидентов – 14 %. Эта мера значительно повышает привлекательность инвестиций в Германию для инвесторов с небольшим и средним капиталом, что, в свою очередь, уже начало оказывать влияние на рост спроса на немецкую недвижимость со стороны инвесторов [3, с.24].

В Германии существует налоговая надбавка в поддержку солидарности. Данный налоговый сбор представляет собой налоговую надбавку к подоходному налогу и налогу с корпораций. Для физических лиц налогооблагаемой базой является начисленная

сумма подоходного налога, превышающая 972 евро. Ставка налога – 5,5 % от суммы начисленного подоходного налога, но не более 20 % от разницы между суммой начисленного подоходного налога и необлагаемой минимальной налоговой надбавкой в 972 евро [1].

Сравнивая налоговую систему Германии с другими странами Европейского союза, можно сделать вывод об использовании различных подходов к построению механизма налогообложения граждан и организации и влиянии внутренних и внешних факторов на данный механизм. По показателям инвестиционного, регионального, отраслевого, конкурентного потенциала, доходов населения и предприятий, имущественных и акцизных платежей и других показателей Германия имеет более высокий рейтинг составляющих показателей построения налоговой системы по сравнению с другими европейскими странами [3, с. 23].

#### Список используемой литературы

1. Кузнецова, Е. В. Налоговые системы Германии и Испании: матер. VI междунар. электр. науч. студ. конф. «Студенческий научный форум» / Е. В. Кузнецова [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.scienceforum.ru> (дата обращения: 20.01.2015).

2. V&M Investment [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.europa-invest.net> (дата обращения: 17.01.2015).

3. Юрзинова, И. Л. Налоги с корпораций зарубежных стран / И. Л. Юрзинова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2013. – №5-6. – С. 23.

**Е. А. КЛИМЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Иванова**

### **ФИНАНСИРОВАНИЕ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В условиях рыночной экономики формирование и совершенствование инвестиционной политики на среднесрочную и долгосрочную перспективу имеет большое значение, так как от её эффективности зависит состояние производственно-технической базы предприятий и их конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках. Одним из факторов, определяющим стратегические цели и направления инвестиционной политики промышленных предприятий, является основной капитал.

На состояние основного капитала оказывали наиболее существенное негативное влияние инфляция, несовершенная амортизационная политика, нехватка инвестиционных ресурсов для воспроизводства основных средств и другие факторы. В результате используемые в производстве основные средства характеризуются высокой степенью износа, как морального, так и физического. В 2014 году износ основных средств составил около 80 %, а в 2004 году он составлял 50,9 %. Это значит, что их нужно модернизировать, реконструировать, а в большинстве случаев предприятиям нужна полная замена устаревшего оборудования, что требует поиска источников финансирования.

Согласно статистическим данным наибольший удельный вес занимают инвестиции за счет собственных средств организаций и за счет кредитов банков. Однако собственных источников финансирования недостаточно для полного переоборудования, так как многие предприятия не получают прибыль. Тогда остаётся два варианта решения проблемы: использовать заёмные средства, либо получить бюджетное финансирование. Но и здесь существует ряд препятствий, например, таких как высокие процентные ставки по кредитам, что намного усложняет деятельность предприятия. Что же касается

бюджетного финансирования, то получить его могут только те предприятия, в деятельности которых заинтересовано государство.

В сложившейся ситуации проблему финансирования воспроизводства основного капитала в значительной степени могут решить государственные и иностранные инвестиции. В январе-сентябре 2014 года использовано 149,6 трлн. руб. инвестиций в основной капитал, что в сопоставимых ценах составляет 89,6 % к уровню января-сентября 2013 года.

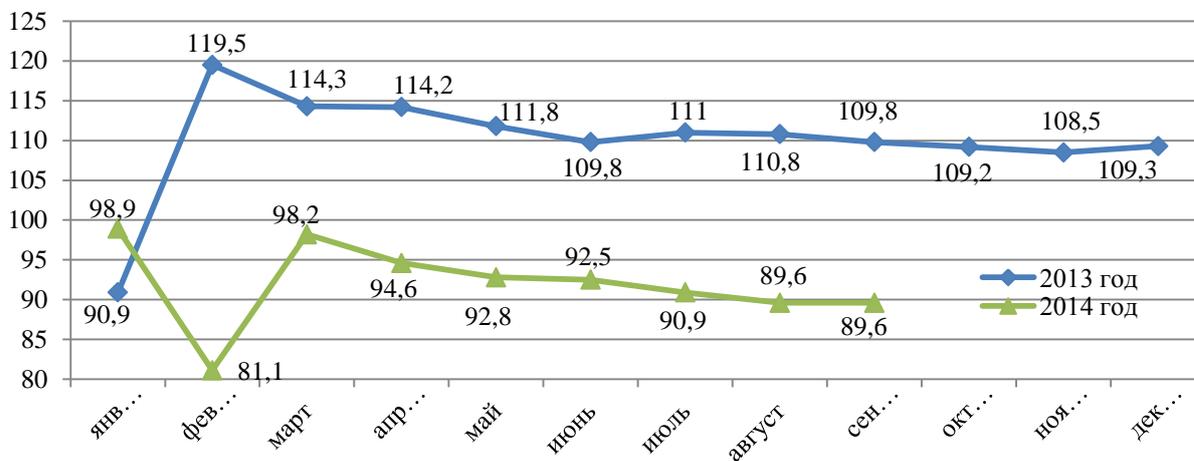


Рисунок 1 – Динамика величины инвестиций в основной капитал (в процентах к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах) за 2013 – 2014 гг.

Как показывает статистика, объем государственных инвестиций в основной капитал предприятий имеет тенденцию к снижению, что отрицательно сказывается на работе предприятий. Что же касается привлечения прямых иностранных инвестиций, то в Республике Беларусь утверждена стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций до 2015 года.

По данным национального статистического комитета Республики Беларусь в 2013 году прямые иностранные инвестиции в Беларусь на чистой основе выросли в 1,6 раза – до 2,14 млрд. долл. США. Столь значительное увеличение данных инвестиций обеспечил реальный сектор экономики, в котором чистые инвестиции за год выросли почти в 2 раза, достигнув 1,66 млрд. долл. США [1].

Привлечение инвестиций (как иностранных, так и государственных) в белорусскую экономику является важным средством устранения инвестиционного недостатка в стране в условиях кризиса. Проанализировав методы и инструменты привлечения инвестиций и инвестиционный климат в Республике Беларусь, можно выявить следующие проблемы: несовершенство законодательства об инвестициях; неравномерное распределение инвестиций; слабую инвестиционную деятельность банков в Республике Беларусь в сфере долгосрочного кредитования капитальных вложений; недостаточную разработанность механизмов страхования инвестиций, особенно иностранных; большинство предприятий являются государственной собственностью; недостаточность привлечения иностранных инвестиций в экономику.

Республика Беларусь, как страна с переходной экономикой в значительной степени заинтересована в активном поступлении прямых иностранных инвестиций из-за рубежа в силу ограниченности внутренних источников поддержания дальнейшего экономического роста. Так, одной из основных задач Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы является активизация инвестиционных процессов и стимулирование притока прямых иностранных инвестиций в страну. Также с целью стимулирования притока прямых иностранных инвестиций и повышения

инвестиционной привлекательности нашего государства разработана и принята Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций на период до 2015 года [3].

Реализация стратегии позволит обеспечить ежегодный прирост объёмов прямых иностранных инвестиций, привлечь прямые иностранные инвестиции на чистой основе (без учёта задолженности прямому инвестору за товары (работы, услуги) в объёме 7-7,5 млрд. USD в 2015 году, достичь удельного веса иностранных источников в инвестициях в основной капитал не менее 21 %. Планируется обеспечить привлечение прямых иностранных инвестиций на одного занятого в экономике в размере до 1 600 долл. США в 2015 г. (против 1 200 долл. США в 2010 г.). Доля наукоёмкой и высокотехнологичной продукции в общем объёме экспорта товаров вырастет до 14 % [3].

Таким образом, для обеспечения устойчивого экономического роста в республике и привлечения внешних и внутренних инвестиций необходимо дальнейшее развитие финансовых институтов: банковской сферы, страхования, рынка ценных бумаг и производных финансовых инструментов, лизинговых и небанковских кредитно-финансовых организаций, инвестиционных и иных фондов. Для обеспечения благоприятного инвестиционного климата наряду с либерализацией и приватизацией необходимы оптимизация налоговой системы, изменения в сфере требований при осуществлении административного контроля; обеспечение и соблюдение прав собственности; защита миноритарных акционеров; судебное обеспечение неприкосновенности договоров; дальнейшее упрощение доступа инвесторов к рынку недвижимости и земельным участкам; развитие информационной поддержки инвесторов с созданием специализированных инвестиционных структур.

#### Список используемой литературы

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 25.12.2014).

2 Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 01.02.2015).

3 Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь на период до 2015 года: постан. Совета Мин-в Респ. Беларусь и Нац. банка Респ. Беларусь от 18.01.2012 № 51/2 [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 01.02.2015).

#### **О. В. КОРОЛЬ**

(г. Пинск, Полесский государственный университет)

Науч. рук. **А. А. Матяс,**

канд. экон. наук, доц.

### **НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ**

В Республике Беларусь на сегодняшний день очень популярно кредитование физических лиц. Большинство банков предлагают различные виды банковского продукта, ориентированного на кредитополучателя – физическое лицо. Отсюда возникает и жесткая конкуренция между банками, борьба за клиента [1].

Многие банки республики в борьбе за привлечение физических лиц в качестве кредитополучателей минимизируют затраты на получение кредита путем установления жестких временных рамок с момента заполнения анкеты до принятия решения о выдаче кредита путем сокращения пакета документов, времени рассмотрения заявки.

До недавнего времени во многих банках можно было получить кредит на потребительские нужды только по паспорту без представления справки о заработной плате, причем буквально в течение получаса и на значительную сумму.

Такие действия банков полностью соответствовали кредитному законодательству Республики Беларусь, а именно нормам Инструкции о порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата, утверждённой постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 30.12.2003 г. № 226 (далее – Инструкция № 226) [2].

Значительные перемены в деятельности банков произошли после того, как 26.04.2014г. вступило в силу постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 18.04.2014 № 253 «О некоторых вопросах предоставления кредитов физическим лицам и финансирования под уступку денежного требования (факторинга)» (далее – постановление № 253).

Данным постановлением предусмотрено, что оценка банком кредитоспособности физического лица для принятия решения о предоставлении ему кредита осуществляется при наличии справки о размере заработной платы (денежного довольствия) или иных документов, подтверждающих получение дохода [3].

Таким образом, можно выделить преимущества и недостатки введенного трёхлетнего запрета на выдачу кредитов без справок:

- Национальный банк страхует коммерческие банки от мошенничества, когда манипулировали отдельными гражданами при продаже им товара в рассрочку;
- минус для кредитополучателя в том, что перед тем, как взять кредит на покупку не самой дорогой вещи, необходимо получить справку о доходах в бухгалтерии, что отнимает время и оттягивает совершение покупки во времени;
- новое постановление – ещё один плюс для микрофинансовых организаций, поскольку ставки по оформляемым ими займам порой достигают 700 % в год.

Важно отметить, что микрофинансовые организации прекратили оформлять займы физическим лицам с 01.01.2015г. Указ № 325 «О привлечении и предоставлении займов, деятельности микрофинансовых организаций» от 30.06.2014г. призван совершенствовать порядок деятельности, связанной с привлечением и предоставлением займов на постоянной основе. Указ № 325 содержит нормы, которые обеспечивают защиту прав физических лиц, выступающих потребителями микрофинансовых услуг. Отслеживать выполнение прав таких потребителей будет Национальный банк [4].

Рассмотрим соблюдение банками требований Национального банка Республики Беларусь на примере ЗАО «Идея Банк». При оформлении кредитного договора в ЗАО «Идея Банк» кредитополучателю дополнительно открываются два текущих счёта, на которые впоследствии будут зачислены денежные средства. То есть помимо платы по кредиту в ежемесячный платёж клиента входит ещё плата за обслуживание текущего счёта. Данная комиссия варьируется в зависимости от суммы оформленного кредита в пределах от 20 000 до 1 000 000 руб. Таким образом, сначала оформляется кредитный договор, далее сумма кредита переводится внутрибанковским переводом на текущий счёт «К КРЕДИТУ». С данного счёта доступна выдача наличных денежных средств с комиссией 10 % от суммы, но на практике денежные средства в полном объёме переводятся на второй текущий (расчётный) счёт, при этом взимается комиссия за зачисление денежных средств на счет, равная 7,49 % от суммы, и уже оставшаяся сумма становится доступной клиенту. По текущему счёту «К КРЕДИТУ» ежемесячная плата не предусмотрена, а по второму текущему счёта плата оговаривается в договоре текущего (расчётного) счёта, причем данная плата может меняться (увеличиваться) несколько раз в год по решению банка.

Ранее законодательство Республики Беларусь допускало закрепление в кредитном договоре помимо процентов и дополнительных платежей за пользование кредитом.

Согласно Банковскому кодексу банки не имеют право наряду с процентами взимать с кредитополучателей какие-либо дополнительные платежи за пользование кредитом.

Между тем Национальным банком в ряде своих писем в адрес банков и Ассоциации белорусских банков была высказана позиция о том, что отдельные платежи по кредитному договору не могут быть квалифицированы в качестве платежей, не допускаемых к взиманию с кредитополучателей ст. 137 Банковского кодекса [5].

Итак, можно выделить следующие виды платежей, которые банк в соответствии с законодательством вправе взимать с клиентов:

– возмещение кредитополучателями расходов банков, связанных с оформлением договоров страхования, поручительства, залога (т.к. данные договоры в силу норм Гражданского Кодекса являются отдельными от кредитного договора видами обязательств, поэтому возмещение расходов на оформление соответствующих договоров не относится к не допускаемым ко взиманию по кредитным договорам платежам) [6];

– плата за предоставление кредитополучателю наличных денежных средств (исходя из ст. 14 Банковского Кодекса предоставление наличных денег – элемент отдельной банковской операции (осуществление расчетного и кассового обслуживания) [5]. Однако данная плата не может быть классифицирована в качестве запрещенной в случае, если кредитный договор предоставляет кредитополучателю опцию – получить его сумму в наличной или в безналичной форме).

Таким образом, взимание ЗАО «Идея Банк» комиссии за зачисление денежных средств на текущий счет неправомерно, так как разрешенной Национальным банком операцией является взимание платы за предоставление кредитополучателю наличных денежных средств, а не за их зачисление.

#### Список используемой литературы

1 Сафаревич, Д. Новые правила игры в сфере кредитования / Д. Сафаревич // Юрисконсульт [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://ju.promkompleks.by> (дата обращения: 05.01.2015).

2 Новые правила в сфере кредитования (Комментарий к постановлению Правления Нацбанка Республики Беларусь от 18.04.2014 № 253 «О некоторых вопросах предоставления кредитов физическим лицам и финансирования под уступку денежного требования (факторинга)») // GB.BY Бухгалтерский портал [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.gb.by> (дата обращения: 21.01.2015).

3 О некоторых вопросах предоставления кредитов физическим лицам и финансирования под уступку денежного требования (факторинга): постан. Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 18.04.2014г. №253 [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 01.02.2015).

4 Конец эпохи свободных МФО // Банки Беларуси: курсы валют, кредиты, вклады [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://infobank.by> (дата обращения: 10.01.2015).

5 Банковский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 20.01.2015).

6 Гражданский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой формы информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 20.01.2015).

#### **М. А. КУШНЕРОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ**

Банки Республики Беларусь активно проводят операции по привлечению и размещению денежных средств. Проблема привлечения банками свободных денежных

средств населения – одна из наиболее актуальных в настоящее время. Подъем экономики во многом определяют внутренние инвестиции. Задача банков – аккумулировать временно свободные денежные средства населения для их последующего инвестирования в экономику. В то же время, важно подчеркнуть, что и сами банки не в состоянии развиваться устойчиво и стабильно, не имея надежной ресурсной базы [1].

Подавляющую часть пассивов банка составляют привлеченные средства юридических и физических лиц, а также других банков. Одним из основных требований, которое должно соблюдаться банками в течение всего периода функционирования, является поддержание на должном уровне ликвидности и своевременное выполнение обязательств перед клиентами. Способность банка соответствовать этим требованиям во многом зависит от состава и структуры его пассивов. Основными видами привлеченных средств, которые должны объективно использоваться коммерческими банками для осуществления кредитных вложений, являются депозиты срочного характера. Однако банковская практика показывает, что при формировании этих видов пассивов, вследствие влияния ряда факторов, складываются неблагоприятные тенденции.

Анализ структуры срочных банковских вкладов в разрезе категорий вкладчиков показал, что на 1 января 2014 г., резиденты Республики Беларусь продолжают оставаться основными вкладчиками в белорусских банках. Объем размещенных резидентами денежных средств в срочные банковские вклады (депозиты) за октябрь – декабрь 2013 г. увеличился на 4,6 трлн. руб., или на 5,6 %, и на 1 января 2014 г. составил 86,6 трлн. руб., или 96,8 % (на 1 октября 2013 г. – 97 %) общего объема денежных средств, размещенных вкладчиками (рисунок 1).



Рисунок 1 – Срочные банковские вклады (депозиты) вкладчиков–резидентов Республики Беларусь, млрд.руб. [ 2 ]

В связи с тем, что значительный объем в пассивах банка занимают ресурсы до востребования, существует риск возможности их одновременного изъятия. Нельзя считать, что срочные депозиты банка полностью освобождены от данного риска. Несмотря на то, что подобные ресурсы предоставлены банку на конкретные сроки, у их владельцев существует возможность (при определенных потерях части доходов) отозвать свои средства из банка досрочно. И изъятие ресурсов до востребования в объемах, превышающих запланированные банком, и досрочный отзыв срочных депозитов могут стать факторами риска потери банком ликвидности.

Сглаживание подобного риска на практике достигается путём диверсификации портфеля депозитов по типам клиентуры, срокам привлечения, поддержанием определенного запаса ликвидности рациональным формированием банковских активов.

В отличие от активных пассивные операции по привлечению ресурсов в меньшей степени регулируются Национальным банком. Не регламентируется общий размер привлечения банками средств, но по отдельным видам пассивных операций могут

устанавливаться экономические нормативы или определенные ограничения. Банкам необходимо дифференцировать процентные ставки по видам вкладов в зависимости от спроса на кредитные ресурсы, сроков хранения средств, категорий вкладчиков. Процентная политика банка должна строиться с учетом процентного риска.

Средняя процентная стоимость каждого депозитного элемента определяется делением указанных затрат по вкладам граждан (в виде выплаты процентов) на средние остатки по вкладам граждан.

Данный расчёт характеризует среднюю процентную стоимость каждого рубля вкладов граждан. Таким образом, банковская практика в Республике Беларусь свидетельствует о том, что цели разрабатываемой депозитной политики, как правило, сводятся к обеспечению привлечения депозитов в размере и структуре, необходимых для проведения активных операций банка и соответствующих требованиям стратегии управления ликвидностью и рентабельностью банка.

Для укрепления депозитной базы и расширения ресурсного потенциала банкам предлагается:

- расширить перечень существующих вкладов, ориентируясь на разные слои населения с разным уровнем доходов;
- принять меры по минимизации негативного влияния непредвиденного изъятия срочных вкладов;
- активизировать рекламную деятельность банка;
- предложить соединение вкладных продуктов с кредитными.

#### **Список используемой литературы**

1 Купникова, О. В. Перспективы развития белорусской экономики / О. В. Купникова // Банковский вестник. – 2013. – № 3 – С. 110

2 Информация о финансовом состоянии банков Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 30.01.2015).

#### **О. С. ЛИС**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

### **ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПО СТАБИЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Высокая стабильность валютного рынка во многом предопределяет успех бизнеса. Однако следует констатировать, что на сегодняшний день валютный рынок нестабилен, что напрямую отражается на бизнес-процессах стран-контрагентах. Беларусь не исключение, так как связана, прежде всего, торговыми отношениями с Российской Федерацией, Украиной, Казахстаном и рядом других стран. Белорусский бизнес заинтересован в стабилизации ситуации на валютном рынке и, как следствие, расширения товарооборота между странами.

Ситуация на валютном рынке не радужная, о чем говорят ниже представленные данные. В период с 8 по 12 декабря 2014 года регистрировалось поступательное снижение стоимости корзины валют со значения 3 085,01 руб. в начале периода до отметки 3 035,57 руб. к его окончанию. Динамика корзины валют представлена на рисунке 1. На 20 декабря её стоимость составила 3 005,50 руб., снизившись на 30,055 руб. Затем, к 23 декабря стоимость валютной корзины выросла до 3 097,29 руб. [1].

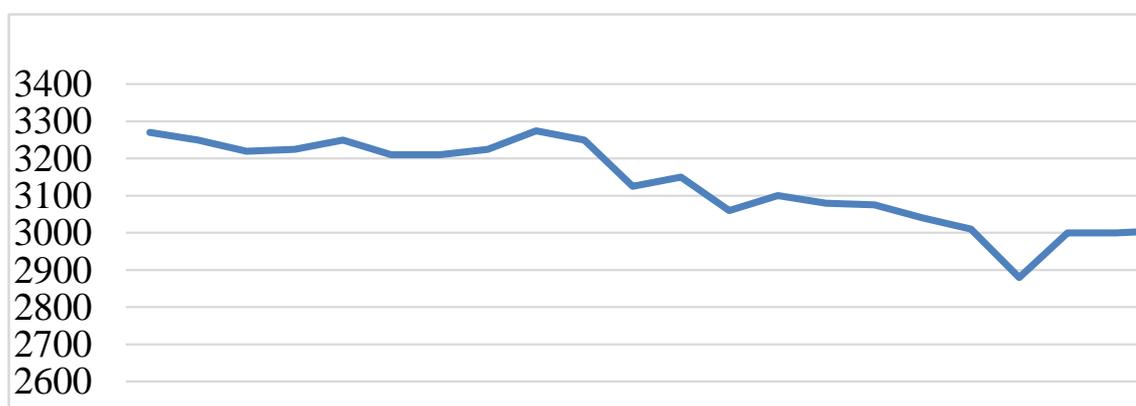


Рисунок 1 – Динамика корзины валют в период с ноября по декабрь 2014 года, руб.

Динамика изменения официального курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам в январе 2015 года представлена на рисунке 2. Курс доллара с начала января 2015 года укрепился на 3 460 руб., курс евро – на 2 880 руб., относительно российского рубля, то его курс снизился на 2,5 руб. до 224,5 руб.

В целях обеспечения устойчивого и сбалансированного развития экономики Национальный банк, проводя совместно с Правительством единую экономическую политику, оперативно и гибко будет реагировать на внешние вызовы, используя имеющийся инструментарий. Базовым условием является замедление инфляционных процессов. К тому же ценовая стабильность – очень чувствительный вопрос для населения и напрямую влияет на формирование доверия к национальной валюте.

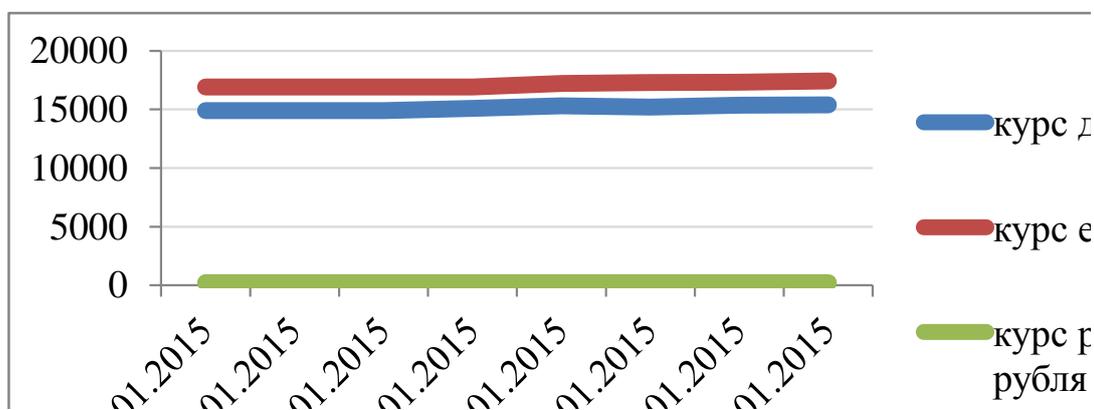


Рисунок 2 – Динамика изменения официального курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам в январе 2015 года, руб.

Целевой параметр по снижению инфляции в 2015 году определен Основными направлениями денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2015 год. Однако в силу резкого ухудшения ситуации, как во внешнем секторе, так и на внутреннем валютном и депозитном рынках, что привело к ослаблению курса белорусского рубля, прогнозное значение инфляции потребует уточнения. Эта работа будет проведена во взаимосвязке с уточнением параметров бюджета и прогноза социально-экономического развития страны на текущий год. В среднесрочной перспективе планируется приведение уровня инфляции к однозначной величине. Обеспечение ценовой стабильности будет сопровождаться реализацией Правительством и Национальным банком комплекса мер по дедолларизации экономики и повышению доверия к национальной валюте.

В рамках данной работы реализуются меры по максимальному ограничению осуществления расчётов в иностранной валюте на территории Республики Беларусь, а также отказу от привязки к доллару США или евро при определении цен, ставок по арендной плате, таможенных пошлин и иных платежей. Еще одной ключевой задачей является поддержание золотовалютных резервов на безопасном уровне. Для повышения гибкости курсовой политики с 9 января 2015 года используется механизм привязки курса белорусского рубля к корзине валют. Это означает отказ от прямой привязки курса белорусского рубля к доллару США. При этом, исходя из структуры внешнего товарооборота и получаемой валютной выручки, удельный вес российского рубля увеличен до 40 %, доллара США и евро снижен до 30 % соответственно. Валютные интервенции будут проводиться только для сглаживания пиковых колебаний стоимости корзины иностранных валют в объёмах, обеспечивающих положительное сальдо покупки-продажи Национальным банком иностранной валюты в среднесрочном периоде.

Обменный курс будет более гибко реагировать на резкие изменения ситуации как внутри страны, так и на внешних финансовых рынках. В то же время это приведет к более сильным колебаниям обменного курса белорусского рубля по отношению к доллару США [2]. Однако необходимо отметить, что в среднесрочном периоде при проведении адекватной бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики давление на валютный рынок снизится, и произойдет стабилизация курсовых ожиданий, что позволит уменьшить колебания курса белорусского рубля.

#### Список используемой литературы

1 Экономическое обозрение Республики Беларусь // Официальный сайт Приорбанка [Электронный ресурс]. – Минск, 2015. – URL: <http://www.priorbank.by> (дата обращения: 29.01.2015).

2 Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 30.01.2015).

**А. А. МАКСАК**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **А. В. Петракович,**

канд. экон. наук, доц.

#### ВИДЫ И ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

В Республике Беларусь под добровольным медицинским страхованием понимается система отношений по защите имущественных интересов физических лиц при наступлении событий (страховых случаев), предусмотренных договором добровольного страхования медицинских расходов за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых юридическими и физическими лицами страховых взносов.

В последние десятилетия практически во всех странах мира отмечается рост расходов на здравоохранение, который обусловлен следующими факторами:

- демографическими: снижение рождаемости, старение населения;
- ростом реального объема медицинских услуг;
- внедрением новых более дорогих медицинских технологий и медикаментов;
- расширением прав пациентов, повышением заинтересованности граждан в собственном здоровье;
- стремлением медицинского персонала, работающего в условиях оплаты труда, зависящего от объема выполненной работы, к назначению дорогостоящих лекарств, не всегда целесообразных дорогостоящих операций и процедур.

В Беларуси в системе добровольного медицинского страхования (добровольного страхования медицинских расходов) число застрахованных клиентов не превышает 1 000 человек (0,01 % населения Беларуси). Это обусловлено тем, что действующая нормативная правовая база тормозит развитие добровольного медицинского страхования и противоречит интересам всех субъектов добровольного медицинского страхования: граждан, страховых компаний, медицинских организаций и страхователей. В то же время число потенциальных клиентов системы добровольного медицинского страхования, по расчетным данным, достигает 5 % от численности населения [1].

Поэтому в Республике Беларусь оплачивать страхование медицинских расходов для своих работников предпочитают главным образом крупные компании, персонал которых составляет 100 человек и выше. В тоже время, гибкость и доступность добровольного медицинского страхования, выбор тарифов и условий позволяет такому страхованию стать одним из самых удачных и действенных инструментов мотивации персонала компании. Качество традиционного медицинского обслуживания в Беларуси заставляет многие компании искать дополнительные способы сохранить здоровье персонала. В успешных фирмах знают, что потеря одного рабочего дня ценного сотрудника может стоить в несколько раз больше, чем его медицинская страховка. Поэтому в компаниях стараются заботиться о качестве лечения, в том числе и для того, чтобы сократить количество больничных листов.

В Республике Беларусь в последние годы осуществляется активное реформирование здравоохранения, связанное в основном с внедрением ресурсосберегающих технологий (дневные стационары, стандарты лечения и т.д.). Эти мероприятия несомненно повысят эффективность здравоохранения (соотношение затрат и результатов), однако создать современную систему оказания доступной и качественной медицинской помощи можно только при увеличении финансирования здравоохранения до 8–10 % ВВП в ближайшие годы. Задача увеличения объема ВВП, выделяемого на здравоохранение, вполне реальна, если дополнительно к бюджетным средствам привлечь средства добровольного и обязательного медицинского страхования, отчисления от оборота спиртных напитков, табачных изделий, игорного бизнеса, штрафов за экологические нарушения. Помимо платных медицинских услуг источником финансирования здравоохранения могут быть соплатежи населения при получении определенных видов помощи (например, бытовые и коммунальные услуги при оказании стационарной помощи).

На сегодня страховые компании Беларуси предлагают следующие виды медицинского страхования: амбулаторно-поликлиническая помощь, больничный стационар, стоматология, неотложная помощь [2].

Добровольное медицинское страхование – здесь в качестве страхового случая выступает необходимость страховых выплат при обращении страхователя по поводу заболевания в медучреждения республики. Компания, индивидуальный предприниматель или другое юридическое лицо страхуют свой интерес, который связан с компенсацией части стоимости или полной стоимости медицинских расходов за лечение сотрудника.

Страховые полисы могут заключаться по одному, нескольким либо всем перечисленным выше видам медицинского страхования. Зачастую отдельным полисом выступает стоматология, остальные три идут в комплексе. Сегодня добровольное медицинское страхование в Беларуси доступно на срок от трех месяцев (в основном, страхование в зимний сезон) до года (с последующим продлением).

Страховой взнос на одно застрахованное лицо при страховой сумме 1 000 долл. США сроком на один год в среднем составит 100 долл. США. Стоимость страхования зависит от многих факторов: выбранной страхователем страховой программы, страховой суммы, возраста застрахованного лица и рассчитывается индивидуально для каждого страхователя (предприятия или физического лица). При заключении договора страхования с физическим лицом, застрахованное лицо заполняет декларацию

о состоянии здоровья, на основании которой определяется группа здоровья застрахованного лица, которая влияет на сумму страхового взноса. В случае если страховая медицинская программа предусматривает медикаментозное обеспечение, медикаменты отпускаются бесплатно, по рецептам, выданным доверенным врачом на консультации, которая была согласована и организована Белгосстрахом. Для получения медикаментов застрахованному лицу необходимо предъявить рецепт и карточку застрахованного лица в аптеке (сети аптек), указанной в страховой медицинской программе.

Республика Беларусь рано или поздно перейдет к системам медицинского страхования вслед за всеми остальными странами мира. Ее граждане и общество в целом уже осознали, что за здоровье надо платить (государству, медицинским организациям или медицинским работникам). Государство должно быть заинтересовано в том, чтобы существовала прозрачная система использования средств граждан, эффективная система управления финансовыми потоками и контроля за качеством медицинской помощи, а средства граждан и работодателей эффективно использовались медицинскими организациями. Население заинтересовано в том, чтобы медицинская помощь была доступной и качественной, в наличии системы независимой экспертизы, защищающей его интересы. Все это может обеспечить система медицинского страхования и, в частности, обязательное медицинское страхование.

#### **Список используемой литературы**

1 Добровольное медицинское страхование в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.mednovosti.by> (дата обращения: 08.01.2015).

2 Добровольное страхование медицинских расходов [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://bgs.by> (дата обращения: 08.01.2015).

**А. А. МАЗАНЧУК**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. Н. Будникова**

#### **ЦИФРОВОЙ БАНКИНГ: ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Цифровой банкинг – это современный этап банковского обслуживания, главной характеристикой которого является переход взаимодействия между банком и клиентом из режима «офлайн» (отделений, РКЦ, ЦБУ) в режим «онлайн» (цифровые каналы: интернет, телефония и пр.) [1].

Традиционные банки были построены исходя из модели наличного денежного оборота, в то время как электронные каналы обслуживания накладывались сверху. В наше время следует рассматривать банк как электронную структуру и следует признать, что электронный оборот является главным, а наличный – дополнительным [2].

Наиболее важный момент при создании цифрового банка – создание цифровой архитектуры. Любой банк можно рассматривать как три цифровых бизнеса в одном: банк-производитель банковских продуктов, исполнитель транзакций и продавец услуг.

В данном контексте перевод банковского дела в цифровую форму более интересен с точки зрения стратегии. Прежде всего, банковские продукты раскладываются на составляющие. Каждый продукт может быть деконструирован до мельчайшей общей составляющей, а затем реконструирован в новые структурные формы различного применения. Такой компонентный подход требует, чтобы каждая банковская услуга была представлена в форме элементарных базовых виджетов и предложена клиенту, который скомпонует их так, как сочтёт нужным.

Переходя к использованию банковских продуктов, мы опираемся на подход к ним как к комплексу виджетов и начинаем представлять как продукт с открытым исходным кодом. Таким образом, весь банковский процессинг – система с открытым исходным кодом, предложенная всем желающим для встраивания в свои продукты посредством API. Весь потенциал цифровых банков будет реализован в цифровой структуре, банковские продукты примут вид приложений, доступ к обработке данных будет осуществляться с помощью API, а предложение услуг станет контекстно зависимым и мобильным и будет осуществляться в данный конкретный момент.

По словам К. Скиннера, в конструкциях банков на протяжении последних десятилетий в качестве фундамента использовались сети отделений, а сейчас должны использоваться интернет-технологии. Новые банки должны иметь модульную структуру и быть надстраиваемы, а не являться монолитными банками полного цикла обслуживания [2]. Перед банками возникает новая задача: превратить вертикально интегрированный бизнес, который монополизировал весь процесс обслуживания клиента от начала до конца и который выстроен вокруг банковских продуктов, в горизонтально структурированный. Новая бизнес-модель предполагает оказание услуг клиенту по мере его потребностей и выстраивается вокруг данных о клиенте.

Данную задачу проблематично решить, поскольку банки не могут эффективно использовать клиентские данные, т.к. они заключены в отдельных банковских продуктах. Банки не могут обслуживать потребности клиентов. Банки надстраивали каналы обслуживания над отдельными банковскими продуктами, но теперь им нужно использовать эти данные в мобильном обслуживании. Из-за неповоротливой структуры банки лишились полного цикла обслуживания клиентов, потому что клиенты переключились на мобильные приложения и предпочитают комбинировать банковские процессы и услуги по своему желанию. В настоящее время возникла потребность выстроить банк вокруг клиентских данных и затем интегрировать их через облачные сервисы в мобильные приложения.

Чтобы решить данную задачу, банкам необходимо полностью избавиться от устаревшей автоматизированной банковской системы и заменить её новым банковским ядром, способным обеспечить функционирование банка и предоставить услуги клиентам в том виде, который соответствует цифровому веку.

Цифровой банкинг полностью сфокусирован на образе жизни клиента, на его способности коммуникации со своим финансовым провайдером и на том, как сделать дополненное финансовое обслуживание частью повседневной жизни клиента. Цифровой банк может не только упреждать, но и предсказывать потребность клиента, и не просто соединять его с деньгами и платежами, а поддерживать финансовый образ жизни клиентов. Цифровому банку требуется интеллектуальный анализ данных для успешной конкуренции в эпоху электронного банкинга. Ожидается, что интеллектуальный анализ данных станет ключевой технологией и банки будут персонализировать свои услуги на основе «цифровых следов клиента» (адрес мобильного устройства, компьютера или SIM-карты). Данный анализ должен проводиться только с разрешения клиента [2].

Говоря об анализе большого объема данных, на первый план выходит технология BigData, с помощью которой банки могут проанализировать эксабайты клиентских данных, чтобы определить, какие контекстно зависимые услуги ему могут понадобиться в повседневной жизни. Изучая цифровые следы клиентов с помощью анализа BigData, клиентам можно предложить интуитивное обслуживание, актуальное для каждого момента его жизни. Предложение банковских услуг будет основываться на конкурентоспособных методах дифференциации потребностей при анализе больших объемов данных, обеспечивающих массовую персонализацию.

Российская компания BSS разработала новую платформу для реализации продуктов цифрового банкинга «CORREQTS». Её главной характеристикой является

модульная SOA-архитектура, которая позволяет разрабатывать различные банковские сервисы на стороне разработчика и банка. В настоящий момент на платформе реализованы системы дистанционного банковского обслуживания для юридических и физических лиц [1].

Несмотря на очевидные тенденции, достаточное число пользователей банковских услуг в Беларуси все ещё живет в оффлайне. Для таких людей банки, являющиеся провайдерами цифрового банкинга, по сути – институтом повышения финансовой и банковской грамотности, в том числе, в части каналов дистанционного банковского обслуживания. Поэтому белорусским банкам необходимо обучать население пользоваться дистанционным банковским обслуживанием: проводить семинары для клиентов, а также создать отдельные пространства с компьютерами и другой техникой для обучения, где сотрудники банка будут помогать клиентам делать первые шаги в онлайн-банкинге.

Для развития цифрового банкинга в Республике Беларусь банкам необходимо:

- избавиться от устаревших автоматизированных банковских систем, заменив их новыми интернет-технологиями;
- использовать интеллектуальный анализ клиентских данных;
- внедрить платформу «CORREQTS», либо разработать собственную платформу;
- внедрять новые каналы взаимодействия с клиентами (онлайн-видео, социальные сети);
- повышать уровень квалификации сотрудников банка;
- проводить работу с населением по повышению уровня финансовой грамотности, а также обучать население работе с онлайн-банкингом и другими видами дистанционного банковского обслуживания.

#### Список используемой литературы

1 Современная платформа для перехода к Digital Banking // Международный форум по банковским информационным технологиям [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://bankit.by> (дата обращения: 06.02.2015).

2 Скиннер, К. Цифровой банк: как создать цифровой банк или стать им / К. Скиннер; пер. с англ. С. Смирнова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 320 с.

**М. В. МИТЬКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

### **КРЕДИТОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Являясь важнейшей сферой деятельности банков, кредитование оказывает существенное влияние на развитие экономики. Посредством банковских кредитов оказывается финансовая поддержка ведущим и социально значимым предприятиям, населения, что положительным образом влияет на развитие реального сектора экономики.

Кредитный рынок Республики Беларусь отстаёт по своему развитию от аналогичный структур Западных стран и даже России, но он перенимает прогрессивные тенденции, которые можно применять при сложившейся в стране экономической ситуации.

Наибольшее влияние на формирование кредитного рынка в Республике Беларусь оказывают следующие внешние факторы:

- проводимая Национальным банком Республики Беларусь денежно-кредитная политика;

- политика рефинансирования коммерческих банков;
- инфляционные процессы в экономике;
- валютное регулирование, в частности, девальвация национальной денежной единицы, наличие обязательной продажи валютной выручки;
- уровень эмиссии денежных средств;
- наличие внешних источников финансирования.

Основными внутренними факторами являются структура ресурсной базы коммерческих банков, качество кредитного портфеля, наличие и структура клиентской базы.

Банковское кредитование содействует подъёму национальной экономики и соответственно через экономическое оздоровление клиентуры приведет к повышению финансовой устойчивости и надёжности банковской системы страны [1].

В III квартале банковская система функционировала в условиях профицита рублевой ликвидности (профицит достигал 4-6 трлн. руб.), доступности дешёвого фондирования, что дало банкам возможность сокращать доходность по рублевым депозитам и одновременно стоимость кредитных ресурсов в национальной валюте.

Если на конец июня доходность по краткосрочным (на срок до 3 месяцев) депозитам для физических лиц составляла 28-36 % годовых, то уже на начало октября ставки по краткосрочным рублевым депозитам снизились до 16-31 % годовых. Во многих банках доходность по краткосрочным рублёвым вкладам для населения фактически достигла своего предельного уровня в сентябре. Об этом свидетельствовало замедление банками темпов снижения ставок в течение указанного месяца в связи с ростом рисков оттока рублёвых депозитов и перетока их в валюту.

В сентябре прирост срочных рублёвых вкладов населения замедлился. По сравнению с августом объём прироста депозитов оказался почти в 1,7 раза меньше – 762,3 млрд. руб. против 1 328,5 млрд. руб. Показатель прироста вкладов в сентябре стал одним из самых низких в текущем году. В целом в III квартале, несмотря на тенденцию падения ставок, объём прироста рублевых депозитов населения оказался выше, чем во II квартале – 3 288,3 млрд. руб. 1 018,4 млрд. руб.

Опасения банков по поводу возможного перетока рублёвых вкладов в валютные на фоне падения ставок не оправдались. В III квартале динамика притока срочных валютных депозитов населения ухудшилась. В июле был зафиксирован самый низкий прирост вкладов физических лиц в валюте в 2014 году – 9,1 млн. долл. США, а в августе-сентябре впервые зафиксирован отток вкладов. В августе объём срочных валютных вкладов населения сократился на 0,4 млн. долл. США, в сентябре – на 15,4 млн. долл. США. По мнению банкиров, причиной оттока валютных вкладов физических лиц является падение уровня ставок. У многих банков не было большой потребности в валютных ресурсах, по этой причине они не были заинтересованы переплачивать за привлекаемые средства.

Также на динамику притока валютных вкладов физических лиц повлияло падение уровня доходов населения, что косвенно подтверждает и активность населения по продаже валюты в III квартале. В III квартале падение ставок отразилось на динамике притока новых срочных депозитов субъектов хозяйствования. В августе был зафиксирован минимальный в текущем году объём привлеченных банками новых срочных депозитов юридических лиц в рублях – 12 967,2 млрд. руб.

Тем не менее, общий объём прироста новых депозитов в III квартале (с учётом оттока вкладов) показывает, что банки контролировали ситуацию с притоком/оттоком пассивной базы, формируемой корпоративным сектором. За август срочные рублевые депозиты юридических лиц выросли на 1 909,3 млрд. руб. (максимальный прирост в 2014 году), за сентябрь – на 1 343,9 млрд. руб.

В сентябре был зафиксирован рекордный отток срочных валютных вкладов юридических лиц – 126,3 млн. долл. США. Это могло быть связано с возросшими

потребностями многих компаний в ресурсах для осуществления текущей деятельности на фоне дефицита оборотного капитала.

Национальный банк в III квартале продолжил проводить процентную политику, направленную на повышение доступности кредитных ресурсов для экономики страны. В июле-сентябре регулятор дважды снижал ставку рефинансирования. С 16 июля ставка была снижена с 21,5 % до 20,5 %, а с 13 августа ставка рефинансирования составляла 20 %. С 9.01.2015 г. ставка составляет 25 %. В III квартале средняя ставка по новым рублевым кредитам для субъектов хозяйствования снизилась до 33,3 % годовых с 36,6 % годовых в июне.

Задолженность государственных и частных компаний по кредитам в национальной валюте в III квартале выросла на 5 258,7 млрд. руб. Для сравнения, в I квартале прирост задолженности составил 1 976,4 млрд. руб., во II квартале –1 992,8 млрд. руб.

В сентябре темп прироста задолженности субъектов хозяйствования как государственной, так и частной формы собственности существенно замедлился. Это связано не только с исполнением предприятиями своих обязательств по погашению кредитов, но и с ужесточением рядом банков условий выдачи кредитов юридическим лицам на фоне директивного падения ставок и роста проблемной задолженности.

В августе и государственные, и частные предприятия зафиксировали максимальный прирост задолженности по кредитам в национальной валюте. Госкомпании увеличили задолженность на 2 018,0 млрд. руб., частные компании – на 605,4 млрд. руб.

В целях снижения проблемной задолженности отдельные банки стали как отказывать клиентам в кредитах, так и применять механизм постепенного управляемого вывода компаний из задолженности. В первой пятёрке Рейтинга эффективности по итогам III квартала остались Приорбанк (1 место), Белгазпромбанк (2 место), МТБанк (3 место), БСБ Банк (4 место), БНБ-Банк (5 место) [1].

#### Список используемой литературы

1 Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 30.01.2015).

#### **В. О. МИХНЮК, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **БАНКОВСКИЕ ПЛАТЁЖНЫЕ КАРТОЧКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

Банковская платёжная карточка в Республике Беларусь является платёжным инструментом, обеспечивающим доступ к банковскому счёту и проведение безналичных платежей за товары и услуги, получение наличных денежных средств и осуществление иных операций в соответствии с законодательством Республики Беларусь (Интернет-банкинг, SMS-банкинг, Мобильный банкинг, ТВ-банкинг).

Количество банковских платёжных карточек, находящихся в обращении по состоянию на 1.10.2014 г. составило 12,7 млн. ед., в том числе 5,5 млн. ед. карточек платёжной системы БЕЛКАРТ; 7,2 млн. ед. – международных платёжных систем VISA и MasterCard [1]. В Республике Беларусь установлено 3 677 инфокиосков, 4 268 банкоматов, 60 150 организаций торговли (сервиса) оснащено 85 796 платёжными терминалами. За 9 месяцев 2014 года на территории Республики Беларусь осуществлено

608 989 738 операций с использованием банковских платёжных карточек на сумму 218 561 714 млн. руб. Удельный вес безналичных операций в общем количестве операций с использованием платёжных карточек составил 71,6 %, а в суммарном выражении – 25,2 %. Общее количество операций в иностранной валюте за 9 месяцев 2014 года составило 3 985 673 операции на сумму 1 876 827 тыс. долл. США. Удельный вес безналичных операций в общем количестве операций с использованием платёжных карточек в иностранной валюте составил 17,9 %, а в суммарном выражении – 19,9 %.

Перечислим виды банковских платёжных карт, применяемых различными банками и системами в Республике Беларусь:

– «Приорбанк» ОАО (visa gold, visa classic, visa electron, visa electron – isic, visa internet, master card, maestro/cirrus, mastercard/акб (в белорусских рублях), mastercard/акб (в евро), банковская кредитная карточка, банковская корпоративная карточка);

– ОАО «Бпс-сбербанк» (visa platinum, mastercard gold, visa gold, mastercard standard, visa classic, electron и cirrus/maestro, visa virtuon, белкарт, mastercard business, cirrus/maestro и visa electron);

– «Белкарт» (mastercard business, electron и cirrus/maestro);

– ОАО «Белинвестбанк» (visa platinum, visa gold);

– ОАО «Белгазпромбанк» (mastercard gold, mastercard standart);

– ОАО «Белагропромбанк» (visa gold);

– ОАО «Белорусский Народный Банк» (visa gold, visa classic);

– ОАО «Белвнешэкономбанк»;

– ЗАО «Межторгбанк» (iti-bank/eurocard/mastercard);

– ЗАО «Трастбанк» (visa classic);

– ЗАО «Минский Транзитный Банк»;

– ОАО «Паритетбанк» (visa electron);

– ЗАО «Белсвиссбанк»;

– ИБ «Москва–Минск»;

– ЗАО «Ррб-Банк».

**Преимущества.** Удобство в повседневной жизни: Круглосуточный доступ к денежным средствам на счёту в любом месте, где принимается Visa; возможность заказа дополнительной карты для доверенных лиц (членов семьи) с доступом к счёту.

**Удобство в путешествиях:** карта в поездке удобнее наличных, решены вопросы безопасности, т.к. не нужно возить с собой наличные, беспокоясь об их сохранности, и задумываться о покупке иностранной валюты в зарубежных поездках. Возможность путешествовать с любой суммой – карту не надо декларировать на таможне, и никто не узнает, сколько средств на Вашем счёте.

**Безопасность:** иметь при себе карту Visa безопаснее, чем наличные деньги, так как посторонние люди не видят, сколько у Вас денег на карте, а воспользоваться украденной картой непросто. Поэтому она не так привлекательна для воров.

**Контроль:** можно регулярно получать выписку по счёту, что облегчает контроль над расходами. Выписка покажет, в какой день, в каком магазине и сколько денег потрачено. А то, что потрачено наличными, чаще всего невозможно и вспомнить. Можно запросить баланс по карте в банкоматах и инфокиосках (в том числе в банкоматах других банков), что позволяет всегда знать остаток денег.

Необходимо соблюдать рекомендации по безопасному использованию банковских карточек.

#### Список используемой литературы

1. Банковские платёжные карты Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://rbcard.com> (дата обращения: 16.01.15).

**Т. А. ПУЗАН**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ**

Проблема инфляции занимает важное место в экономической науке, так как её показатели и социально-экономические последствия отрицательно влияют на все стороны жизни общества, а также играют большую роль в экономической безопасности страны. Сейчас инфляция представляет собой одну из наиболее острых проблем современного развития экономики во многих странах мира. Инфляция – процесс обесценения денег, приводящий к повышению цен на большинство категорий продукции, не обусловленному улучшением её качества. Инфляция является следствием избыточности массы денег, обращающихся в процессе функционирования экономики, в сравнении с фактическим объёмом реализуемых товаров. В Беларуси прогнозный показатель по инфляции на 2014 год был установлен на уровне не более 11 %. Фактически на конец года он достиг 16,2% (рисунок 1) [1]. Инфляция в Беларуси в 2013 году составила 16,5 % (декабрь 2013 года к декабрю 2012 года) против 21,8 % по итогам 2012 года.

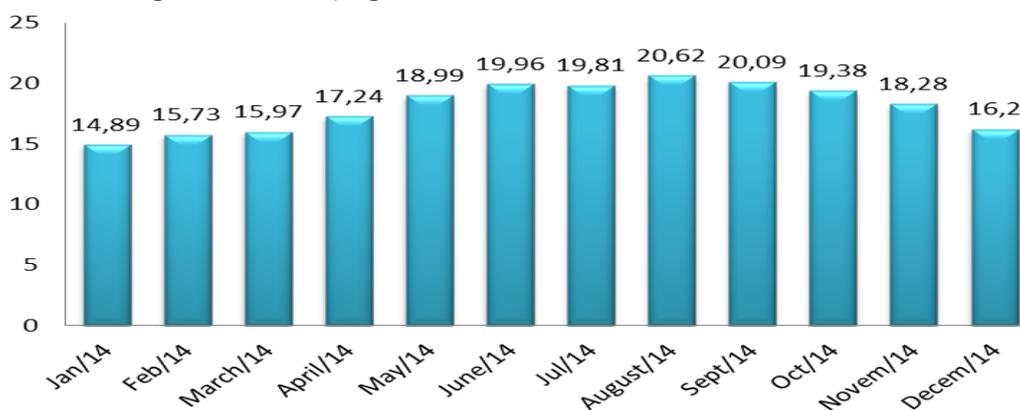


Рисунок 1 – Динамика уровня инфляции в Беларуси в период с января по декабрь 2014 года

Показателем, характеризующим уровень инфляции, является индекс потребительских цен. Индекс потребительских цен на товары и услуги в сентябре 2014 г. по сравнению с августом 2014 г. составил 101,2 %, с декабрем 2013 г. – 113,4 %. В 2014 году цены на продовольственные товары выросли на 18,5 %, на непродовольственные – на 8,1 %. Рост цен на платные услуги составил 27,5 % [2]. Цены в Беларуси в последние годы росли стремительнее, чем в соседних странах (рисунок 2) [3].

Мировые экономисты расценивают инфляцию, не превышающую десятипроцентный барьер, как умеренную. Умеренная инфляция характеризует рынки с развитой экономикой. За умеренной следует инфляция галопирующая, которая обитает где-то в пределах от 10 до 50 % [4]. Специалисты прогнозируют уровень инфляции в Беларуси с учетом нынешней геополитической ситуации на уровне 20-25 % [5].

Ситуация для белорусской экономики складывается непростая, учитывая неустойчивую ситуацию в российской экономике. В России рецессия и спад экономики прогнозируется на уровне 0,8 %. Если российская экономика будет падать, белорусская едва ли сможет удержаться в плюсовой зоне. В различных исследованиях показана степень зависимости ВВП России и Беларуси в рамках от 0,4 % до 0,8 %. Это означает,

что изменение ВВП России на 1 % приводит к изменению валового продукта Беларуси на 0,4-0,8 %.

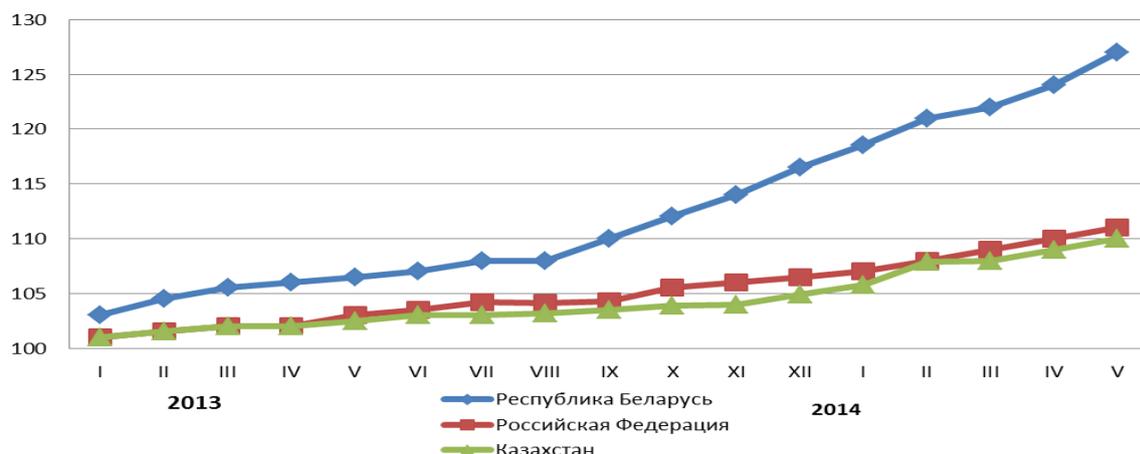


Рисунок 2 – Динамика индексов потребительских цен на товары и платные услуги населению (в % к декабрю 2012 г.)

Практика свидетельствует, что когда большая экономика росла, малые экономики прибавляли большими темпами, а вот когда большая экономика стагнировала или падала, малая делала тоже самое в разы быстрее. Это говорит о том, что если ВВП России будет снижаться, то в Беларуси этот показатель будет демонстрировать куда более негативную динамику [6]. Белорусские товары в значительной степени потеряли конкурентоспособность – особенно после девальвации российского рубля, которая состоялась в последние месяцы года. Недобор экспорта, падение цен на нефть, падение российского рубля уже сказывается на уровне инфляции. Внешняя среда бизнес-процессов негативно влияет на уровень ВВП страны. Рост ВВП в 2014 году (без инфляционной составляющей) составил 1,6 % против запланированного в 9,6 % [7].

Галопирующая инфляция встречается на рынках развивающихся стран и требует определенных макроэкономических действий. В данной ситуации главное не «включить» печатный станок. Допустить появление денег не обеспеченных товарами недопустимо, ибо это вызовет временный рост покупательской способности населения, а затем приведет к новому витку инфляционной спирали.

#### Список используемой литературы

- 1 Беларусь – Уровень инфляции – 2014 [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://ru.tradingeconomics.com> (дата обращения: 24.01.2015).
- 2 Инфляция за 2014 год составила 16,2%. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.mouby.com> (дата обращения: 30.01.2015).
- 3 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2015. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 15.01.2015).
- 4 Призрак инфляции бродит по Беларуси. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://infobank.by> (дата обращения: 30.01.2015).
- 5 Злотников, Л. В 2015 году инфляция составит 25 % / Л. Злотников [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://search.tut.by> (дата обращения: 12.01.2015).
- 6 В 2015 году мы будем жить в стране, в которой все будет зависеть от российского фактора [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://myfin.by> (дата обращения: 30.01.2015).
- 7 ВВП Беларуси в 2014 году. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://news.21.by> (дата обращения: 29.01.2015).

**А. В. РЫЧКОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

## **К ВОПРОСУ О СБАЛАНСИРОВАННОСТИ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Ухудшение финансовых результатов деятельности коммерческих банков во многом связано с несбалансированным характером проводимой ими кредитной политики. Зачастую банки осуществляют высокорискованную кредитную политику и пренебрегают необходимостью балансирования (уравновешивания) основных показателей кредитной деятельности: спроса и предложения на кредитные ресурсы, сроков и сумм привлекаемых и размещаемых кредитных ресурсов, доходности и риска кредитных операций. Сбалансированная кредитная политика обеспечивает стабильно положительные финансовые результаты деятельности банков, улучшение качества их кредитного портфеля, удовлетворение потребностей клиентов в кредитных ресурсах, во многом обуславливает стабильность банковской системы страны в целом. Именно поэтому осуществляемая коммерческими банками кредитная политика должна постоянно диагностироваться на сбалансированность как самими банками, так и Национальным Банком, в кредитной политике банков должны быть реализованы новые подходы по обеспечению её сбалансированности.

Следует отметить, что в экономической литературе, посвящённой изучению кредитной политики коммерческого банка, не уделяется достаточного внимания исследованию её сбалансированности. Примечательно, что в основной массе научных работ термин «сбалансированная кредитная политика» практически не употребляется. Очень мало авторов раскрывают сущность данного понятия. В трудах отечественных ученых-экономистов можно найти ограниченное количество трактовок сбалансированной кредитной политики коммерческого банка. При этом параметры сбалансированной кредитной политики даются без какой-либо методологической увязки друг с другом.

В ряде других работ учёных-экономистов содержится лишь указание на необходимость обеспечения сбалансированной кредитной политики коммерческого банка. При этом сущность данной политики не раскрывается [1, 2].

Поэтому критерием сбалансированности формируемой ресурсной базы кредитования следует считать сбалансированность спроса клиентов на кредитные ресурсы банка и их предложения банком, критерием сбалансированности размещаемой ресурсной базы кредитования – сбалансированность объёма и характера размещенных кредитных ресурсов и источников их формирования, критерием сбалансированности финансового результата кредитных операций банка – сбалансированность доходности и риска данных операций.

На основе данных критериев можно сформулировать предлагаемые подходы к раскрытию сущности сбалансированной кредитной политики коммерческого банка:

- сбалансированная кредитная политика коммерческого банка должна исходить из стратегических целей деятельности коммерческого банка и реализуемой им кредитной политики, то есть должна быть связана с эффективным использованием кредитных ресурсов;
- сбалансированная кредитная политика коммерческого банка предполагает уравновешенность во входящих в нее элементах;
- балансируемые элементы сбалансированной кредитной политики коммерческого банка должны определяться важнейшими аспектами кредитной деятельности банка –

формированием ресурсной базы кредитования, размещением ресурсной базы кредитования, финансовым результатом кредитных операций банка;

– критерием сбалансированности формируемой ресурсной базы кредитования следует считать сбалансированность спроса клиентов на кредитные ресурсы банка и их предложения банком, критерием сбалансированности размещаемой ресурсной базы кредитования – сбалансированность объема и характера размещенных кредитных ресурсов и источников их формирования, критерием сбалансированности финансового результата кредитных операций банка – сбалансированность их доходности и риска.

Для успешного осуществления сбалансированной кредитной политики коммерческим банком должна быть выбрана определенная стратегия, которая будет наиболее приемлемой для использования имеющихся у него ресурсов. Стратегия обеспечения сбалансированной кредитной политики коммерческого банка основана на постоянном поиске, стремлении к уравновешенности его балансируемых элементов с целью достижения максимальной финансовой устойчивости.

Исходя из этого, данную стратегию следует рассматривать как инструмент управления сбалансированностью кредитной политики банка, так как она ставит стратегические цели и является средством для сбалансированного развития кредитной деятельности банка на конкурентном банковском рынке. Стратегия обеспечения сбалансированной кредитной политики коммерческого банка относится к категории руководящих документов банка и основана на использовании новых организационных и технологических решений. Таким образом, авторские подходы к раскрытию сущности сбалансированной кредитной политики коммерческого банка заключаются в следующем:

– сбалансированная кредитная политика коммерческого банка должна исходить из стратегических целей его деятельности и реализуемой кредитной политики, то есть должна быть связана с эффективным использованием кредитных ресурсов;

– сбалансированная кредитная политика коммерческого банка предполагает уравновешенность во входящих в неё элементах;

– балансируемые элементы сбалансированной кредитной политики коммерческого банка (критерии сбалансированности) должны определяться важнейшими аспектами кредитной деятельности банка – формированием ресурсной базы кредитования, размещением ресурсной базы кредитования, финансовым результатом кредитных операций;

– критерием сбалансированности формируемой ресурсной базы кредитования следует считать сбалансированность спроса клиентов на кредитные ресурсы банка и их предложения банком, критерием сбалансированности размещаемой ресурсной базы кредитования – сбалансированность объема и характера размещенных кредитных ресурсов и источников их формирования, критерием сбалансированности финансового результата кредитных операций банка – сбалансированность их доходности и риска.

Исходя из данных подходов, сформулируем сущность сбалансированной кредитной политики коммерческого банка.

Сбалансированная кредитная политика коммерческого банка – это деятельность коммерческого банка в области кредитования, предполагающая обеспечение уравновешенности спроса клиентов на кредитные ресурсы банка и их предложения банком, объема и характера размещенных кредитных ресурсов и источников их формирования, доходности и риска кредитных операций с целью эффективного использования кредитных ресурсов банка.

#### **Список используемой литературы**

1 Желиба, Б. Н. Деньги, кредит, банки: учеб. / Б. Н. Желиба, И. Н. Кохнович. – Минск: Издательство МИУ, 2007. – 244 с.

2 Тарасов, В. И. Взаимосвязь кредитной политики, депозитного и ссудного процента / В. И. Тарасов // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2003. – № 27. – С. 24-30.

**Н. А. САФОНОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **ФИНАНСОВАЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК МЕТОД СНИЖЕНИЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПЕРЕД БАНКОМ**

Показатели, характеризующие увеличение просроченной кредиторской задолженности субъектов хозяйствования перед белорусскими банками свидетельствует о сложном положении реального сектора экономики.

Срочная кредитная задолженность субъектов хозяйствования за 2013 год составила более 676 трлн. руб., увеличившись с начала года на 19,6 %, из которых более 3,35 трлн. руб. относятся к просроченной кредитной задолженности (85,7 % с начала года) [1]. Увеличение размера просроченной задолженности приводит к возрастанию кредитных рисков банковского сектора, и, соответственно, ухудшению результатов его функционирования. Рассмотрим основные причины, которые приводят к увеличению размера просроченной кредитной задолженности и как следствия, влияют на увеличение кредитных рисков коммерческих банков:

1. Неудовлетворительное состояние предприятий: низкая рентабельность, убыточность, плохое техническое оснащение. За 2013 год рентабельность продаж реального сектора экономики снизилась на 1,8 п. п. и составила 7,6 %. Среди рентабельных предприятий более 70,5 % имеют рентабельность не выше 10 %, 26,4 % не более 30 % и 3,2 % свыше 30 %. Наименьшую рентабельность продаж имели отрасли рыболовства, рыбководства, торговли, гостиницы и рестораны (100 %, 77,1 %, 66,7 % предприятий отрасли соответственно имели рентабельность до 5 %). Убыточными на конец 2013 года были 15,5 % всех предприятий реального сектора против 9,5 % на начало 2013 года. 78,1 % предприятий отмечают недостаток собственных источников как фактор ограничивающий инвестиционную активность и источников финансирования инвестиций, а 58,7 % субъектов хозяйствования отмечают недостаток средств даже для финансирования текущей деятельности [2].

2. Большая конкуренция на кредитном рынке приводит к смягчению белорусскими банками требований к кредитополучателю. К началу 2014 года произошло уменьшение удельного веса кредитов банков в общей сумме задолженности по кредитам и займам с 67 % на 01.01.2013 года до 63,3 % на 01.01.2014 года, что свидетельствует о снижении привлекательности кредитов банков по сравнению с небанковскими заимствованиями. В такой ситуации кредитные организации пытаются привлечь заёмщиков, предложив им выгодные процентные ставки по заёмным ресурсам в ущерб надёжности и платежеспособности заёмщика [3].

3. Недостаточная методическая и нормативная база организации кредитного процесса. На данный момент в Республике Беларусь создано небольшое количество нормативно правовых актов по организации кредитного процесса, которые регулируют основные моменты банковской деятельности, не затрагивая частных случаев функционирования. Нет универсальных методик оценки кредитоспособности заёмщика, единых классификаций, которых придерживались бы все банки. В данный момент существуют рекомендации Национального банка, они дополняются собственными локальными нормативно-правовыми актами банков, которые могут отличаться по жёсткости оценки потенциального заёмщика. Из-за разницы в методиках, заёмщик, который по методике одного банка не может получить заемные средства в силу своей неплатежеспособности, легко может их получить в другом с более «мягкой» методикой оценки.

4. Недостатки в организации кредитной работы в банках. Уровень организации кредитной работы в белорусских банках крайне низок, а большинство коммерческих банков имеют только кредитные отделы, которые не решают стратегические задачи планирования, методического обеспечения, анализа и контроля за выполнением условий кредитной сделки.

5. Уделяется слишком много внимания обеспечению кредита, а не сути финансируемого предприятия. Одной из основных проблем практически всех белорусских банков является то, что при выдаче кредита, основное внимание уделяется его обеспечению (в большинстве случаев в виде залога), а не тому, куда и как расходуются заёмные денежные средства.

6. Сложная процедура судебного разбирательства в случае неисполнения заёмщиком своих обязательств по кредитному договору.

Работа с проблемными кредитами должна включать финансовую реструктуризацию задолженности кредитополучателей. Под финансовой реструктуризацией задолженности понимается внесудебная процедура проведения банком и кредитополучателем комплекса мер, направленных на погашение просроченной задолженности кредитополучателей путем изменения характера и условий взыскания либо конверсии в обязательства иного вида.

Финансовая реструктуризация задолженности субъектов хозяйствования перед банком может осуществляться в различных формах, например[4]:

- текущее оздоровление хозяйственно-финансовой деятельности кредитополучателя на основе программы;

- предоставление рассрочки, т.е. распределения на несколько сроков погашения просроченной задолженности с отражением на счетах по учёту просроченной задолженности;

- погашение части или всей кредитной задолженности путём передачи банку акций либо доли в уставном фонде кредитополучателя;

- уступка требования просроченной банковской задолженности новому кредитору.

При наличии определенных успехов для снижения бремени финансовых затрат по обязательствам, связанным с погашением кредита, банк может пойти на некоторые потери своей доходности с тем, чтобы в дальнейшем обеспечить возврат кредита. Для этого он может снизить процентную ставку по имеющейся кредитной задолженности или вообще отказаться от начисления процентов в течение определенного времени. Банк может списать с баланса банка всю задолженность по процентам или её часть. Если меры по оздоровлению хозяйственно-финансовой деятельности не принесли результата, банк может перейти к процедурам реализации принятого обеспечения

Таким образом, только строгая алгоритмизация действий банка по решению проблем кредиторской задолженности может привести к улучшению эффективности деятельности белорусских банков и снижению кредитных рисков.

#### Список используемой литературы

1. Кредитный бюллетень за 2013 год // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 04.02.2015).

2. Финансы предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь // Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2004. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 04.02.2015).

3. Рентабельность продаж в реальном секторе белорусской экономике остается ниже 10 % // Информационно-аналитическое агентство «БИЗНЕС -НОВОСТИ» [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://doingbusiness.by> (дата обращения: 06.02.15).

4. Работа банков с проблемной задолженностью [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.zavtrasessiya.com> (дата обращения: 07.02.2015).

**Е. С. СЕРЖАНОВА**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)  
Науч. рук. **С. Ф. Каморников**,  
д-р физ.-мат. наук, проф.

## **О ПОСЛЕДСТВИЯХ РОССИЙСКОГО НАЛОГОВОГО МАНЕВРА ДЛЯ БЕЛОРУССКОЙ НЕФТЕПЕРЕРАБОТКИ**

В Российской Федерации с 1 января 2015 года вступили в силу изменения в Налоговом кодексе, получившие в среде специалистов название «Второй налоговый маневр». Эти изменения подразумевают резкое перераспределение фискальной нагрузки на различные сегменты российской нефтяной отрасли по трем направлениям:

- повышение НДС на нефть;
- снижение экспортной пошлины на нефть и нефтепродукты;
- снижение акцизов на нефтепродукты.

В частности, второй налоговый маневр предполагает повышение ставки НДС на нефть с 2015 года до 775 руб. за 1 т, с 2016 года – до 856 руб. за 1 т, с 2017 года – до 918 руб. за 1 т. Таким образом, по сравнению с январем 2014 года налог на добычу нефти вырастет в России в 2017 году в 1,86 раза.

Чтобы смягчить для нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний эффект от повышения НДС, налоговый маневр предусматривает сокращение вывозных таможенных пошлин на нефть и нефтепродукты. За три года в 1,7 раза уменьшится экспортная пошлина на нефть, в 1,7-5 раз – на нефтепродукты (в зависимости от их вида). Естественно, что для сохранения рентабельности на внутреннем рынке нефтяные компании постараются переложить свои дополнительные издержки от увеличения НДС непосредственно на потребителей, повышая отпускные цены на нефтепродукты. Учитывая такой эффект, разработчики закона внесли норму, предписывающую резкое снижение (практически в два раза) акцизов на нефтепродукты от уровня 2014 года.

По оценкам аналитиков, от большого налогового маневра гарантированный выигрыш получает российское государство. В частности, это выражается в увеличении бюджетных поступлений в государственную казну и снижении вероятности реэкспорта российской нефти и нефтепродуктов с территории стран Таможенного союза. Что касается нефтяной и нефтеперерабатывающей отрасли России, а также российских потребителей нефтепродуктов, то для них преобладают негативные последствия налогового маневра. Только крупные нефтяные России в новых условиях смогут нарастить прибыль, либо понесут не критические потери.

Что касается российской нефтепереработки, то ей угрожает резкое снижение рентабельности производства. При этом многие мелкие НПЗ (так называемые «самовары»), ориентированные на неглубокую переработку нефти, могут погибнуть. Кроме того, специалисты высказывают опасения, что снижение экспортных пошлин на нефтепродукты спровоцирует нефтепереработчиков на расширение экспорта светлых нефтепродуктов и тем самым приведет к дефициту их на внутреннем российском рынке.

Второй налоговый маневр затрагивает интересы не только национального рынка нефти и нефтепродуктов России. Налоговая реформа, осуществленная в России, серьезные вызовы ставит и перед белорусской нефтепереработкой. Главный вызов второго налогового маневра для белорусских НПЗ заключается в значительном увеличении стоимости сырья ввиду уменьшения экспортных пошлин на российскую нефть.

Отметим, что в Беларуси добывается незначительный объем собственной нефти, которая в сыром виде экспортируется в страны Евросоюза (в основном – в Германию и Польшу). Основной объем нефти, предназначенной для переработки на белорусских

НПЗ, Республика Беларусь закупает в России (в 2014 году было закуплено 21,5 млн. т).

Беларусь импортирует российскую нефть марки Urals. Эта нефть относится к ряду утяжеленных сортов нефти и обладает средним качеством из-за значительной доли серы в ее составе. Цена нефти Urals рассчитывается на базе маркера Brent за минусом определенного дисконта, возникающего из-за того, что структура российского ресурса несколько хуже состава нефти марки Brent.

Закупка нефти Беларусью осуществляется по внутренним российским ценам, которые рассчитываются методом netback (вычитание таможенной пошлины и стоимости транспортировки из экспортной цены). Эти цены, несмотря на различия в структуре и условиях формирования цены на российском и мировом рынках, зависят от динамики мировых цен.

Точная формула цены нефти (за тонну), получаемой белорусскими НПЗ (с учётом уровня мировых цен, поправок на качество и транспортных издержек), имеет следующий вид (формула 1):

$$C = (B + 0,5 \cdot SUM + 0,5 \cdot SUR) \cdot 7,23 + T_{НПЗ} - T_{П} - 3,7, \quad (1)$$

где  $B$  – цена нефти Brent (долл. США/баррель);

$SUM$  – дифференциал Urals на рынке Средиземноморья (долл. США /баррель);

$SUR$  – дифференциал Urals на роттердамском нефтяном рынке (долл. США /баррель);

$7,23$  – переводной коэффициент при переходе от барреля к тонне;

$T_{НПЗ}$  – стоимость транспортировки (долл. США /т);

$T_{П}$  – экспортная пошлина (долл. США /т).

В данной работе с использованием статистических данных, предоставленных РУП «Производственное объединение «Белоруснефть», оцениваются входящие в формулу цены нефти параметры дифференциалов ( $SUM$ ), ( $SUR$ ) и транспортных издержек ( $T_{НПЗ}$ ). На основе этих оценок прогнозируются цены сырья для белорусских НПЗ (ОАО «Мозырский НПЗ», ОАО «Нафтан») на разных уровнях мировых цен на нефть в условиях новых экспортных пошлин 2015 года, регламентированных вторым налоговым маневром.

**Г. Ю. СКРИННИК**

(м. Харків, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)

Науч. рук. **Н. Л. Гавкалова**

д-р экон. наук, проф.

## **ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ДЕРЖАВИ: СУТНІСТЬ ТА СКЛАД**

Розвиток будь-якої держави обумовлює необхідність централізації певної частини фінансових ресурсів суспільства у безпосередньому розпорядженні держави. Основною економічною формою утворення загальнодержавного централізованого фонду грошових коштів служить бюджет країни, за допомогою якого держава акумулює грошові кошти для фінансування пріоритетних напрямів виробництва і соціального розвитку. Процес створення й використання фондів фінансових ресурсів для формування доходів державного бюджету є об'єктом фінансового прогнозування та балансових розрахунків і наукових досліджень.

Економічний розвиток кожної країни залежить від її ресурсного забезпечення. Усі елементи ресурсного потенціалу дуже важливі. Та все ж, на нашу думку, головне – це забезпеченість фінансовими ресурсами. Адже нестачу власних природних чи виробничих ресурсів, наприклад, можна компенсувати, придбавши їх за кордоном. Але це можливо тільки за наявності достатнього обсягу коштів. Базою для формування доходів державного бюджету України служать фінансові ресурси країни.

В Україні проблеми формування та використання фінансових ресурсів висвітлено в працях вітчизняних вчених: В. Колеснікова, К. Павлюк, В. Опарін, Т. Завгородній, В.Базілевич.

Мета дослідження полягає у систематизації доступного матеріалу в галузі вивчення проблеми загальнодержавних фінансових ресурсів і виведенні висновків та узагальнень. Для досягнення окресленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити, як сутність категорії «фінансові ресурси» розкривають сучасні українські вчені-фінансисти;
- вивести власне узагальнене визначення поняття «фінансові ресурси держави».

В економічній, науковій і практичній літературі досить нема єдиної думки щодо визначення фінансових ресурсів і їх ролі у відтворювальному процесі. Так, автори Фінансово-економічного словника під фінансовими ресурсами розуміють сукупність коштів, що перебувають у розпорядженні держави та суб'єктів господарювання і є їх джерелом виробничого і соціального розвитку.

У монографії К. Павлюка «Фінансові ресурси держави» зазначено, що фінансові ресурси повинні відповідати низці критеріїв. А саме, мають бути відомими:

- джерело створення фінансових ресурсів ;
- форма виявлення фінансових ресурсів;
- цільове призначення фінансових ресурсів.

Із огляду на це, автор дав таке визначення «Фінансові ресурси – це грошові надходження і доходи, які створюються в процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту (ВВП) й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення й задоволення інших суспільних потреб».

В. Опарін зазначив: «Фінансові ресурси є лише передумовою створення відповідного валового внутрішнього продукту і не гарантують ні його створення, ні позитивних фінансових результатів».

В. Базілевич та Л. Баластрик ввели нове поняття, зазначивши, що в розпорядженні держави перебувають «централізовані фінансові ресурси»:

- бюджетної системи;
- державних фінансових інститутів (Національного банку, державних фінансових органів, державних кредитних установ);
- централізованих і децентралізованих фондів цільового призначення.

В. Колеснікова під фінансовими ресурсами держави розуміє «податки і збори, одержані державою в процесі розподілу і перерозподілу валової доданої вартості, податки на споживання, неподаткові надходження та надходження від реалізації права власності держави, акумульовані в бюджет та цільових грошових фондах».

Враховуючи викладене, пропоную таке узагальнене визначення поняття «фінансові ресурси держави»: це грошові кошти, що перебувають у розпорядженні держави та суб'єктів господарювання, трансформуються через відповідні форми з метою виконання державою її основних функцій.

Отже можна зробити наступні висновки: до теперішнього часу в фінансовій науці не існує загальноприйнятого визначення сутності фінансових ресурсів. Таке визначення відсутнє і в законодавстві країни.

**А. Г. СТАРОВОЙТОВ**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **Л. П. Зенькова,**

канд. экон. наук, доц.

## **МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ В НЕЁ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Одной из наиболее динамичных форм международных экономических отношений являются международные валютные отношения, которые возникают при использовании денег в мирохозяйственных связях и представляют собой особый вид экономических отношений. В подавляющем большинстве случаев взаимный обмен результатами хозяйственной деятельности и связанные с этим международные расчёты осуществляются в денежной форме. Пока национальные деньги остаются в пределах границ страны, в которой они имеют хождение, они остаются национальными денежными единицами. Когда же в силу различных обстоятельств они выходят за национальные границы, то приобретают новое качество – становятся валютой. Использование денежных единиц в различных сферах является причиной многозначности термина «валюта», которым обозначаются денежные единицы данной страны, денежные знаки иностранных государств, международные счётные валютные единицы (специальные права заимствования (СПЗ – Special Drawing Rights, европейские валютные единицы ЭКЮ (ECU – European Currency Unit, а теперь и евро).

Формирование устойчивых отношений по поводу купли-продажи валюты и их юридическое закрепление исторически привели к формированию сначала национальных, а затем и мировой валютных систем. Поэтому валютную систему можно рассматривать с двух сторон: во-первых, она является итогом развития международных связей между странами; во-вторых, она является совокупностью институтов, выражающихся в правовых нормах, международных соглашениях. Во втором случае можно говорить о валютной системе как о целенаправленной деятельности.

Формирование валютной системы Республики Беларусь началось с 1993 г., когда Совет Министров Республики Беларусь совместно с Национальным банком Республики Беларусь признали существование «официальной денежной единицы Республики Беларусь» и постановлением № 113/9 в целях совершенствования денежно-кредитной и валютной политики, направленного на достижение внутренней и внешней устойчивости официальной денежной единицы Республики Беларусь был создан Совет по вопросам денежного обращения, кредитования, расчетов и валютного регулирования.

Процесс становления валютной системы Беларуси ещё не завершился, однако её контуры выявились достаточно определенно. На сегодняшний день национальная валюта является ограниченно конвертируемой (в приграничных регионах), а в денежном обращении Республики прочные позиции заняли СКВ (преимущественно доллар, евро). Причем если в «благополучные годы» экономического роста доля инвалютных депозитов составляла 31–32 % от широкой денежной массы (агрегат М3), то в кризисные периоды (2000–2001 гг., 2011–2013 гг.) она возростала до уровня 44–60 % [1]. Это явление связано с падением доверия субъектов экономики к национальной валюте и попытками защитить свои сбережения от инфляции. Начавшийся 2015 г. охарактеризовался ростом этой доли до 57 %, что обусловлено, во-первых, ухудшением финансовых результатов по экспортно-импортным операциям и значительным обесцениванием белорусского рубля за период ноябрь-декабрь 2014 г., а во-вторых, падением российского рубля, входящего в «валютную корзинку» привязки национального валютного курса.

Отход Нацбанка от политики привязки курса белорусского рубля к только одной инвалюте (доллару США) в начале 2000-х гг. и переход к привязке относительно инвалютной «триады» (доллар, евро, российский рубль) сделал белорусский рубль более устойчивым. Однако не преодолена зависимость белорусского курса от российского в гораздо более значительной степени, чем от двух других инвалют. Это делают его уязвимым в случае российских дефолтов. Причина кроется в доле России в экспортной выручке нашей экономики (более 50 %) [1].

До тех пор, пока страна не сможет в достаточной степени диверсифицировать свои внешнеэкономические связи, сведя риск экспорто- и импортозависимости от одной единственной страны до минимально возможного уровня, неустойчивость курса белорусской валюты будет сохраняться, а значит, будет сохраняться тенденция предпочтения субъектами экономики инвалютных депозитов перед белорусскими, какие бы многообещающие ставки по новым депозитам ни сулил Нацбанк. В частности, Республика Беларусь, имеющая наибольшие экспортные квоты с Россией и Украиной, весомерно пострадала от военного конфликта на Донбассе: экспорт в Россию за 3 кв. 2014 г. сократился на 6 % по сравнению с 3 кв. 2013 г., а в Украину – на 3,2 % за этот же период [1].

Ситуация на валютном национальном рынке страны важна для устойчивости системы в целом еще и потому, что в своей политике перехода к рынку в рамках градуалистического (медленного, эволюционного) подхода, Республика избрала в качестве ориентира при проведении финансовой стабилизации так называемый валютный «якорь». Таким образом, устойчивость цен напрямую зависит от устойчивости валютного курса. Именно поэтому во избежание всплеска внутренней инфляции правительство провело поэтапное снижение налогообложения инвалютных сделок с 30 %, затем 20 % и 10 % в декабре 2014 – январе 2015 гг.

Однако такая политика показала и слабую сторону стимулирования экономического роста валютным регулированием: для стимулирования экспорта нельзя уже применять так широко, как ранее, политику искусственного занижения валютного курса («валютный демпинг»), так как она вызовет восприятие населением («наученного» опытом дефолта весны-лета 2011 г. и зимы 2014 г.) приближения валютного кризиса и валютную панику.

Избранный в текущем году режим денежно-кредитной политики предполагает использование обменного курса белорусского рубля в качестве номинального якоря в ценовой политике, политике индексации доходов.

На курс белорусской валюты влияют и изменяющаяся мировая валютная система под действием геополитической расстановки сил. В случае полномасштабной реализации плана перехода на взаиморасчеты между Россией и Китаем в национальных валютах и создания странами БРИКС своего клирингового банка влияние доллара на формирование валютных курсов резко ослабнет [2, 3]. В связи с этим целесообразно проводить следующие мероприятия: постепенно снижать долю доллара в золотовалютных резервах Нацбанка, включить в «валютную корзину» привязки курса национальной валюты юань Китая, повременить со свободной торговлей с развитыми странами.

#### Список используемой литературы

- 1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 28.01.2015).
- 2 Кондратов, Д. И. Современная мировая валютная система и перспективы ее развития / Д. И. Кондратов // Бизнес и банки. – 2013. – № 12 (май). – С. 5-8.
- 3 Андриюшин, С. А. Валюты стран БРИКС: потенциал интернационализации / С. А. Андриюшин, В. В. Кузнецова // Банковское дело. – 2012. – № 6. – С. 38-45.

**Т. А. СТАРОДУБЦЕВА**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)

Науч. рук. **А. Н. Калашников**

## **ФАКТОРИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Кредитным организациям необходимо наращивать эффективность своей деятельности, чтобы сохранить конкурентоспособность. Одним из инструментов решения этой задачи может быть аутсорсинг, который находит все более широкое применение в банковском секторе.

Аутсорсинг можно определить как специфический инструмент повышения эффективности деятельности предприятия, основанный на привлечении на платной и долгосрочной основе ресурсов (управляемых внешним оператором), необходимых для реализации бизнес-задач заказчика. Традиционно аутсорсинг анализируется на предмет привлечения заказчиком профильного оператора (аутсорсера) для выполнения тех или иных задач или функций в интересах заказчика. Источником роста эффективности для заказчика в данном случае служит снижение издержек и/или повышение качества выполнения процесса. Примером такого подхода к аутсорсингу в банковском деле может быть обращение к внешним коллекторам для взыскания просроченных долгов.

Другому варианту применения аутсорсинга, а именно использованию его для повышения эффективности работы фирмы за счет оказания ею услуг по выполнению той или иной функции в интересах стороннего заказчика, в существующей литературе уделяется намного меньше внимания. Однако аутсорсинг несет в себе большой потенциал повышения эффективности не только для заказчика, но и для исполнителя – за счёт наличия гарантированных заказов в долгосрочной и среднесрочной перспективе.

Примером такого использования аутсорсинга в банковской сфере является факторинг, под которым в соответствии со сложившейся международной практикой, понимается не просто разовая передача поставщиком фактору своей дебиторской задолженности, а предоставление фактором услуг по рефинансированию дебиторской задолженности поставщика на постоянной основе.

Такого рода экономические отношения подразумевают, что коммерческий банк выступает в роли финансового посредника в осуществлении хозяйственных операций на рынке. В этом случае банк формирует и управляет денежными ресурсами в интересах своих заказчиков (поставщиков, переуступающих ему дебиторскую задолженность), иначе говоря, при факторинге на аутсорсинг передается управление дебиторской задолженностью [1].

Факторинг в Беларуси начал появляться как самостоятельная банковская услуга сравнительно недавно, вследствие развития розничных торговых сетей. Магазины нуждались в отсрочке платежа по товарным кредитам от поставщиков. Для самих поставщиков подобный временной лаг в выплатах обязательств мог обернуться нехваткой денежных средств на дальнейшее производство, кроме того, возникали риски невозврата денежной суммы заказчиком. Факторинг позволил поставщикам рефинансировать свою дебиторскую задолженность (в силу специфики российского рынка факторинга, на котором наибольшей популярностью пользуется не безрегрессный факторинг, а факторинг с регрессом, говорить о том, что использование факторинга позволяет поставщикам минимизировать риски неплатежа не приходится).

Сегодня услуги факторинга разделяют на два крупных сектора:

1 Invoice discounting (предоставление финансовых средств под уступку задолженности дебитора) предназначен для достаточно крупных клиентов, которые нуждаются в чистом финансировании, практически отсутствует сервисная составляющая.

При инвойс-дисконтинге фактору переуступается не задолженность по конкретному покупателю, а вся дебиторская задолженность поставщика, и по этой причине объектом анализа фактора являются не риски покупателя (как при классическом факторинге), а риски поставщика.

2 Full factoring (полный факторинг) – классический факторинг, который заменяет отсрочку платежа поставщику, предоставляя предприятию финансирование и помогая в решении различных задач, возникающих в процессе выдачи компанией товарного кредита (включая оценку добросовестности потенциального покупателя и ведение его счетов в интересах поставщика). Фактор берёт риски на себя (при безрегрессном факторинге) и проводит мероприятия по обслуживанию задолженности. Full factoring ориентирован на быстроразвивающиеся компании (сектор малого и среднего бизнеса – МСБ), поэтому, ввиду специфики бизнеса, является наиболее популярным в нашей стране [2].

Факторинг позволяет повысить эффективность хозяйственной деятельности банка за счет постоянного рефинансирования дебиторской задолженности поставщиков. Прирост эффективности возникает по причине постоянного характера предоставляемой услуги (предполагается, что поставщик уступает задолженность не на разовой основе, а постоянно), и за счёт её достаточно высокой маржинальности (поскольку плата за пользование денежными ресурсами фактора выше ставки по обычным банковским кредитам, что компенсируется для заёмщика ростом оборачиваемости его оборотных средств). Кроме того, факторинг позволяет сформировать высокий уровень лояльности клиентов, которые будут уверены в условиях и качестве обслуживания и поэтому не пожелают перейти в другой банк [3].

#### Список используемой литературы

- 1 Факторинг [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.grandars.ru> (дата обращения: 28.01.2015).
- 2 Факторинг и банковские операции [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://znaitepro.com> (дата обращения: 28.01.2015).
- 3 Факторинг как инновация [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://xreferat.ru> (дата обращения: 28.01.2015).

#### **М. А. ТРИФУНТОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. К. Костенко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

Коммерческие банки для ведения коммерческой и хозяйственной деятельности должны располагать денежными средствами, т.е. ресурсами, представляющими собой совокупность средств, имеющих в распоряжении банков и используемых для осуществления активных операций. В условиях высокого уровня инфляции проблема размещения ресурсов имеет первостепенное значение, так как, привлекая ресурсы населения и предприятий под весьма высокий процент, банкам необходимо направлять полученные средства на активные операции, с целью покрытия затрат на выплаты процентов по депозитам и, безусловно, получения прибыли. [1]

Национальный Банк Республики Беларусь на увеличение уровня инфляции в конце 2014 – начале 2015 года отреагировал повышением ставки рефинансирования на 5 п.п. Это привело к увеличению ставок по депозитам и кредитам и, как следствие,

произошёл значительный приток средств в банковскую сферу при резком снижении спроса на кредитные продукты в силу их высокой стоимости. А поскольку в процентные ставки по кредитам закладывается не только ставка рефинансирования, но и прогнозируемая инфляция или сумма, на которую обесценится кредит с течением времени, то очевидной становится взаимосвязь между ставкой по кредитам и инфляцией. В этой связи актуальным, на наш взгляд, становится исследование ситуации на кредитном рынке в условиях изменения уровня инфляции.

Естественной реакцией Национального банка на уменьшение уровня инфляции является снижение ставки рефинансирования. Банки, соответственно, получают средства на выдачу кредитов населению под меньший процент, что ведёт к снижению ставок по кредитам [2].

Если инфляция увеличивается, происходит повышение ставки рефинансирования и банки получают средства по более высоким ставкам, а свои издержки они компенсируют увеличением ставок по кредитам для конечного потребителя.

На рисунке 1 проследим данную зависимость за последние пятнадцать лет.



Рисунок 1 – Динамика изменений уровня инфляции и ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь в 2000-2014 гг.

Как видно на графике, ставка рефинансирования на протяжении всего выбранного периода находится на уровне, близком к уровню инфляции. Расхождения наблюдаются в 2011 году, когда к концу года произошел скачок инфляции, в то время как ставка рефинансирования повысилась до 45 п.п. Однако в 2012 году уровень инфляции пошел на спад, а вместе с ним и ставка рефинансирования [3].

Целевой ориентир по инфляции в 2015 году определен на уровне 18 % с допустимым отклонением в размере 2 %. При ставке рефинансирования в 25 п.п., установленной на начало года, мы снова не наблюдаем значительных расхождений в величине выбранных показателей. Отсюда следует, что значительных снижений ставок по кредитным продуктам в ближайшее время не ожидается.

В сложившихся условиях банкам необходимо искать альтернативные варианты размещения привлеченных средств. Например, инвестиции в ценные бумаги, которые, будучи формой финансирования государства, могут приносить ощутимую прибыль коммерческим банкам, особенно в условиях высоких процентных ставок. Исключительно велика роль коммерческих банков в размещении вновь выпущенных государственных займов. Принимая на себя обязательства разместить облигации на рынке, банки приобретают для себя ту часть выпуска, которую не смогли разместить по подписке, а затем продают их своим клиентам, в том числе другим банкам. Ценные бумаги в процессе размещения, как активная статья баланса банка, играют важную роль в период возрастания бюджетных дефицитов. Средние ставки по государственным облигациям, которые население и корпоративные клиенты могут купить у банков, составляют

сегодня 30-40 % в национальной валюте и 6-8 % – в иностранной. Это делает их весьма привлекательным источником вложения временно свободных денежных средств населения и субъектов хозяйствования. Банк, в свою очередь, получает прибыль от размещения государственных ценных бумаг, а также купонный доход по размещенным государственным облигациям.

Основной проблемой, с которой приходится сталкиваться банкам в процессе размещения государственных ценных бумаг – неосведомленность клиентов о таком варианте вложения средств и низкий уровень доверия к данному инструменту денежного рынка, как ценная бумага. Следовательно, банкам необходимо проводить консультирование клиентов об условиях и преимуществах такого финансового продукта, как государственные ценные бумаги. Это приведёт к верификации и увеличению источников прибыли банка и, как следствие, росту величины прибыли.

Таким образом, в условиях ограниченных возможностей процентной политики коммерческих банков, обусловленных усилением инфляционных процессов в экономике, возможными направлениями укрепления ресурсной базы банка являются мероприятия по верификации направлений размещения привлеченных средств. Также вариантом укрепления ресурсной базы банка служат такие мероприятия, как увеличение комиссионных доходов, расширение базы пользователей банковских платежных карт и, как следствие, увеличение доли безналичных платежей, и расширение клиентской базы.

Это потребует от банков сделать упор на искоренение финансовой безграмотности населения. Так же необходимо оптимизировать банковский маркетинг, активно продвигать альтернативные банковские продукты и переводить клиентов в удаленные каналы банковского обслуживания. Это позволит не только увеличить прибыль за счет увеличения источников ее получения, но и сократить издержки благодаря сокращению доли наличных платежей и экономии на обслуживании наличного денежного оборота.

#### Список используемой литературы

- 1 Как инфляция влияет на ставку по кредитам и итоговую переплату [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://101.credit/articles/kredity> (дата обращения: 25.01.2015).
- 2 Инфляция – добро или зло, или как уменьшить стоимость кредита? [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.dobank.ru> (дата обращения: 25.01.2015).
- 3 Инфляция в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://myfin.by> (дата обращения: 25.01.2015).

**М. М. ФОКА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. А. Кадовба**

#### УПРАВЛЕНИЕ ВАЛЮТНЫМИ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СТРАТЕГИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ

Предпринимательская деятельность тесно связана с понятием финансового риска, поскольку для успешного развития и повышения своей конкурентоспособности предпринимателю часто необходимо решаться на внедрение технических новшеств и на смелые, нетривиальные действия. Поэтому необходимо правильно оценивать степень риска и уметь управлять им, чтобы добиваться более эффективных результатов.

Одним из видов рисков является валютный, представляющий собой вероятность финансовых потерь в результате изменения курса валют. Среди основных факторов, влияющих на курс валют, можно выделить состояние платёжного баланса, уровень инфляции, межотраслевую миграцию краткосрочного капитала и другие [1]. На движение валютных курсов оказывает воздействие соотношение спроса и предложения каждой

валюты. Однако неопределенность валютного курса в будущем может стать причиной крупных денежных потерь предприятия. В современных условиях валютные риски значительно влияют на результаты хозяйственной деятельности. Соответственно, разрабатываются методы управления валютно-конверсионными рисками предприятия с целью снижения вероятных денежных расходов в ситуации с неблагоприятными колебаниями курсов валют.

Управление валютными рисками заключается в выполнении требований их снижения в случае неблагоприятных колебаний валютных курсов и получения прибыли в результате благоприятных изменений. Каждый субъект выбирает конкретный способ управления валютными рисками в зависимости от специфики деятельности или выбранной маркетинговой стратегии. Большинство из них проводит селективное управление валютным риском, то есть страхование только неприемлемых рисков и учёт конкретных ситуаций. Возникает необходимость формирования стратегии и активного использования инструментов управления рисками. На текущий момент времени распространение приобрело кратко- и долгосрочное управление валютными рисками. Стратегия управления рисками предприятия при этом проходит по следующим этапам:

- идентификация видов валютных рисков, которая предусматривает их распределение на внешние и внутренние, систематические и несистематические. При этом осуществляется их детальное описание с определением внутренних или внешних источников возникновения. Такое деление в дальнейшем будет определять степень внимания к ним и вид применяемого инструмента хеджирования;
- выбор и использование методов оценки вероятности наступления рискового события по видам валютного риска;
- анализ валютных рисков: наступление рисков ситуации; анализ и выбор инструментов управления и предотвращения с целью минимизации риска;
- установление предельно допустимого уровня валютного риска;
- выбор форм управления и видов инструментов нейтрализации негативных последствий валютных рисков на предприятии;
- оценка последствий применения выбранного инструмента управления риском.

Исходя из отношения субъектов к риску, выделяют такие стратегии предприятия по управлению валютным риском как избегание риска, сохранение риска, ограничение риска и передача риска [2].

Задачей тактики управления риском является выбор оптимального решения в конкретных условиях. В процессе управления валютными рисками возникает, таким образом, необходимость определения инструментов, с помощью которых это будет осуществляться. Инструменты управления валютными рисками представляют собой конкретные действия, направленные на управление и минимизацию рисков предприятия, возникающих при проведении валютных операций. Их можно классифицировать следующим образом:

- классические платёжные инструменты (аккредитив, вексель);
- финансовые инструменты (фьючерсы, опционы, свопы);
- институционные инструменты (страхование экспортных контрактов, финансирование импорта под гарантии иностранных агентств).

Преимущественно используются так называемые внутренние и внешние методы управления уровнем валютных рисков. К внутренним методам относят инструменты, которые предприятие может использовать самостоятельно. К ним относят:

- ускорение или замедление платежей в иностранной валюте, которое состоит в изменении сроков осуществления расчетов;
- установление лимитов на валютные операции в разрезе определенных контрагентов, размера предоставляемого коммерческого кредита, используемых форм расчётов;

– выбор в качестве валюты цены и валюты платежа различных валют. Эффективность этого инструмента обусловлена небольшой вероятностью одновременного и одинакового изменения курсов различных валют;

– валютные оговорки, условия в международном торговом, финансовом или кредитном соглашении, предусматривающие пересмотр суммы платежа пропорционально изменению курса валюты платежа или валюты цены относительно курса валютной оговорки.

К внешним инструментам управления валютными рисками относят форвардные, опционные контракты, соглашение СВОП, хеджирование валютных рисков с использованием других производных финансовых инструментов. Окончательный выбор инструментов управления валютными рисками при этом должен опираться на сравнение расходов по их применению к возможной величине убытков при наступлении валютных рисков. Критерия экономичности должны придерживаться менеджеры предприятия при использовании как внутренних, так и внешних инструментов управления валютными рисками.

Иногда встречаются ситуации, когда выгодно передать управление риском полностью или какие-то отдельные его этапы (например, оценку риска или управление конкретным риском) сторонней организации, например, банку, страховой или факторинговой компании. Это явление называется аутсорсингом управления риском [3].

Таким образом, использование различных методов и инструментов управления валютным риском не является взаимоисключающим. Выбор того, какие методы и инструменты выбирать и как их сочетать, зависит от выбранной стратегии управления. Использование инструментов управления валютными рисками не только даёт возможность предприятию уменьшить убытки от кризисных явлений, но и содействует его последующему развитию и получению прогнозируемой прибыли.

#### **Список используемой литературы**

1 Гусейнов, Э. Р. Методы оценки и управления валютными рисками: вопросы теории и методологии / Э. Р. Гусейнов / [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.dissercat.com> (дата обращения: 05.02.2015).

2 Струченкова, Т. Валютные риски: анализ и управление / Т. Струченкова / [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://baguzin.ru> (дата обращения: 04.02.2015).

3 Профессиональный портал для риск-менеджеров [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.riskovik.com> (дата обращения: 03.02.2015).

#### **К. В. ХРАМОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

#### **СЕГМЕНТАЦИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ДЕПОЗИТОВ**

На сегодняшний день вопросами сегментации занимаются специалисты различных направлений: экономисты, психологи, математики. Это привело к существенным расходам в базовых определениях теории сегментации рынка и, как следствие, сегментация рынка пока что воспринимается не как формальная процедура, которая имеет собственное методическое обеспечение, а только как результат интуитивной деятельности. Однако данное представление является ошибочным. Так, Ф. Котлер приводит следующие определения сегментации:

- сегментация рынка – разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или компоненты маркетинга;
- процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется сегментацией рынка;
- сегмент рынка состоит из потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга [1].

Ж.-Ж. Ламбен использует трактовки вопросов, связанных с сегментацией [2]:

- сегментирование основано на разнообразии потребностей потенциальных покупателей, которые составляют рынок;
- задачей сегментирования является разбить рынок товара на сегменты, однородные с точки зрения желательных достоинств товара и отличные от других сегментов.

Сегментация розничных клиентов банка при депозитной политике осуществляется с целью максимального удовлетворения банком потребностей клиентов и увеличения их лояльности и направлена на расширение клиентской базы, повышение конкурентоспособности и увеличение числа привлеченных вкладов.

Основными задачами банка при осуществлении сегментации розничных вкладчиков должно быть: разделение клиентской базы на однородные группы потребителей (сегменты); стандартизация подходов к порядку и условиям обслуживания розничных клиентов; выбор целевых сегментов, на которые можно ориентироваться при создании или продвижении депозита (группы депозитов) или услуги (группы услуг), сопутствующих депозиту; выявление сегментов, за счёт которых можно увеличить объём привлеченных денежных средств.

При наличии большого числа депозитных продуктов, предоставляемых банками всего мира, они сегментированы в соответствии с потребностями клиентов, их возрастом, финансовым состоянием, родом деятельности и т.д. Сегментация депозитного портфеля является неотъемлемой частью внедрения депозитных продуктов. Целями сегментации в данном случае являются: изменение поведения клиента; увеличение использования устройств самообслуживания; использование интернет-депозитов; снижение количества посещений подразделений банка; увеличение депозитной базы; расчёт дохода на каждого клиента; сегментация депозитов; построение лояльности; стратегия бонусов для постоянных вкладчиков; глубокий анализ поведения клиентов; более гибкие условия для клиентов с крупными суммами и т.д.

Продуктовая сегментация позволяет увеличить депозитную базу, стимулировать кросс-продажи, привлечь новых клиентов и сформировать лояльное отношение к банку. Пример сегментационного решения рассмотрим в таблице 1.

Таблица 1 – Пример сегментационного решения в банковской деятельности

Сегмент	Потребность	Депозитный продукт
Значимые и состоятельные клиенты	Исключительность обслуживания каждый день, возможность получения более высокого дохода	Структурированный депозит; мультивалютный депозит; возможность доступа к счету 24 часа в день 7 дней в неделю 365 дней в году; доступ к депозиту через Интернет и удалённые каналы обслуживания
Верхний массовый сегмент	Защита, контроль и удобство	Сберегательная карта; интернет-депозит
Массовый сегмент	Надежность и сохранность денежных средств, удобство контроля и глобальный приём	Традиционные сберегательные и срочные депозиты с возможностью пополнения и снятия посредством Интернета и устройств самообслуживания
Малый и средний бизнес	Возможность в любое время воспользоваться процентами по депозиту, а также снимать часть депозита без потери процентов; возможность доступа к счёту без очереди и ожидания	Интернет-депозит; специальные депозиты для малого и среднего бизнеса; депозиты, учитывающие вид деятельности клиента

Учитывая, что основными потребностями клиентов, независимо от того, к какому сегменту они относятся, остаются безопасность, контроль и удобство, задача банка заключается в обеспечении именно этих важных составляющих депозитной политики. Дополнительными услугами могут быть, например:

- депозит с использованием банковской платёжной карты;
- возможность узнать остаток, начисленные проценты и условия их начисления без посещения подразделений банка;
- страхование депозитов, возможность доступа к депозиту 24 часа в день 7 дней в неделю 365 дней в году;
- автопродлонгация депозита;
- доступ к счету с использованием мобильного телефона, компьютера и т.п.;
- пополнение и снятие депозита в инфокиосках, банкоматах и других устройствах самообслуживания.

По мнению ряда авторов, сегментация дает ряд преимуществ. Например, С. Дибб и Л. Симкин утверждают, что «сегментирование рынка – это аналитический процесс, в котором на первое место ставится покупатель, который помогает максимизировать ресурсы и подчёркивает сильные стороны бизнеса по сравнению с конкурентами» [3].

А наиболее активные сторонники сегментирования утверждают, что «это открывает путь к более эффективным, прицельным маркетинговым программам, уменьшению прямого противоборства с соперниками по рынку и более удовлетворенным покупателем» [4].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инновационная деятельность в банковской деятельности без сегментации и индивидуального подхода сама по себе будет малоэффективна.

#### Список используемой литературы

- 1 Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг. – СПб.: Дом Вильямс, 2000. – 1200 с.
- 2 Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 520 с.
- 3 Дибб, С. Практическое руководство по сегментации рынка / С. Дибб, Л. Симкин. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
- 4 Багиев, Г. А. Маркетинг / Г. А. Багиев, М. В. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2005. – 718 с.

#### **С. С. ШТЕФАН**

(м. Харків, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)

Науч. рук. **Н. Л. Гавкалова**

д-р экон. наук, проф.

#### **ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ РЕГІОНУ**

Сучасні проблеми соціально-економічного розвитку України, у значній мірі спричинені нерівномірністю розвитку її регіонів, низьким рівнем ефективності просторової структури економіки, суттєвою диференціацією рівня життя населення в регіонах країни, створюють передумови для соціальної напруги в суспільстві, загрожують територіальній цілісності держави та стримують динаміку її соціально-економічного розвитку. Зазначені проблеми необхідно вирішувати комплексно, враховуючи особливості управління в усіх сферах життєдіяльності, що зумовлює актуальність питань, що розглядаються.

Питання регіональних фінансів, практики управління фінансами і фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку території місцевими органами державної

влади і самоврядування висвітлюються в численних публікаціях вітчизняних і зарубіжних авторів. Проблеми місцевих фінансів України досліджували Л.М.Калашнікова [1], В.І. Кравченко [2]. Методичні підходи до формування фінансових ресурсів регіону, його фінансового потенціалу сформульовані в публікаціях Л.М. Борщ [3], Т.В. Клименко [4], Л.В. Панкевич [5], Г.М. Полевика [6], І.П. Ткачука [7]. Разом з цим питання децентралізації залишаються не до кінця вирішеними, що відкриває простір для авторського дослідження.

Метою даної роботи є обґрунтування необхідності децентралізації управління фінансовими ресурсами. Об'єкт – процеси управління фінансовими ресурсами регіону.

На сучасному етапі розвитку регіонів України, досить важливим постає питання децентралізації місцевих бюджетів, як складової фінансових ресурсів регіону. В сучасній літературі не існує єдиної думки відносно переваг та недоліків самостійності місцевих бюджетів у сфері формування та використання бюджетних коштів.

Слід звернути увагу на той факт, що більшість розвинених країн та країн, що розвиваються переходять до децентралізації управління з метою підвищення ефективності надання державних послуг та прискорення процесу економічного зростання, до того ж децентралізація управління підвищує відповідальність місцевих органів влади за ефективність витрачання бюджетних коштів та реалізації місцевих програм розвитку.

Аналізуючи досвід децентралізації управління в європейських країнах, С. В. Давиденко відмічає, що європейська практика в сфері фінансового забезпечення підтверджує той факт, що не існує універсальних моделей і алгоритму вирішення питань децентралізації повноважень, власності та джерел фінансування місцевого самоврядування [8]. Найважливішим є те, що важливою складовою, водночас наслідком децентралізації стало укрупнення низових територіальних структур, обов'язковим пріоритетом було розширення фінансової бази місцевих бюджетів, відбулася оптимізація міжбюджетних відносин як між бюджетами різного рівня, так і між бюджетами одного рівня.

Характеризуючи сучасний стан рівня децентралізації місцевих бюджетів України, слід сказати, що доходна частина місцевих бюджетів України в більшості випадків залежить від закріплених доходів та державних трансфертів. Місцеві органи влади обмежені у своїй спроможності впливати на власні надходження. Частка власних надходжень до місцевих бюджетів в середньому становить близько 10 %, що в свою чергу значно обмежує дії місцевих органів влади.

Та все ж поступовий перехід від централізованої системи міжбюджетних відносин до децентралізованої має забезпечити право органів місцевого самоврядування на володіння і розпорядження власними коштами, необхідними для здійснення своїх функцій та повноважень, стимулювати до пошуку нових джерел фінансових ресурсів, а також розробку і впровадження механізмів управління централізованими та децентралізованими фінансовими ресурсами на ринкових засадах з метою забезпечення розвитку регіону, задоволення потреб та інтересів адміністрації, бізнесу і населення.

В умовах різноманіття форм власності суб'єктів господарювання, які володіють переважною більшістю фінансових ресурсів і, до того ж, безпосередньо не підпорядковуються органам державного управління і місцевого самоврядування, система управління фінансами регіону набуває особливого значення. Її основною метою є мобілізація фінансових ресурсів регіону на забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. Приводячи в дію елементи на підприємствах, в установах, організаціях, домогосподарствах, місцеві органи управління притаманними їм в ринкових умовах і законодавчо закріпленими функціями забезпечують більш ємну наповнюваність місцевого бюджету.

Процес децентралізації бюджетно – фінансових відносин має позитивні сторони, а саме: забезпечує підвищення ефективності надання державних послуг, посилює стимули до ліквідації тіньової економіки, посилюється відповідальність місцевих органів влади.

До недоліків децентралізації слід віднести ускладнення перерозподілу коштів через бюджет та управління бюджетним процесом, складність узгодження локальних проблем окремих територіальних громад з макроекономічними цілями держави.

До того ж спостерігається значне зростання зацікавленості місцевих органів влади в розвитку підприємництва, як основної бази наповнення місцевих бюджетів. Саме тому бюджетна децентралізація набуває особливого значення в умовах розвитку системи управління фінансами регіону.

#### Список використаної літератури

- 1Калашнікова, Л. М. Формування регіональних фінансів: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.04.01. «Фінанси, грошовий обіг і кредит»/ Л.М. Калашнікова – Ірпінь, 2004. – 19 с.
- 2Кравченко, В. І. Місцеві фінанси України: навч. посібник / В. І. Кравченко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007 – 487 с.
- 3Борщ, Л. М. Інвестиції в Україні: стан, проблеми і перспективи / Л. М. Борщ – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 318 с.
- 4Клименко, Т. В. Повышение эффективности формирования финансового потенциала региона: дис... канд. экон. наук: 08.10.01 / Т. В. Клименко. – Донецк, 2005. – 217 с.
- 5Панкевич, Л. Напрями вдосконалення управління фінансовими ресурсами регіону / Л. Панкевич // Регіональна економіка. – 2000. – №1. – С. 34-44.
- 6Полевик, Г. М. Вдосконалення механізму управління фінансовими ресурсами регіону: дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Г. М. Полевик. – Херсон, 2009. – 196 с.
- 7Ткачук, І. П. Фінансові ресурси регіону та їх формування / І. П. Ткачук // Економіка України. – 2002. – №10. – С. 39-47.
- 8Давиденко, С. В. Европейские уроки децентрализации власти: разные подходы государства и органов местного самоуправления к административной реформе (финансовый аспект) / С. В. Давыденко / [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.soskin.info> (дата обращения: 15.01.2015).

### **С. В. ЩИРЯКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. С. Башлакова,**

канд. экон. наук, доц.

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛЯ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В БАНКАХ**

В последнее время многие работодатели стали проводить оценку персонала в отношении их способностей и качества работы. Такая тенденция связана с тем, что руководители желают улучшить результаты работы организации, в том числе через потенциал своих сотрудников, поскольку мотивация персонала позволит достигнуть максимальной эффективности деятельности, сбалансировать структуру так, чтобы действовал известный всем принцип минимизации затрат и максимизации прибыли.

Оценка труда персонала по ключевым показателям эффективности позволяет находить резервы, помогающие банку выжить в трудные моменты и разработать рекомендации для дальнейшего развития, процветания и повышения его эффективности. Однако при их использовании банку необходимо подобрать показатели, которые могут охватить и измерить все результаты деятельности персонала.

Первоначально ключевые показатели эффективности (KPI) (англ. – Key Performance Indicator) были рассмотрены в качестве инструмента управления в методологии системы сбалансированных показателей (далее – ССП), которая была предложена Р. Капланом и Д. Нортеном [1]. По результатам многих исследований, один из основных выводов, сформулированных Р. Капланом и Д. Нортеном, заключается в том, что сотрудники многих организаций часто не понимают своей роли в реализации стратегии и не мотивированы тем, чтобы повысить ее эффективность. Согласно Р. Каплану

и Д. Нортону, сбалансированная система показателей обеспечивает новый подход к стратегическому управлению компаниями любой сложности, оперирующими в разных отраслях деятельности. В основе подхода лежит утверждение, смысл которого можно свести к следующему: то, что не поддается измерению, не поддается и управлению.

На уровне бизнес-процессов контроль стратегической деятельности осуществляется через так называемые ключевые показатели эффективности. КРІ являются измерителями достижимости целей, а также характеристиками эффективности бизнес-процессов и работы каждого отдельного сотрудника. В этом контексте, ССП является инструментом не только стратегического, но и оперативного управления.

Таким образом, ключевые показатели эффективности направлены на то, чтобы решить ряд задач:

- показать эффективную деятельность персонала;
- измерить прогресс достижения целевых показателей сотрудниками и банком;
- придать работе банка системный характер.

Эффективную деятельность персонала можно определить через процедуру оценки. Поэтому для ее оценки необходимы показатели, которыми будут выступать ключевые показатели эффективности. В результате с помощью данной модели оценки можно будет получить информацию об уровне его работы, а также определить степень эффективности трудовой деятельности, т.е. насколько результаты деятельности персонала соответствуют поставленным целям. В этом немалую роль играет обратная связь с персоналом. Без неё оценка эффективности труда персонала вовсе перестанет иметь значение в организации.

Ключевые показатели эффективности банка можно трактовать следующим образом:

- как набор основных показателей, характеризующих достижение операционных и стратегических целей банка;
- как система показателей, с помощью которой работодатели оценивают своих сотрудников.

Проанализировав основные понятия ключевых показателей эффективности, мы можем определить их главную цель. Цель КРІ для персонала банка – сделать так, чтобы действия сотрудников из разных служб не были противоречивыми и не тормозили работу специалистов из других подразделений, а в деятельности банка их цель – занять место удобных и прозрачных индикаторов, предупреждающих о возможных проблемах. С помощью КРІ в банке разрабатываются инструменты, которые позволяют привлекать специалистов с требуемой квалификацией.

Применять КРІ можно как для оценки работы всего банка, его отдельных подразделений, так и конкретных сотрудников. Также они дают возможность сравнить показатели по нескольким подразделениям за один и тот же период. Важным фактором является то, что КРІ могут формироваться исходя из должностных инструкций и функциональных обязанностей сотрудников (или положений о структурных подразделениях), а также на основе формализованных бизнес-процессов.

В результате использования КРІ банк имеет возможность придать целевую направленность деятельности сотрудников и подразделений, а также чётко сформулировать бизнес-процессы, происходящие в организации.

Для внедрения КРІ в банке необходимо придерживаться следующего алгоритма:

- определить конечную цель (для банка);
- разделить её на задачи (для каждого сотрудника);
- разработать персональные КРІ (показателей, поддающихся подсчёту).

Все применяемые КРІ в организации должны быть: конкретными; измеримыми; достижимыми; обозначаться временем.

КРІ могут быть привязаны только к переменной части заработной платы, так как

процент выполнения критериев будет колебаться из месяца в месяц. Также необходимо определить, какая именно часть заработной платы будет отдана на переменные выплаты. Так, у различных категорий работников деление заработной платы на переменную и основную части должно быть разным.

За основу целесообразно взять соотношение 50/50 или 40/60, где первая цифра будет отражать постоянную часть заработка. Такое деление больше будет подходить для сотрудников корпоративного и розничного сектора банка и будет воспринята адекватно, так как вся их работа связана с продажами. Для остальных же подразделений банка такое деление необходимо определять только исходя из специфики деятельности. При этом целесообразно выделять от 3 до 5 КРІ, поскольку большее количество КРІ делает систему громоздкой как для тех людей, которые занимаются подсчетом результатов, так и для самих сотрудников, и может стать вместо мотивирующего демотивирующим фактором.

Таким образом, грамотная и кропотливая работа по внедрению КРІ представит для работников стимул для самореализации и достижения внутреннего и внешнего успеха. Она детализирует и планирует рабочий процесс, упрощает выполнение поставленных целей, позволяет управлять эффективностью труда персонала, устанавливать измеримые задачи, оценивать и мотивировать в банке их достижение.

#### **Список используемой литературы**

1 Каплан, Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: ОлимпБизнес. – 2007. – 512 с.

**Н. А. ЮДЕНОК**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Иванова**

#### **НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ**

Предпринимательство является важнейшим элементом в рыночной экономике, без которого не может гармонично развиваться государство. Индивидуальное предпринимательство играет значительную роль в формировании доходов бюджета страны, так как данный вид деятельности в странах с рыночной экономикой получил широкое распространение и составляет подавляющую часть среди всех форм организаций. Предпринимательство обеспечивает основные конкурентные преимущества экономики рыночного типа: придает необходимую гибкость рыночному механизму, создает предпосылки инновационного развития экономики, формируя, с одной стороны, соответствующую конкурентную среду, а с другой – генерируя основные нововведения [1].

Основная роль индивидуального предпринимателя заключается в уплате налогов, в обеспечении торгового оборота, товарного ассортимента или количества созданных рабочих мест. Уплачивая налоги в бюджет, индивидуальные предприниматели тем самым формируют государственный бюджет Республики Беларусь.

В настоящее время в Республике Беларусь действуют три основные системы налогообложения доходов индивидуальных предпринимателей:

- общая система налогообложения;
- система уплаты единого налога с индивидуальных предпринимателей;
- упрощенная система налогообложения.

Каждой системе присущи свои особенности. Причём при наличии определенных условий либо при наступлении соответствующих обстоятельств деятельность

индивидуального предпринимателя может осуществляться только с применением установленной законодательством для таких случаев системы налогообложения.

Общая система налогообложения предусматривает уплату индивидуальными предпринимателями подоходного налога по ставке 16 % при реализации товаров, выполнении работ, оказании услуг.

Такую систему выгодно использовать в случаях, когда в предпринимательской деятельности большая часть выручки идет на покрытие расходов, например, по приобретению товаров или каких-то расходных материалов для деятельности. При наличии документов, подтверждающих расходы, налогооблагаемая база подоходным налогом существенно уменьшается за счёт таких затрат [2, с. 299].

Система налогообложения с уплатой единого налога – наиболее распространенная форма налогообложения для индивидуальных предпринимателей. Она предусматривает уплату налога в фиксированной сумме (размер единого налога зависит от вида деятельности и региона осуществления деятельности) [2, с. 563].

Упрощённая система налогообложения – достаточно гибкая и удобная форма налогообложения, поскольку предусматривает возможность уплачивать налоги в фиксированном процентном отношении от выручки по установленным ставкам [2, с. 568].

В Республике Беларусь за 10 лет в период с 2004 г. по 2014 г. количество индивидуальных предпринимателей выросло на 36 % или на 67,544 тыс. чел. Если на 01.01.2004 г. количество индивидуальных предпринимателей составляло 187 тыс. чел., то к 01.01.2014 г. этот показатель увеличился до 254,544 тыс. чел. Количество индивидуальных предпринимателей растёт, однако, в отличие от многих зарубежных стран, очень медленными темпами. Можно говорить о том, что в Республике Беларусь недостаточно используется предпринимательский потенциал населения, государству необходимо принимать меры по активизации населения и совершенствованию законодательства в области предпринимательства. В частности, важной составляющей, в которой необходимо осуществлять изменения, является налоговое законодательство. Направленные меры должны быть нацелены на максимальное упрощение законодательства в сфере уплаты налогов с индивидуальных предпринимателей, ставки налогообложения должны быть экономически обоснованными [3].

Также важной проблемой является недостаточное развитие индивидуального предпринимательства в небольших городах, из-за того, что крупный бизнес не находит здесь должного развития. С целью ее решения предлагается создание органов на государственной и коммерческой основе, которые будут содействовать появлению новых предпринимателей (то есть оказание консультационных услуг, изучение рынков сбыта и другие услуги). Решив эту проблему, можно изменить ситуацию в лучшую сторону в области предложения новых рабочих мест и формирования доходов местных бюджетов и населения.

Что же касается трех систем налогообложения индивидуальных предпринимателей в Республике Беларусь, то за счет таких мероприятий, как сокращение перечня видов деятельности, по которым предприниматели не могут применять другие системы налогообложения, кроме уплаты единого налога, сокращение перечня видов деятельности, по которым запрещается применение упрощенной системы налогообложения, пересмотр применения повышающих коэффициентов в отношении индивидуальных предпринимателей, уплачивающих единый налог, а также разрешение индивидуальным предпринимателям применять упрощенную систему налогообложения после применения другого режима налогообложения создадут благоприятные условия для развития индивидуального предпринимательства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что индивидуальные предприниматели в процессе своей деятельности уплачивают различные виды как республиканских, так и местных налогов в бюджет Республики Беларусь тем самым увеличивая

доходную часть государственного бюджета. В связи с этим увеличение налоговых поступлений от индивидуальных предпринимателей для Республики Беларусь видится экономически обоснованным. Следует учесть, что данное расширение налоговых платежей от индивидуальных предпринимателей должно осуществляться за счет расширения налогооблагаемой базы и создания экономических условий для ведения бизнеса, а не путем увеличения ставок налогообложения. Государству необходимо найти баланс между необходимостью налоговых поступлений в доход бюджета и созданием благоприятных условий для привлечения индивидуальных предпринимателей к деятельности. На определенных этапах развития видится целесообразным в ущерб доходам бюджета снижать налоговую нагрузку для индивидуальных предпринимателей, чтобы создать мощный предпринимательский сектор в государстве. Если данные мероприятия будут проведены успешно, потерянные налоговые поступления вернуться в будущем еще в больших размерах, а также помимо налоговых поступлений в бюджет, расширение предпринимательства создаст новые рабочие места и ужесточит конкуренцию.

#### **Список используемой литературы**

1 Состояние и развитие предпринимательства в Республике Беларусь: учеб. матер. БарГУ [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://bargu.by> (дата обращения: 15.10.2014).

2 Налоговый Кодекс Республики Беларусь Общая часть: принят Палатой представителей 15 ноября 2002 г., одобрен Советом Респ. Беларусь 2 дек. 2002 г. и Особенная часть: принят Палатой представителей Респ. Беларусь 1 дек. 2009 г., одобрен Советом Респ. Беларусь 18 дек. 2009 г. – Минск: Амалфея, 2014. – 776 с.

3 Перспективы системы налогообложения в Беларуси [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – URL: <http://www.nalog.gov.by> (дата обращения: 15.11.2014).

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**А. Ю. АКСЁНОВ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

### **ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РАЗВИТИЕ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА. КОМПЛЕКСНОСТЬ И ГИБКОСТЬ**

Облачные вычисления помогают предприятиям любого размера трансформировать свои операции и технологии путем создания гибкой, адаптируемой ИТ-среды для быстрой реакции на меняющиеся требования. Возможности IBM для облачных вычислений обеспечивают надежного партнёра для работы по оценке готовности бизнеса к трансформации, для определения стратегии развития и ключевых компонентов. Необходимость сделать больше с меньшими возможностями является актуальной для каждого среднего бизнеса. И использование облака по требованию делает его идеальным ИТ-ресурсом для организаций, которым необходимо действовать в рамках ограниченного бюджета, но при этом расширять свой бизнес.

Остановимся на тех аспектах, которые могут интересовать конкретно представителей малого и среднего бизнеса (СМБ) и конкретно в Республике Беларусь.

Облачные вычисления – это набор инновационных технологий, объединяющих ИТ-ресурсы различных аппаратных платформ и предоставляющих пользователю доступ к ним через Интернет. Вместе с тем, облачные вычисления – это и бизнес-модель, согласно которой пользователь оплачивает лишь реально потребляемые им ресурсы.

Преимущества облачных вычислений: комплексность, гибкость, безопасность, надёжность; доступность. Все эти качества позволили в 2014 году рынку облачных услуг достичь отметки в 120 млрд. долл. США в мире. Стоит отметить, что основной вклад в эти цифры принадлежит как раз малому бизнесу, особые удобства для которого как раз и представляют облачные вычисления.

Комплексность. Одно из самых важных преимуществ облачных технологий – комплексность. На рынке облаков это означает, что Вам предлагается уже готовое решение: за небольшую абонентскую плату предоставляется весь набор средств, будь то уже итоговое приложение или конструктор, из которого готовый инструмент может быть собран под клиента за считанные минуты. Вот, например, стандартный набор в облаке:

- собственный домен электронной почты;
- сессенджер для обмена текстовыми сообщениями;
- офисные приложения, доступные через браузер;
- программы для ведения управленческого, оперативного и бухгалтерского отчёта;
- сайт-визитку и конструктор страниц для него.

Для бизнеса это удобно, прежде всего, тем, что теперь нет необходимости искать массу так или иначе выгодных решений и пытаться их соединить воедино. Облачные решения – это решения «из коробки», стандартизированные и максимально готовые к работе.

Гибкость. Ещё один очень важным качеством является гибкость. В первую очередь это позволяет пользователю оплачивать только те ресурсы, которыми он пользуется (теперь их можно легко измерить). В данном случае идёт речь о двух ресурсах – вычислительном ресурсе и о ресурсе хранения данных. При этом доступные ресурсы возможно увеличить или уменьшить всего за секунды (несколько кликов мышки). Та-

кие возможности крайне удобны для предприятий, у которых основная нагрузка ложится, например, на праздники, если это компания, которая управляет продажей подарков. Или, например, обратная ситуация, когда на выходных компании не нужны рабочие места, она может сократить число рабочих мест до нуля, не оплачивая при этом ни копейки из собственного кармана.

Также гибкость может быть не только достигнута с помощью ресурсов, но и предоставляемых средств. Для каждой профессии необходим свой набор средств, в то время как в облаке можно заказать совершенно любой набор приложений, которые будут предоставлены и не платить за то, что предоставлять не надо – что опять же крайне удобно при становлении бизнеса.

**Ю. А. АСТАПЕНКО, О. Л. КОСАБУЦКАЯ, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

### **КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ: ОРИЕНТАЦИЯ НА КЛИЕНТА**

Корпоративные информационные системы (КИС) – это интегрированные системы управления территориально распределенной корпорацией, основанные на углубленном анализе данных, широком использовании систем информационной поддержки принятия решений, электронных документообороте и делопроизводстве.

КИС современных поколений, в первую очередь, системы ERP и более поздние надстройки к ним CSRP и SCM, пришли на белорусский рынок сравнительно недавно. Опыт их использования около 10 лет. Это эффективный инструмент повышения качества управления. Как свидетельствует мировая статистика, использование современных КИС позволяет увеличить существующие мощности на 5-20 %, сократить производственные запасы на 20 %, ускорить процесс выпуска продукции на 30 %. Степень востребованности КИС в Беларуси постоянно увеличивается.

Мировой рынок MRPII/ERP-систем востребован. Он предлагает свыше 500 готовых систем класса BMS (в т.ч. систем класса MRPII/ERP). Рынок бурно растёт, в среднем на 35-40 % каждый год. Мировой объем рынка CRM-решений в 2014 году достиг 32 млрд. долл. США. В Беларуси это направление также бурно развивается: CRM-системы внедряют у себя банки, магазины, государственные и некоммерческие организации [2].

В реализацию CRM-концепции вовлекаются (прямо или опосредовано) большинство корпоративных служб и подразделений – маркетинг, производство, служба клиентской поддержки, территориальные подразделения продаж и службы сервиса.

Сегодня CRM-концепция объединяет все системы, имеющие отношение к контактам с клиентом: управление территориальными продажами, клиентскую поддержку, управление маркетингом и продажами, управление деятельностью, направленной на продвижение продукта. Традиционные маркетинговые стратегии, ориентированные на увеличение доли продукта в рыночной массе, как правило, базируются на так называемом принципе ПППС: «продукт – позиционирование – продвижение – стоимость». Главные усилия здесь сосредотачиваются на увеличении количества сделок между продавцом и покупателем, а объём сделок отражает успех маркетинговой стратегии в деятельности компании. CRM-концепция непосредственно не может быть увязана с увеличением количества сделок. В ее задачи входит увеличение доходности, при-

быльности системы продаж и повышение клиентской удовлетворённости. В рамках этой концепции компания на основе инструментов и технологий совершенствует взаимоотношения с клиентами в целях увеличения объемов продаж. С этой точки зрения CRM – это бизнес процесс, а не технология. Понятие CRM-управление взаимоотношениями с клиентом – определяет основные бизнес-функции этих систем. Борьба за клиента – особенность рыночных отношений. С точки зрения экономической выгоды, гораздо дешевле поддержать взаимоотношения с постоянным покупателем, чем найти нового.

По принципу Парето около 80% дохода компании обеспечивается 20 % её клиентов. В продажах промышленных товаров торговому представителю в среднем требуется от десяти обращений к новым потенциальным покупателям, чтобы продать единицу товара, и лишь 2-3 обращения к уже существующим клиентам. Заключить сделку с уже имеющимся клиентом легче (следовательно, дешевле) в 5-10 раз, чем добиться этой же сделки с новым покупателем. Среднестатистический клиент, разочарованный в своем поставщике, рассказывает о своих злоключениях десяти знакомым. Увеличение доли постоянных покупателей на 5 % выражается в общем увеличении объёмов продаж более чем на 25 %. Традиционные стимуляторы потребительского спроса (реклама в средствах массовой информации или прямая почтовая рассылка каталогов и предложений фирмы) в настоящее время имеют тенденцию к снижению эффективности воздействия, по сравнению с минувшим десятилетним периодом. Подобные мероприятия охватывают как потенциальных заказчиков, так и респондентов, которые не станут клиентами компании. В докладе анализируются материальные преимущества CRM-концепции, преимущества автоматизации консультативного центра.

Белорусский рынок ПО по управлению ресурсами предприятия (ERP-систем) в 2013 году составлял порядка 30-50 млн. долл. США в год. Его развитие происходит скачкообразно. Долгосрочное развитие идет по трем основным направлениям. Первое – это простота. Количество пользователей CRM-систем постоянно растет. Продукт должен быть понятным. Второй момент – возможности. Каждая новая версия системы предоставляет пользователю все больший объем данных. Это тренд на рынке, который обусловлен развитием интернета и доступностью информации [3].

Белорусский рынок КИС кроме разработчиков сектора MRPII/ERP, представлен в Беларуси официальными поставщиками систем иностранного происхождения: Ахарта и SAP (поставщик на территории РБ – компания «ИВА»), систему Ахарта предлагает и компания «БЕЛСОФТ». Компания «Л-Класс Норд» позиционирует систему «Технокласс ERP». Представлены на территории нашей страны и российские разработчики. Известные на мировом рынке вендоры: Oracle, SAP, IFS занимают активные позиции и на рынках стран СНГ. Однако высокая стоимость лицензий, консалтинговых услуг и поддержки решений Oracle и SAP являются ключевой проблемой при выборе ERP-системы. Поэтому предпочтение часто отдается другим поставщикам, например, шведской компании IFS. Она успешно конкурирует с SAP в автоматизации фондоемких отраслей, в тех областях, где востребованы техобслуживание и ремонты, и имеет своего партнера в Беларуси, предлагающего клиентам свою, адаптированную к белорусским условиям, версию.

MRPII / ERP – системы российских вендоров: «Галактика» (применяется в нефтегазовой отрасли, машиностроении, химии, энергетике, металлургии. Срок внедрения составляет 4 месяца – 1,5 года); «Парус» (применяется в машиностроении, нефтегазовых компаниях, предприятиях энергетической отрасли. Срок внедрения составляет 4 месяца – 1 год); «1С: Предприятие 8.0. Управление производственным предприятием» (применяется в машиностроении, пищевой промышленности. Срок внедрения составляет 3-9 месяцев); КИС «1АС+» (применяется в энергетике, телекоммуникациях, химической, пищевой промышленности. Срок внедрения составляет 6-12 месяцев) [4].

Основные ERP-системы белорусского производства: «ITS B-Pro» (применяется в машиностроении, химической, радиоэлектронной, пищевой и нефтехимической промышленности. Срок внедрения составляет 3 месяца – 1 год); «Omega Production» (применяется в машиностроении, радиоэлектронной промышленности. Срок внедрения составляет 6 – 12 месяцев) [4].

Признанные авторитеты IT-рынка, как IBM, Oracle, Microsoft включают в свои СУБД программные продукты, реализующие CRM- концепцию.

#### Список используемой литературы

1 Стреж, В. Корпоративные информационные системы / В. Стреж, В. Пархименко / Директор [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.economy-law.com> (дата обращения: 05. 01. 2015).

2 Microsoft Беларусь прогнозирует рост рынка CRM-систем [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://42.tut.by> (дата обращения: 06.01.2015).

3 Белорусский ERP-рынок [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.interfax.by> (дата обращения: 16.01.2015).

4 Прикладное ПО КИС [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://bargu.by> (дата обращения: 06.01.2015).

**А. С. БАРАБАНОВА**

(г. Гомель, Республика Беларусь, ГГУ имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. А. Шнып**

#### ПРОЕКТ ОТКРЫТИЯ СТУДИИ ПАРИКМАХЕРСКОГО ИСКУССТВА «ESTEL GOMEL STUDIO» КАК СПОСОБ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИСТРИБЬЮТОРА

Открытие и организация работы студии парикмахерского искусства в нестабильных рыночных условиях весьма затратное предприятие. Вместе с тем, оно необходимо, если дистрибьютор стремится не только удержать свои позиции на рынке, но и укрепить конкурентное преимущество. Данное мероприятие способствует формированию узнаваемости и лояльности к марке у потребителя, а также послужит своеобразной площадкой для обмена опытом мастеров-парикмахеров, что способствует увеличению объема сбыта косметического бренда «Estel» в Гомельском регионе.

Инвестиции в вышеупомянутый проект можно условно разделить на две категории: затраты на организацию деятельности и на открытие студии (таблица 1).

Таблица 1 – Затраты на проект «Estel Gomel Studio», тыс. руб.

№ п.п	Статья	Сумма
1	2	3
	Затраты на организацию деятельности студии	
1	Оборудование, в т. ч.:	66 300
	настенные зеркала (3шт.);	6 500
	рабочее место парикмахера (5шт.)	8 400
	парикмахерское кресло (12 шт.)	27 800
	раковина для мытья головы (3 шт.)	9 300
	сиденье под раковину (3-хместное)	5 100
	стойка администратора	3 000
	стеллажи мебельные	6 200
2	Отделочные работы, в т.ч.:	18 000
	внутренние	10 500

Окончание таблицы 1

1	2	3
	наружные	7 500
3	Оплата труда мастеров	8 700
Итого:		93 000
	Затраты на открытие студии	
1	Услуги event-студии "Капуста"	7 000
2	Выступление иллюзиониста	800
3	Продукты для выездного бара	800
4	Изготовление праздничного торта, 18 кг	1 800
5	Печать буклетов-расписания	2 180
6	Услуги пиротехника	1 500
7	Услуги фото- и видеосъемки	2 000
8	Оформление шарами	250
Итого:		16 330
Всего:		109 330

Исходные данные для расчета эффективности мероприятия представлены в таблице 2. Норма дисконта принимается равной 40 %. В таблице 2 видно, какой объем прибыли планируется извлечь на каждый год реализации проекта по открытию студии. В первый год после вложения инвестиций дистрибьютор ООО «Милена» планирует получить 60 млн. руб. С учетом инфляционных прогнозов возможно ежегодное увеличение данной суммы на 10 000 – 15 000 тыс. руб.

Таблица 2 – Исходные данные для расчета эффективности проекта, млн. руб.

	Годы								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вложения	Чистый доход								
109,33	60,0	70,0	85,0	95,0	95,0	100,0	110,0	110,0	120,0

Для оценка эффективности вложенных инвестиций на открытие «Estel Gomel Studio» составим таблицу 3. В ней указана сумма первоначальных инвестиций и ожидаемый доход на протяжении девяти лет. Для каждого года реализации проекта рассчитан свой коэффициент дисконтирования, который поможет определить значение чистого дисконтированного потока. В результате, инвестор может наглядно проследить динамику и объем накопленной стоимости потока денежных средств.

Таблица 3 – Расчет чистого дисконтированного дохода проекта, тыс. руб.

Год	Вложения	Ожидаемый доход	Коэффициент дисконтирования	Чистый дисконтированный поток	Накопленная стоимость потока (NPV)
1	- 109 330		1	-109 30	- 109 330
2		60 000	0,714	42 840	- 66 490
3		70 000	0,510	35 700	- 30 790
4		85 000	0,364	30 940	150
5		95 000	0,260	24 700	24 850
6		95 000	0,186	17 670	42 520
7		100 000	0,133	13 300	55 820
8		110 000	0,095	10 450	66 270
9		110 000	0,068	7 480	73 750
10		12 000	0,048	5 760	79 510

Инвестирование проекта «Estel Gomel Studio» планируется осуществлять за счёт собственных средств дистрибьютора.

Положительное значение чистого дисконтированного дохода показывает его эффективность. Динамический срок окупаемости соответствует периоду 3,9 лет. Индекс доходности представляет собой отношение суммы приведенных эффектов к величине капиталовложений и для данного проекта составляет 1,3. Таким образом, можно утверждать, что открытие «Estel Gomel Studio» является эффективным. Финансовый профиль проекта изображен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Финансовый профиль проекта

Почти через три года после вложения инвестиции окупятся и работа студии начнет приносить прибыль. Данный проект уникален для Беларуси и имеет большие перспективы развития в последующие годы своей работы. Таким образом, дистрибьютору удастся привлечь еще больше внимания к бренду Estel и нарастить объем сбыта продукции.

### **О. В. БОРИСЮК**

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Л. Л. Скворцова**

## **КОНТЕКСТНЫЕ ТРИГГЕРЫ ПРОДАЖ КАК СПОСОБ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ**

Люди и организации продают свои товары и услуги с помощью рекламных объявлений. Традиционно объявление состоит из четырех основных составляющих: название, описание, цена, контактные данные. В настоящее время на рынке товаров и услуг существует ситуация, когда товар или услуга не имеют очевидных объективных критериев, отличающих предложение от конкурентов. Доступным решением данной проблемы является использование приемов нейромаркетинга. Целью настоящей работы является систематизация возможностей использования технологий нейромаркетинга для увеличения эффективности маркетинговых коммуникаций.

Нейромаркетинг – область маркетинга изучающая применение мыслительных установок, эмоциональных и чувствительных реакций, для определения максимально эффективных способов воздействия на человека [1, с. 23].

Правильно составленное рекламное объявление обычно содержит объективное описание состоящее из характеристик, преимуществ перед конкурентами и описывает возможности и выгоды для потребителя. Следует подчеркнуть, что в большей части эта информация является объектом рационального осмысления и анализа, а значит и имеет свои границы. Нейромаркетинг рекомендует при конструировании вербальных рекламных сообщений использовать приемы, которые направлены на включение воображение человека и не имеют четких границ, например, контекстные триггеры продаж.

Контекстные триггеры продаж (КТП) – это краткие текстовые формулировки, запускающие эмоциональные реакции людей, связанные с их основными потребностями, актуализирующие их и смещающие акцент от рациональных к эмоциональным выгодам [2, с. 116].

Классической является технология создания объявлений, которая использует КТП, побуждающие к действию. Например: «покупайте», «звоните», «приходите» и т.п. Но сегодня нейромаркетинг предлагает решение по использованию КТП в 7 основных категориях потребностей. Далее приводится систематизация категорий, разделенных по принципу основного мотивирующего фактора потребности [3, с. 137]:

1 Жадность. Триггеры этой категории запускают эмоциональные и чувственные реакции, направленные на потребность человека экономить финансовые ресурсы, т.е. «тратить меньше – получать больше». Например, часто используется предложение «два по цене одного» – этот вариант показывает ценовую привлекательность, но фиксирован четкими объективными критериями. И для продавцов ситуация, когда они уменьшают цену вдвое, является неприятным исключением: «стоит 1 000 – теперь 500». КТП, используемое в этой категории – «экономьте», «выгодно», «лучшая цена», «дисконт», «практично» и т. п. К этой же категории относятся «лимитирующие условия», «партия ограничена». Человек, читающий его, сам представляет и создаёт в своих эмоциях привлекательность данного предложения, не имея прямых объективных критериев его оценки.

2 Лень. Триггеры этой категории потребностей акцентируют внимание на минимизации действий для получения результата. Большинство людей хотят получать результаты при минимальных физических усилиях и совершать свою активность в максимально комфортных условиях. Примеры КТП, относящихся к категории «лень», это: «просто», «легко», «быстро», «удобно» и т.п. Этот вектор потребностей используется, например, интернет-магазинами, которые реализуют большую часть своих продаж предложениями делать покупки, «не вставая с дивана» в «два клика».

3 Тщеславие. Триггеры, актуализирующие мотивы, связанные с потребностью людей в признании (увеличении) своего социального статуса в своих глазах или окружающих людей. Примеры КТП: «VIP», «элитный», «эсклюзивно», «умное решение», «для коллекционера» (для ценителей/гурманов), «...золотой/ платиновый/ бриллиантовый» и т.п. В описании товаров и услуг использование КТП этой категории запускает эмоциональные реакции, в которых человек повышает свой статус. Например, человек рассматривает «VIP-предложение» туристического тура и воспринимает триггер «VIP» как свой социальный статус в обществе.

4 Страх. Эта категория КТП связана с потребностью человека в безопасности и направлена на актуализацию этой потребности. Она фактически использует приёмы, направленные на возникновение страха и панической реакции. Примеры КТП этой категории: «опасность», «проблемы», «угрозы», «осторожно», «риск», «кризис» и т.п. Деятельность страховых компаний состоит из создания страховых предложений, каждое из которых теоретически связано с проблемами безопасности человека. Достаточно изменения названия вида страхования – меняется эффективность продаж: страхование здоровья или страхование от болезни.

5 Сексуальность. КТП данной категории связаны с потребностью человека быть привлекательным для противоположного пола и ощущать себя успешным объектом внимания. Примеры: «успех», «привлекательность», «соблазн», «шарм», «чувственность/чувства», «обольщение/влечение», «очарование» и т.п. Известным примером использования данной потребности является рекламные компании косметического бренда АХЕ. КТП используемый в этом случае является сам слоган компании «АХЕ-эффект», который подсознательно воспринимается потребителем после просмотра ролика как «SEX effect».

6 Любопытство. Категория КТП затрагивает врожденную склонность человека к исследованию и изучению. Примеры: «новинка», «секрет», «новое поколение», «инновация», «обновление» и т.п. Каждый раз, когда компания желает продать больше товаров, она добавляет к описанию своего товара КТП «новинка», вызывая тем самым у покупателя желание сделать покупку привычного товара и удовлетворить свое любопытство, объяснив самому себе, в чём же заключается изменение .

7 WOW-эффект. КТП это категории направлены на выведение человека из состояния эмоционального равновесия и провокацию ярких эмоций, таких как удивление, восхищение, восторг. Яркое эмоциональное настроение является фактором выключения рационального суждения о целесообразности покупки. Примеры КТП: «восторг», «восхитительно», «невероятно», «шок», «феноменально», «фантастика», «изумительно», «блистательно» и т.п. Формальные события усиливаются визуальными и аудиальными эффектами, которые формируют впечатление о ценности. Например, люди оценивают Олимпиаду по церемонии открытия, которая не имеет прямого отношения к спортивным достижениям.

Таким образом, включение в структуру рекламных объявлений КТП – простой и доступный способ повышения эффективности рекламных объявлений.

#### **Список используемой литературы**

- 1Трайндл, А. Нейромаркетинг: визуализация эмоций А. Трайндл. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – С. 23-25.
- 2Нир Эяль Покупатель на крючке / Нир Эяль, Райан Хувер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – С. 116-117.
- 3Бэндлер, Р. Рефрейминг. Ориентация личности с помощью речевых стратегий. / Р. Бэндлер, Дж. Гриндер. – М.: МОДЭК, 2001. – С. 137-138.

#### **А. Е. ВИЙТОВИЧ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

### **ERP-СИСТЕМЫ И УПРАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЯМИ БИЗНЕСА**

ERP-системы (системы планирования ресурсов предприятий) предназначены для управления всей финансовой и хозяйственной деятельностью предприятия. Они используются для оперативного предоставления руководству предприятия информации, необходимой для принятия управленческих решений, а также для создания инфраструктуры электронного обмена данными предприятия с поставщиками и потребителями. ERP-системы позволяет использовать одну интегрированную программу вместо нескольких разрозненных. Единая система может управлять обработкой, логистикой, дистрибуцией, запасами, доставкой, выставлением счетов-фактур и бухгалтерским учётом.

Реализуемая в ERP-системах система разграничения доступа к информации предназначена (в комплексе с другими мерами информационной безопасности предприятия) для противодействия как внешним угрозам (например, промышленному шпионажу), так и внутренним (например, хищениям данных). Внедряемые в связке с системами контроля качества и поддержки отношений с клиентами, ERP-системы нацелены на максимальное удовлетворение потребностей компаний в средствах управления бизнесом. В основе ERP-систем лежит принцип создания единого хранилища (репозитория) данных, содержащего всю корпоративную бизнес-информацию: плановую, финансовую, производственную, данные по персоналу и др. Наличие единого корпоративного репозитория устраняет необходимость в передаче данных от одной системы к другой

(например, от производственной системы к финансовой или к кадровой). Такая система обеспечивает также одновременную доступность к информации любого числа сотрудников предприятия, обладающих соответствующими полномочиями. Целью ERP-систем является не только улучшение управления производственной деятельностью предприятия, но и уменьшение затрат и усилий на поддержку его внутренних информационных потоков.

Основные функциональные блоки типизированной ERP-системы:

- Управление спросом. Блок предназначен для прогноза будущего спроса на продукцию, определения объема заказов, которые можно предложить клиенту в конкретный момент времени, определения спроса дистрибьюторов и др.

- Планирование продаж и производства. Результатом действия блока является разработка плана производства основных видов продукции.

- Укрупнённое планирование мощностей. Используется для конкретизации планов производства и определения степени их выполнимости.

- Основной план производства (план-график выпуска продукции). Определяется продукция в конечных единицах (изделиях) со сроками изготовления и количеством.

- Планирование потребностей в материалах. Определяются виды материальных ресурсов (сборных узлов, готовых агрегатов, покупных изделий, исходного сырья и др.) и конкретные сроки их поставки для выполнения плана.

- Спецификация изделий. Определяет состав конечного изделия, материальные ресурсы, необходимые для его изготовления, и др. Фактически спецификация является связующим звеном между основным планом производства и планом потребностей в материалах.

- Планирование потребностей в мощностях. На данном этапе планирования более детально определяются производственные мощности.

- Маршрутизация / рабочие центры. С помощью этого блока конкретизируются как производственные мощности различного уровня, так и маршруты, в соответствии с которыми выпускаются изделия.

- Проверка и корректировка цеховых планов по мощностям.

- Управление закупками, запасами, продажами.

- Управление финансами (ведение Главной книги, расчеты с дебиторами и кредиторами, учёт основных средств, управление наличными средствами, планирование финансовой деятельности и др.).

- Управление затратами (учет всех затрат предприятия и калькуляция себестоимости готовой продукции или услуг).

- Управление проектами/программами.

- Управление персоналом.

Кроме того, для ERP-систем практически обязательным является наличие возможности электронного обмена данными с другими приложениями, а также моделирования ряда ситуаций, связанных, в первую очередь, с планированием и прогнозированием.

В соответствии с современными требованиями ERP-система должна помимо ядра, реализующего стандарт MRP II (или его аналога для непрерывного производства), включать следующие модули: управления логистическими цепочками (DRP); усовершенствованного планирования и составления производственных графиков (APS); управления взаимоотношениями с клиентами (CRM); электронной коммерции (EC); управления данными об изделии (PDM); надстройки Business Intelligence, включающей решения на основе технологий OLAP (On-Line Analytical Processing) и DSS (Decision Support Systems); автономный модуль, отвечающий за конфигурирование системы (SCE); окончательного (детализированного) планирования ресурсов FRP (Finite Resource Planning).

В настоящее время разработана также методология «Планирование ресурсов предприятия, синхронизированное с запросами потребителя – (CSRP)», которая охватывает взаимодействие предприятия с клиентами: оформление наряд-заказа, техническое задание, поддержку клиентов, планирование ресурсов в зависимости от объема и состава клиентских заказов. Если стандарт ERP ориентирован на управление запасами и мощностями, планирование, производство и продажу продукта, то в стандарт CSRP включен полный цикл жизненного цикла изделия – от его проектирования с учетом требований заказчика до гарантийного и сервисного обслуживания после продажи.

Этот новый тип корпоративных информационных систем (КИС) в некоторых источниках стали называть системой ERP II, основа которых – управление взаимодействием компании с внешней средой. Там где можно, внутренние и конфиденциальные процессы становятся внешними и открытыми. Излишняя тайна корпоративной информации, которая усложняла деятельность, исчезает. На смену ей приходит четко регламентированная политика в сфере информационной безопасности и безопасности самих информационных систем.

Соединение ERP-системы с технологиями OLAP, системой сбалансированных показателей и системой функционально-стоимостного управления привело к появлению и развитию систем BPM – управление эффективностью бизнеса, которые позволяют связывать операционные результаты деятельности предприятия с эффективностью реализации миссии компании.

**С. В. ВЛАСОВА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **ЭЛЕКТРОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ СОБСТВЕННОГО ПРИБЫЛЬНОГО САЙТА**

Большинство небольших предприятий и фирм имеют собственные ресурсы, представляющие собой визитную карточку. Затраты на такие ресурсы составляют порядка 100 условных единиц ежемесячно, и зачастую компании не стараются превратить их в источники дополнительной прибыли.

Это связано с тем, что предприниматель не может представить основные нюансы и тонкости электронного предпринимательства. Такие сайты основаны на принципе красоты, или же просто для ознакомления, чтобы сайт существовал. Потребитель не в силах получить все необходимые ему данные, которые бы его интересовали. Основная причина заключается в том, что предприниматели недооценивают направление интернет-маркетинга. Традиционный маркетинг используется всё чаще и чаще, однако аналогичный маркетинг в сети Интернет большинству всё ещё не знаком. В интернет-маркетинг входят: электронная почта, информация на сайтах компаньонов и это далеко не весь список.

Открытие собственного сайта должно содержать 5 этапов: принятие решения; выбор подрядчика и создание сайта; регистрация в поисковых машинах и оптимизация; реклама и поддержка; прибыльность.

Этап 1. Принятие решения. Многие, кто задумываются открывать собственные сайты, руководствуются тем, что в случае, когда у другой компании имеется ресурс, то он должен быть у них. По какой причине компании идут на создание ресурса могут ответить от 10 до 15 % всех потребителей. Зачастую клиент не понимает, что ресурс может стать хорошим и прибыльным вложением. Основа интернет-проекта – грамотно определенная и выявленная цель, которая помогает и признана уменьшать расходы.

Современные сайты могут быть представлены в следующем виде: сайт-визитка; проспект, брошюра (рекламные буклеты); интернет-реестр (список товара); бутик-онлайн; торговая площадка; инструментарий по предоставлению послепродажного сервисного обслуживания; система помощи для дилеров, поставщиков (удалённо).

На практике, зачастую можно встретить сайты, которые представлены не одним, а несколькими видами. Перед разработкой сайта в первую очередь необходимо выделить основной функционал ресурса, который может быть полезным для клиента.

Этап 2. Выбор подрядчика и создание сайта. Цена на услугу для изготовления и продвижения ресурса зависит от того, насколько эта компания знаменита, какого рода предоставляет услуги и т.д.

Основными критериями выбора генподрядчика являются: продолжительность существования компании, наличие базы данных с постоянными клиентами, количество персонала, качество и отзывы; также нельзя обделить вниманием и факт предыдущих успешных либо не успешных проектов и разработок компании.

Этап 3. Регистрация в поисковых машинах и оптимизация. Каждый ресурс, который представляет ту или иную компанию и их продукцию должен быть прорекламирован, иначе сайт затеряется среди миллионов других страниц.

Ссылку на интернет-портал можно разместить на буклете, открытке либо на самом продукте. Однако это не принесет ожидаемого результата.

Основой продвижения и раскрутки является процесс оптимизации сайта в поисковых системах, ведь с помощью поисковых систем на сайт попадает большее число клиентов.

Как показывают многие исследования, лишь небольшая часть интернет-пользователей обращается на вторые и третьи страницы поисковых систем. Большинство переходит на первую страницу запроса. Следствие этого является заинтересованность и значимость отображения сайта на первой позиции в поисковом запросе.

Семантическое ядро – основа ресурса. Это ядро основано на названии компании, списка продукции, услуги и другой основной информации. Эксперты отмечают, что лучше всего составить от 15 до 20 представлений. Каждый вопрос продумывается перед процессом написания ресурса. Для составления грамотного взгляда со стороны потребителей необходимо прибегнуть к помощи маркетологов.

Оптимизация ресурса не ограничена созданием семантического ядра и продумывания вопросов по запросам. Для того, что бы попасть на первую строчку нужно выполнить ещё много работы. Затраты на оптимизацию в поисковых машинах существенно отличаются. Стоимость одной и той же работы может быть, как 300 условных единиц, так и 2 000 условных единиц. Важным фактором является изучение рынка. Ещё одним критерием определения стоимости является комбинационность и многосложность запроса. Для разных запросов будет разная стоимость. Например, запросы о недвижимости, будут стоить в несколько раз больше, чем простые запросы о «молоке» или других товаров.

Основа успешности любого ресурса – поисковая оптимизация сайта и его продвижение.

Этап 4. Реклама и поддержка. Любому сайту требуется постоянная поддержка и постоянное финансирование. Этот вопрос также необходимо проработать и учесть в процессе планирования затрат.

Среди множества средств по продвижению ресурсов выделяют следующие:

- баннерная реклама (1 условная единица по 1 000 просмотров);
- контекстная реклама (0,1 условной единицы за клики);
- связь с общественностью (Public Relations, пиар) – 1 000 условных единиц;
- партнерская программа (от 5 до 7 %);

– рассылка рекламных писем на почтовые адреса в сети Интернет – 5 условных единиц за 1 000 отправленных сообщений.

Грамотно скомбинировав методы и объединив их можно добиться хороших результатов при выделении для рекламы всего 100 условных единиц.

Стоимость поддержки ресурса составляет 50-100 условных единиц. Помимо затрат на оптимизацию, продвижение и поддержку, необходимо также учесть затраты на ресурс по его размещению в интернете. Чтобы раскрутить ресурс и добиться его рентабельности должно пройти порядка 6 месяцев.

Этап 5. Прибыльность. На доходность оказывает влияние не только процесс правильности выполнения всех шагов по созданию, продвижению и поддержке ресурса, но и дело, которым занята фирма.

Доходность ресурса принято измерять показателем по количеству потребителей, которые пришли и привлеклись в компанию с использованием сайта. Примером прибыльного сайта может являться сайт компании, которая предоставляет автомобили на основе аренды. Сайты таких компаний привлекают около половины всех потребителей.

Затраты по содержанию сайтов намного ниже по затратам на другие рекламные ходы. Хорошие сайты могут приносить своим владельцам порядка 5 000 условных единиц прибыли ежемесячно.

**К. В. ВОЛЧЕК**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **КОНВЕРГЕНЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ И БИЗНЕСЕ**

Конвергенция (от англ. convergence – схождение в одной точке) означает не только взаимное влияние, но и взаимопроникновение технологий, когда границы между отдельными технологиями стираются, а многие интересные результаты возникают именно в рамках междисциплинарной работы на стыке областей. В отношении NBIC конвергенции можно даже говорить об ожидаемом частичном слиянии этих областей в единую научно-технологическую область знания [1].

Одним из результатов научно-технического прогресса является создание информационных технологий, внедрение и использование которых влияет на экономическое развитие страны. В целом, согласно трактовке, принятой ЮНЕСКО, под информационными технологиями понимается:

– во-первых, комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации;

– во-вторых, вычислительная техника и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы [1].

Совсем недавно термин «конвергенция» в мире информационных технологий означал одно – слияние телевидения и Интернета. Согласно мнению ученых, столкновение интерактивного ТВ и Web-мультимедиа приведет к возникновению нового информационного средства, объединяющего все самое лучшее, что есть в этих сферах.

Подобная конвергенция наверняка когда-нибудь произойдет. Но сегодня многие бизнес-консультанты используют упомянутое определение для обозначения гораздо более актуального в данный момент процесса – слияния различных каналов сбыта, систем дистрибуции и категорий товаров/услуг. Сегодняшний бизнес состоит не в том,

чтобы лучше продать или доставить товар, и даже не в том, какой именно товар продается. Суть бизнеса – в клиенте. И в результате все дороги, ведущие к сердцу клиента, должны сходиться в одной точке [1].

С точки зрения бизнес-процесса конвергенция – не просто новые информационно-технологические системы для установления связи торговых представителей компании с фирменным Web-сайтом [1].

Раньше компании концентрировались на производстве своей продукции. Цепочка поставок непрерывно поддерживала этот процесс. Региональные дистрибьюторы господствовали на своих рынках. Теперь же покупатели могут приобретать товары в глобальной Сети и взаимодействовать не только с дистрибьюторами, но и нетрадиционными розничными торговцами и даже непосредственно с производителями. Таким образом, цепочка поставок превратилась в цепочку спроса, главным звеном которой является клиент [2].

Капиталоемкие предприятия уже не могут позволить себе рассматривать информационные технологии в отрыве от операционных технологий, поскольку этому препятствуют следующие факторы:

- увеличение объёмов полезной информации, поступающей с мобильных устройств сотрудников, от оборудования и операционных процессов;
- открытые платформы и сетевое взаимодействие, которые способствуют интеграции и совместному использованию критически важных данных в масштабе субъекта;
- стремительное развитие приложений для управления производственными активами и работами, которые создаются «с нуля» с целью оптимизации операционной деятельности [2].

Цели конвергенции:

- единое представление достоверной информации. Создание и внедрение единого решения для обзора и управления корпоративной информацией, которое предоставляет лицам, принимающим решения, нужные сведения в нужном формате и в нужное время;
- динамическая оптимизация в режиме реального времени. Для перехода от автоматизации к оптимизации бизнес-процессов в реальном времени нужно, чтобы сотрудники, вовлеченные в эти процессы, имели доступ ко всей необходимой информации – также в реальном времени. Задержки, связанные с отсутствием информации о проблеме, больше недопустимы;
- сокращение затрат. Интеграция информационных и операционных технологий приводит к их удешевлению в масштабе предприятия, что позволяет эффективнее достигать операционных целей бизнеса [2].

#### **Список используемой литературы**

1 Вендров, А. М. Проектирование программного обеспечения экономических информационных систем / А. М. Вендров. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 15-23.

2 Информационные системы в экономике: учеб. пособие / под ред. проф. Д. А. Чистова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 3-9.

**В. Ю. ГОЛОВКО**

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **А. В. Семенчук**

#### **ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖ ТОВАРОВ В ЭЛЕКТРОННЫХ МАГАЗИНАХ**

Электронная коммерция – это современный бизнес, который стремительно развивается при минимальных затратах благодаря использованию новейших информацион-

ных технологий. Наиболее распространённой и апробированной его формой является мировая Интернет-торговля. Идеи технологий электронной торговли окончательно утвердились, о чем свидетельствуют доходы и обороты торговых Интернет-предприятий.

Актуальность электронной коммерции признана не только в сфере малого бизнеса, но и на государственном уровне. В этом плане Беларусь имеет все предпосылки для развития электронной коммерции, которая может стать важной составляющей благополучия национальной экономики [1, с. 12].

Самым большим и наиболее важным преимуществом электронной торговли является то, что она позволяет заинтересованной компании или частному лицу достичь глобального рынка. Она обслуживает потребности как национального, так и международного рынков. С помощью электронной коммерции даже малые предприятия могут получить доступ к мировому рынку для продажи и покупки товаров и услуг. При ведении таким способом бизнеса также отсутствуют временные ограничения, так как электронная торговля дает возможность выполнять операции 24 часа в сутки и в праздничные и выходные дни, что в свою очередь значительно увеличивает продажи и прибыль [2].

Среди других преимуществ электронной торговли следует отметить следующие:

- экономия времени. Интернет-магазин позволяет сделать покупку не выходя из дома в любое время, а выбор и заказ товара займет у покупателя несколько минут, если он точно знает, что хочет купить. Служба доставки Интернет-магазина доставит выбранный товар в удобное время и место. Кроме этого, выбор и оценка свойств товара происходит в Интернет-магазине намного быстрее и удобнее, чем в обычном магазине;

- неограниченный ассортимент и информативность. Ассортимент Интернет-магазина ничем не ограничен (как, например, ассортимент обычного магазина ограничен торговой площадью). Кроме того, интернет-магазин в состоянии выдать такую информацию, как покупательский рейтинг, советы и отзывы о товаре, статьи о товаре, которые могут предопределить выбор;

- экономия денег. Затраты на работу Интернет-магазина, включая доставку, существенно ниже, чем у обычного. В отличие от обычного магазина, Интернет-магазин способен обслужить несколько сотен клиентов одновременно. Кроме того, если покупатель проживает в другом городе, он получает возможность не тратиться на междугородние телефонные консультации. Вся информация он может найти на страницах Интернет-магазина;

- для коммерческих организаций электронная торговля значительно сокращает расходы, связанные с маркетингом, обслуживанием клиентов, обработкой, хранением информации и управлением запасами. Электронная торговля снижает бремя инфраструктуры для ведения бизнеса и, тем самым, повышает объем средств доступных для инвестирования. Она также способствует эффективности обслуживания клиентов.

Но надо отметить, что электронная торговля наряду с преимуществами имеет и ряд недостатков. Одним из существенных недостатков электронной торговли является то, что Интернет всё ещё не коснулся жизни большого числа людей либо из-за недостатка знаний или доверия. Огромное количество людей все еще не используют Интернет для осуществления финансовых операций. Многие люди опасаются требований о раскрытии личной и частной информации из соображения безопасности.

Ещё одним ограничением электронной торговли является то, что она не подходит для торговли скоропортящимися товарами, такими как продукты питания. Такие товары люди предпочитают покупать обычным способом, чем используя электронную коммерцию, относительно покупки продуктов питания. В итоге, электронная торговля не подходит для подобных секторов бизнеса [2].

Несовершенная система доставки. Покупатели требуют от Интернет-магазинов быстрой и качественной доставки заказов. Покупателям очень удобно, когда покупки

доставляют по указанному адресу прямо на дом или на работу. По их мнению, несовершенство системы доставки выражается в: неудовлетворяющих сроках доставки товара и дорогой доставке товара. Возвратить продукт и получить возмещение может быть затруднительно, а также на это потребуется немалое количество времени.

Сложная система заказа. Она заключается в длинном и запутанном процессе оформления покупки. Покупателю необходимо заполнить длинную и часто не совсем понятной форму, в результате чего тратится много времени в Интернете, которое не всегда дешево стоит.

Не всегда широкий ассортимент. Соответственно, получить конкурентное преимущество сможет тот магазин, который предложит пользователям весь необходимый им ассортимент.

Необходимость регистрации. Некоторые магазины предлагают покупателю проходить очень долгий пошаговый процесс регистрации. Это отпугивает потенциальных покупателей совершать покупки в данном магазине, особенно когда покупатель ценит затрачиваемое им время.

Можно сказать, что преимуществом электронной коммерции является потенциал, который перевешивает недостатки. Начиная с середины 90-х годов во всем мире наблюдается рост активности в области онлайн-торговли. Вслед за крупными компаниями, производящими компьютерное оборудование, в Интернет стали выходить торговцы традиционными товарами. Появилось большое количество книжных магазинов, магазины компакт-дисков и видеокассет, винные магазины. Сейчас практически любые товары можно купить через Интернет-магазин.

Сегодня, благодаря наличию высококвалифицированных специалистов, готовых решений и появлению новых технологий, создание электронного магазина любой сложности является решаемой задачей. Некоторые компании даже предлагают бесплатные скрипты для разработки Интернет-магазинов.

Таким образом, любой человек, имеющий доступ к интернету, может, как совершать покупки с помощью Интернет-магазинов, так и сам заняться электронным бизнесом, имея небольшой стартовый капитал. А это ещё один шаг на пути к развитию электронной коммерции, на пути к информационному обществу.

#### **Список используемой литературы**

1 Багмет, А. Электронная коммерция в Республике Беларусь / А. Багмет // Банкаўскі веснік. –2000. – №37. –12 с.

2 Недостатки и преимущества электронной коммерции [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://wmgood.ru> (дата обращения: 22.01.15).

#### **С. Д. ГОЛУБОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Н. Говейко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СЕТИ СВЯЗИ**

Вопрос построения ясного и в то же время краткого определения понятия «облачные технологии» давно пытаются разрешить эксперты, аналитики и маркетологи. Но ничего лучше, чем описание ключевых характеристик и методов работы пока не придумано. Если попытаться дать определение, то оно может звучать следующим образом: «Облако – это динамично расширяемая информационная система, при необходимости предоставляющая потребителям ИТ-сервисы с заданными характеристиками и позво-

ляющая контролировать качество предоставления услуг согласно заложенным метрикам» [1]. Самое важное в этом определении то, что «облачные» системы являются сервис-ориентированными: их основная задача – обеспечить потребителя качественной услугой. Соответственно выделяется несколько моделей предоставления услуг.

– инфраструктура как услуга (IaaS) – предоставление различных ИТ-ресурсов клиентам. Как правило, модель IaaS подразумевает предоставление виртуального сервера, хранилища, сетевой инфраструктуры. IaaS предоставляет пользователю широкие возможности по настройке сервиса, но в то же время это затрудняет обслуживание. Для того чтобы избежать подобной проблемы многие провайдеры предлагают ряд шаблонов по предоставлению виртуальной инфраструктуры. Существуют модели предоставления только отдельных компонент ИТ-систем, например, хранилища данных;

– платформа как услуга (PaaS) – предоставление доступа к программной платформе. Пользователи могут создавать и размещать собственные приложения на базе данной платформы, они имеют доступ к управлению ресурсами более низкого уровня (операционная система, хранилища данных и т.д.). Из-за значительных различий в API каждой конкретной платформы, миграция приложений с одного PaaS решения на другое, как правило, невозможна. Этот факт вынуждает некоторых провайдеров задуматься о разработке универсального интерфейса PaaS. Основной эффект клиента при выборе им данной модели состоит в экономии на издержках, связанных с поддержанием физической и аппаратной инфраструктуры вычислительной сети, а также системного и серверного программного обеспечения;

– программное обеспечение(ПО) как услуга (SaaS) – предоставление программного обеспечения. В данной модели пользователи получают доступ только к функционалу необходимого ПО через сеть. Модель SaaS уже используется для доставки приложений для редактирования документов и презентаций, управления проектами, CRM.

Эксперты отмечают, что данные модели не ограничивают возможности предоставления ИТ-сервисов. Разделение на три модели использования возникло естественным образом, исходя из потребностей клиентов. Помимо различных способов предоставления сервисов различают несколько вариантов развертывания «облачных» систем: частное облако используется для предоставления сервисов внутри одной компании, которая является одновременно и заказчиком и поставщиком услуг; публичное облако используется «облачными» провайдерами для предоставления сервисов внешним заказчикам; смешанное (гибридное) облако – совместное использование двух вышеперечисленных моделей развертывания.

Экономия денежных ресурсов при использовании «облачных» технологий складывается из следующих составляющих: снижение капитальных затрат на закупку собственного серверного оборудования; отсутствие необходимости покупать лицензионное программное обеспечение; экономия на эксплуатационных расходах, выделяемых на настройку; экономия на поддержании работоспособности и обновлении ПО.

Необходимо отметить, что «облачные вычисления» в масштабе всей отрасли информационных технологий являются инструментом по сближению информационных технологий и бизнеса. Облачные вычисления несут явные преимущества как для пользователей (сокращение издержек, снижение сложности обслуживания аппаратно-программной инфраструктуры), так и для поставщиков услуг (экономия за счёт масштаба производства). В сегодняшней экономической ситуации, в условиях ограниченности бюджетов и высокой динамики рынка, предприятиям крайне важно иметь возможность оперативной переориентации с минимальными затратами. Облачные вычисления способны продлить срок службы существующих систем за счет внедрения инновационных технологий, а также сформировать конкурентные преимущества быстрее, чем при использовании традиционных методов внедрения информационных систем. Услуги в области информационных технологий из вспомогательных процессов плавно

перерастают в состав бизнес-процессов предприятия. Основой становится уже не просто бизнес-приложение, как продукт, а гибкий инструмент достижения поставленных задач, механизм повышения эффективности. При этом ценность облачных вычислений заключается в том, что бизнес сможет оперировать традиционными привычными понятиями, такими как, «услуга», «аутсорсинг», а не техническими терминами, как «сервер приложений» или «центр обработки данных».

Концепция интеллектуальной сети была разработана в Институте Velcorre (США) и в качестве новой технической политики предложена региональным оператором Bell. Эта политика имела следующие цели:

- обеспечение быстрого ввода новых услуг;
- расширение списка поставщиков оборудования для развития сетей за счет использования новых стандартов на оборудование и интерфейсы между узлами интеллектуальной сети;
- предоставление другим операторам доступа к сетям для введения новых услуг и повышения использования ресурсов этих сетей.

Международный союз электросвязи разработал рекомендации в области интеллектуальных сетей. Согласно этим рекомендациям, интеллектуальная сеть – это новый способ (архитектура, концепция) организации предоставления новых услуг на сети электросвязи, отличающийся от традиционного тем, что часть алгоритма обслуживания вызова, которая относится к дополнительной услуге, вынесена в общесетевой блок контроля услуг (контроллер услуг), что упрощает ввод и видоизменение дополнительных услуг, в том числе и непосредственно самим поставщиком услуг.

Технология интеллектуальных сетей снимает традиционные ограничения на расширение рынка телекоммуникационных услуг, связанных с длительными сроками внедрения и экономической нецелесообразностью введения краткосрочных услуг. Соблюдение единых стандартов обеспечивает взаимодействие оборудования различных производителей и дает доступ к сети третьим лицам-поставщикам новых услуг. «Услуга 800» сети – эффективный инструмент рекламы и маркетинга. Услуга «Виртуальная выделенная сеть» – альтернатива подходу к созданию частных сетей. Таким образом, «облачные» технологии и услуги интеллектуальных сетей связи становятся важными инструментами повышения эффективности управления и ведения бизнеса.

#### **Список используемой литературы**

- 1 Будущее облачных технологий: европейский взгляд [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.bureausolomatina.ru> (дата обращения: 12.01.2015).

#### **А. В. ГОНЧАРОВ**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **М. А. Грибовская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

### **РОЛЬ АВТОМАТИЗАЦИИ СКЛАДИРОВАНИЯ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ**

Логистика складирования – отрасль логистики, занимающаяся вопросами разработки методов организации складского хозяйства, системы закупок, приемки, размещения, учёта товаров и управления запасами с целью минимизации затрат, связанных со складированием и переработкой товаров. Это также комплекс взаимосвязанных операций, реализуемых в процессе преобразования материального потока в складском хозяй-

стве [1]. Складское хозяйство охватывает множество разнообразных компонентов логистической системы. Обычно склад рассматривают как место хранения запасов. Но во многих логистических системах роль его заключается не столько в хранении, сколько в распределении продуктов, обеспечивая тем самым демпфирование (сглаживание) несоответствий на различного рода стыках между темпом и характером поступления этих продуктов, с одной стороны, и потребления – с другой. На складах выполняются также погрузочно-разгрузочные, сортировочные, комплектовочные и некоторые специфические технологические операции.

В последнее время главным направлением развития складского хозяйства стало повышение гибкости и эффективности использования информационных технологий, что необходимо для удовлетворения растущих требований потребителей к ассортименту и условиям поставок. Совершенствование информационных технологий, автоматизация складского процесса увеличивают гибкость, давая возможность складским операторам быстрее реагировать на изменения и оценивать результаты деятельности в самых разных условиях.

Создание разветвленного и автоматизированного складского хозяйства направлено на следующее:

- обеспечение ритмичности совместной работы, организованности и оперативного взаимодействия различного рода производственных и транспортных подразделений;
- демпфирование колебаний внутри производства;
- сглаживание неравномерности внешних поставок и организацию их получения и использования;
- накопление готовой продукции и организацию её распределения в соответствии с фактическим поступлением заказов от клиентуры;
- обеспечение в течение времени хранения, поиска и выдачи сохранности качества сырья, материалов, комплектующих изделий и готовой продукции;
- рациональное использование площадей, принадлежащих предприятиям и компаниям;
- снижение простоев транспортных средств, обеспечение гибкости в выборе транспортных средств и определении объёмов перевозок и, в конечном счёте, уменьшение транспортных расходов;
- снижение потребности в персонале, освобождение его от выполнения большого объёма погрузочно-разгрузочных работ в условиях невысокого уровня организованности.

Основными причинами использования складов в логистической системе являются:

- уменьшение логистических издержек при транспортировке за счёт организации перевозок экономичными партиями;
- координация и выравнивание спроса и предложения в снабжении и распределении за счёт создания страховых и сезонных запасов;
- обеспечение бесперебойного процесса производства за счёт создания запасов материально-технических ресурсов;
- обеспечение максимального удовлетворения потребительского спроса за счёт формирования ассортимента продукции;
- создание условий для поддержания активной стратегии сбыта;
- увеличение географического охвата рынков сбыта;
- обеспечение гибкой политики обслуживания.

Эффективное управление операциями складирования может осуществляться только при соответствующем уровне информационного обеспечения всех стадий и видов этих операций. Информационное обеспечение операций складирования может выполняться традиционными методами с использованием различных структур и форм

ведущегося в той или иной степени вручную. В настоящее время во всё более широком масштабе применяются различные компьютеризованные системы информационного обеспечения функционирования современных складов.

Эффективный подход к управлению складскими помещениями является важнейшей задачей многих организаций. Для ее решения используются WMS-системы – компьютерные системы управления складом. Автоматизация работы склада необходима для того, чтобы систематизировать не только приём, размещение и отправку грузов, но и управление рабочими склада и помогает решить проблему путаницы с отправкой груза. WMS-система считывает штрих код каждой упаковки, с помощью специальных переносных компьютеров, которые прикреплены к каждой единице техники и имеются у каждого работника склада. Получив и обработав сведения с переносного терминала, WMS расшифровывает всю заключённую в них информацию. Основываясь на полученных данных (срок годности, идеальная температура хранения и т. д.), система определяет наилучшее место на складе для хранения данного материала или товара. В соответствии с этим, WMS-система моментально формирует задания для работников склада и прокладывает идеальные маршруты для проезда погрузочных машин, чтобы они не мешали друг другу и рабочий процесс шёл настолько быстро, насколько это возможно.

Автоматизация склада, позволяет экономить большое количество места, так как ни один, даже самый опытный складской работник не сможет так организовать расстановку товаров, как эта сделает система. Кроме того, система распознаёт материалы, которые при хранении в непосредственной близости могут оказывать неблагоприятное влияние друг на друга, и расставляет их в наиболее удалённых местах. WMS является прекрасным вариантом для того, чтобы облегчить управление складом, поэтому, хоть обходится она и недёшево, результат, достигнутый с её помощью, стоит таких денег.

Для различных складов параметры складской системы значительно отличаются друг от друга, так же как ее элементы и сама структура. При создании складской системы всегда нужно учитывать, что лишь индивидуальное решение с учетом всех влияющих факторов может сделать ее рентабельной.

Складское хозяйство играет очень важную роль в успешной работе предприятия, а автоматизация складских операций позволит существенно уменьшить трудозатраты на ведение складского учета.

#### Список используемой литературы

1 Uni-car [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.uni-car.ru> (дата обращения: 15.12.2014).

#### **Н. А. ДВОРАК, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)  
Науч. рук. **С. В. Карпенко**,  
канд. экон. наук, доц.

#### **СИСТЕМА ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Распространение системы платежей на электронной основе знаменует собой переход на качественно новую ступень эволюции денежного обращения. Платёжная система – совокупность законодательно регулируемых элементов, обеспечивающих совершение платежей между сторонами в процессе выполнения ими своих обязательств. Устойчивая и быстродействующая платёжная система, обеспечивающая потребности банков, экономических институтов, субъектов хозяйствования в проведении расчётов –

необходимая предпосылка эффективного функционирования экономики страны. Универсальность платёжной системы связана с наличием в ней взаимосвязанных подсистем для платежей разного характера и размера.

Выделяют следующие виды платёжных систем: традиционные, электронные, внутренние, частные и международные. Внутренней для Беларуси является «БелКарт», функционируют международные и частные платёжные системы на основе пластиковых карт. Электронные версии традиционных платёжных систем по схеме оплаты делятся на: дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью); кредитные (работающие с кредитными карточками) [1]. Преимущества электронных платёжных систем: доступность – абсолютно любой пользователь сети Интернет может открыть свой собственный электронный счет, безопасность, мобильность – в любом месте и в любое время человек может воспользоваться своим счётом и произвести любые финансовые операции, оперативность, простота использования.

Платёжный инструмент – форма платёжной инструкции в конкретной платёжной системе. Это распоряжение или послание о переводе денежных средств (в форме денежного требования к стороне) в пользу бенефициара. Распоряжение может касаться кредитового либо дебетового перевода [2]. Наибольшее распространение получили 5 платёжных инструментов: кредитовые переводы, дебетовые переводы, чеки, карточки, прочие инструменты.

Держатель карточки может занести на счёт в банке (дебетовые карточки) или взять кредитную линию (кредитовые карточки) до определенного лимита. Карточки обслуживают чуть меньше трети всех безналичных операций.

Банковская пластиковая карточка – это способ совершения безналичных платежей за товары и услуги, выполнения вкладных операций, получения наличных денег физическими и юридическими лицами. Преимущество – при её утере достаточно лишь сообщить в банк о случившемся. Карточка будет заблокирована, и счёт не пострадает. Недостатки: банк взимает процент за каждую транзакцию, совершаемую по карточке (покупка, обналичивание). Но, борясь за клиента, банк сегодня снижает взимаемые им комиссии. И клиент получает возможность выбрать карточку такого банка, чьи финансовые условия предпочтительнее.

Согласно статистическим данным:

- 90 % населения пользуется пластиковыми картами для получения зарплаты, стипендии и пенсии;
- 85 % населения пользуются одной картой, 12 % - двумя, и 2 % – тремя и более;
- 17 % респондентов используют пластиковые карты более 2 лет;
- 52 % людей, которые активно пользуются банковскими картами входят в возрастную группу 25-34 года, 45 % – 35-44 года, и всего 6 % людей старше 60 лет сумели освободить эту новинку;
- 53 % опрошенных пользователей входит в социальную группу с высокими доходами, 29 % – со средним доходом, и 10 % – с низким.

Электронные деньги – деньги на счетах компьютерной памяти банков, распоряжение которыми осуществляется с помощью специального электронного устройства.

Основным трендом в совершенствовании банковской системы является развитие форм дистанционного банковского обслуживания. Для увеличения доли безналичных расчётов при осуществлении розничных платежей планируется предоставить потребителю право выбора формы оплаты товаров (работ, услуг), обеспечить условия для осуществления расчетов преимущественно в безналичной форме, стимулировать организации торговли (сервиса) и население к расчетам за товары (работы, услуги) в безналичной форме. Также предусмотрено повысить качество предоставляемых банковских услуг населению и расчетного обслуживания организаций торговли (сервиса), в том числе за счет внедрения новых технологий. Планируется программно-технической ин-

фраструктуры для осуществления розничных платежей в безналичной форме, а также обеспечение её безопасности, надёжности и непрерывности функционирования в режиме «24 часа в сутки: 7 дней в неделю: 365 дней в году», создание системы мониторинга «24:7:365». Эмиссию своих карточек в Беларуси начнет платёжная система American Express. В настоящее время белорусские банки уже принимают эти пластиковые карты, однако лидирующее положение в сфере безналичных расчётов на данный момент принадлежит внутренней платёжной системе «БелКарт».

Банковские пластиковые карточки в безналичных расчётах используются в стране с 1993 года. Применяются национальная система «БелКарт», карточки международных банковских ассоциаций VISA и MasterCard. Банки эмитируют собственные банковские пластиковые карточки. В таблице 1 показана статистика внедрения за 2010–2012 гг.

Таблица 1 – Количество банковских пластиковых карт в Беларуси за период 01.01.2011–01.01.2013 гг.

Показатели	На 01.01.2011 г.	Структура, %	На 01.01.2012г.	Структура, %	На 01.01.2013г.	Структура, %
БелКарт, шт.	1 656 231	22	3 336 053	36	4 381 687	44
Visa International, шт.	3 757 251	48	3 817 671	41	3 741 857	38
MasterCardWorldWide,шт.	2 317 079	30	2 091 921	23	1 739 795	18
Всего, штук	7 748 882	100	9 246 230	100	9 863 341	100

Банки стимулируют держателей карточек к проведению безналичных расчётов с использованием банковских пластиковых карт. Основная задача – развитие внутренней платёжной системы «БелКарт» и повышение её конкурентоспособности на внутреннем и международном рынке банковских пластиковых карточек. В рамках Концепции развития платёжной системы Республики Беларусь на 2010 – 2015 годы совершенствуется нормативная правовая база, регулирующая порядок проведения операций с банковскими пластиковыми картами [3].

EasyPay – первая белорусская система интернет платежей. Это аналог традиционных денег. Цель – быстрые платежи в Интернете. Официальный сайт [www.easypay.by](http://www.easypay.by). Регистрация – 5-10 минут. Не надо скачивать и устанавливать ПО на свой ПК. Управление электронными деньгами осуществляется на операционной странице сайта. Возможность управлять своим электронным кошельком через SMS-сообщения. Регистрация пользователя анонимна и включает следующие данные: страна проживания, e-mail и сгенерированный набор случайных символов. Для расширенного перечня услуг системы заполняют Анкету с Ф.И.О., паспортными данными, датой рождения и местом проживания. Применяет многоуровневую систему безопасности: 1-й уровень – защищенный SSL-протокол с введением пароля, 2-й – одноразовое кодирование операций.

Развитие платёжной системы Беларуси учитывает общие тенденции платёжных систем в условиях глобализации и интеграции рынков, роста денежных потоков: оперативное управление платежами, внедрение современных технологий платежа, создание в системе BISS функционального комплекса для осуществления международных валютных расчетов через центральные зарубежные банки, повышение экономических и эксплуатационных характеристик платёжной системы.

#### Список используемой литературы

- 1 Платёжные системы [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 10.01.2015).
- 2 Виды платёжных инструментов [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://uchebnikonline.com> (дата обращения: 10.01.2015).
- 3 Кредитовые переводы [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.km.ru> (дата обращения: 09.01.2015).

**М. С. ДЕНИСЕНКО**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК МОЩНАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

Что такое облачные технологии и почему с их помощью прямо на наших глазах происходит настоящая революция в области решений для управления бизнесом компаний малого и среднего бизнеса?

Облачные технологии характерны тем, что все пользовательские данные хранятся не на сервере компании, а в «облаке» поставщика услуги – собственных аппаратных мощностях, позволяющих проводить сложные распределенные вычисления и предоставить клиенту ровно ту мощность, которая ему необходима в данный момент. Пользователь получает доступ к облачному сервису просто посредством обычного браузера, из любой точки планеты при наличии доступа в Интернет.

Примеры облачных сервисов – это почта Gmail (все данные находятся на серверах Google, а пользователь просто получает доступ к своей почте через браузер), FaceBook, «В Контакте» и огромное множество других популярных проектов. Все удобства облачных технологий доступны и для организации эффективного управления бизнесом.

Программное обеспечение SaaS – это услуга или иначе программы в аренду. Это новая модель использования программного обеспечения, благодаря которой компании решают очень дорогие информационные и инфраструктурные задачи почти бесплатно. SaaS – это гибкие затраты, быстрый возврат инвестиций, мгновенное начало работы и очень низкий порог входа.

До «эры SaaS» создавать мощную информационную инфраструктуру в малом и среднем бизнесе было слишком дорого, сложно и рискованно. SaaS можно пробовать почти бесплатно, и если программа помогает компании – завязать расходы на арендованные программы с ростом компании. И больше никогда не иметь проблем с вирусами, сломавшимися компьютерами, лицензионными программами и ОБЭПом.

В чем преимущества SaaS-сервисов для клиента? SaaS (SoftwareasaService) – модель предоставления облачного сервиса в аренду (в качестве услуги).

Такая модель имеет ряд преимуществ:

- отсутствие затрат на установку и внедрение. Вы просто регистрируетесь онлайн – и сервис готов к работе;
- отсутствие затрат на поддержку и сопровождение. Все данных находятся в облаке поставщика услуги, поддержка пользователей также находится на его стороне;
- гибкая модель помесечной оплаты сервиса. Вы можете изменить необходимое вам количество лицензий/сотрудников при следующем отчетном периоде;
- надежная защита ваших данных. Безопасность является приоритетной, ключевой компетенцией поставщика услуги, и ваши данные гарантировано будут защищены лучше, чем, если бы вы разворачивали систему на собственных серверах;
- SaaS-продукты ориентированы на массового пользователя, а это значит, что они просты и удобны в использовании. Учёт пожеланий огромного числа клиентов позволяет развивать сервисы в правильном направлении, востребованном рынком.

Все эти преимущества делают SaaS-продукты исключительно удобными для автоматизации бизнес-процессов в компаниях сегмента малого и среднего бизнеса.

«Коробочные» программы работают на компьютерах вашей компании. Если с компьютером или программой что-то происходит, нужно приглашать специалиста, который приедет и всё починит. Можно держать специалиста в штате, чтобы быстро решать проблемы – но это дополнительные расходы на персонал.

SaaS-система, напротив, работает на сервере разработчика, который уже собрал мощную команду поддержки. Техперсонал всегда держит руку на пульсе. Если что-то случается с программой, ее моментально исправляют, данные не теряются. И это лучший персонал, который можно себе представить.

Чтобы начать работать с «коробочным» продуктом, нужно его распаковать, установить и настроить на рабочих местах. Каждый новый компьютер – новая установка, новое обращение к специалисту. Если в компании один специалист и несколько офисов – это ещё и переезды, командировки.

Для SaaS-системы не имеет значения, где вы работаете – в Москве, Краснодаре, Минске, Новосибирске или Лос-Анжелесе: доступ к SaaS организован через Интернет, с любого компьютера по паролю. И неважно, сколько у вас офисов, рабочих мест и компьютеров – если есть Интернет, любой из них в любой момент подключается и полноценно работает. Некоторые SaaS-системы работают и на мобильных устройствах.

За классические «коробочные» программы нужно сразу платить большие деньги и периодически доплачивать за обновления, поддержку и устранение неполадок. При этом неважно, кто и как пользуется программой – затраты на поддержку для всех одинаковы.

SaaS – это небольшие ежемесячные платежи за нужные вам мощности и функционал, и в эти платежи уже включена поддержка и обновления. Стоимость SaaS-решения складывается из требований к системе: небольшие команды со скромными запросами платят значительно меньше, чем компании из сотен человек с огромными запросами по вычислительной мощности.

«Коробочные» решения покупаются надолго: однажды купив его задорого, компания будет стараться окупить затраты, даже если на рынке появится более интересное и удобное решение.

В SaaS-модели оплачивается не продукт, а время работы. Как только компания чувствует, что ее больше не устраивает нынешнее SaaS-решение, она находит нового поставщика и не ждёт полной амортизации старой программы. SaaS-разработчики знают об этом, поэтому конкурируют между собой и постоянно улучшают продукты.

SaaS-решения подойдут небольшим компаниям, которые только начинают строить информационную инфраструктуру и всерьёз задумываться о рабочих процессах и автоматизации бизнеса. Они легко внедрят SaaS-решение, это будет стоить недорого, к тому же – без риска.

SaaS особенно актуален компаниям с удаленными сотрудниками, филиалами или сетью агентов. Создавать собственную инфраструктуру распределённой работы несоизмеримо дороже, чем использовать готовое решение.

SaaS – для компаний, зависящих в работе от Интернета и электронной почты. Такие компании эффективно обеспечены доступом в Интернет, но, как правило, неэффективно строят внутренние процессы без отлаженного инфраструктурного решения. SaaS предоставляет такие решения и не создаёт дополнительных трудностей в работе.

**И. В. ДЕРБЕЕВА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Основной целью инноваций в коммерческой деятельности является обеспечение высокого качества процессов купли-продажи и товародвижения, торгового

обслуживания и торговой деятельности в целом, создавая тем самым необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности работы организации в целом.

Инновации являются следствием человеческой идеи, творческого процесса, изобретений, открытий, конечным результатом которых выступает внедренное новшество, обеспечивающее качественный и эффективный рост процесса или продукции, которое остро востребовано рынком и представляет собой совокупность работ, обеспечивающих такую реализацию торгового процесса, при котором будут использоваться наиболее рациональные способы в соответствии с конкретными хозяйственными условиями.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как итоговый результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или же усовершенствованного товара или технологического процесса, который используется в практической деятельности [1, с. 94-95].

Инновационная деятельность как объект управления характеризуется рядом параметров, управление которыми вызывает большие сложности. Например, функции менеджера направлены на поддержание достигнутого состояния системы, приобретение ею нового качественного состояния и достижение баланса между элементами. Инновационные системы имеют три вида параметров: состояния, управления и возмущающие параметры. Менеджер для поддержания достигнутого уровня системы опирается на параметры состояния. Даже эти сравнительно простые параметры имеют свою специфику в отношении инновационной деятельности. Они характеризуют неравновесность процессов, различную скорость процессов на разных стадиях, неравномерность течения процессов, изменчивость показателей структуры процесса, сложные переплетения пространственно-временных и причинно-следственных связей [1, с. 186-189].

Проанализировав материал по данной теме, мы выявили ряд проблем внедрения инновационных технологий в коммерческую деятельность:

– первой проблемой, тормозящей процесс внедрения, являются экономические риски. Чтобы начать производство инновационного продукта, предприятию необходимо сначала провести обширные маркетинговые исследования, стоимость которых довольно велика, и вопрос об их проведении зачастую становится «камнем преткновения» в создании малого или среднего предприятия;

– следующая проблема состоит в том, что законодательная база страны недостаточна в области инновационной деятельности;

– третья проблема – стереотипы. Она состоит в том, что работники фирмы могут оказаться неспособными принять нововведение;

Суть инновационной деятельности заключается в максимизации получения социально-экономического эффекта за счёт повышения эффективности использования интеллектуального потенциала. Согласно данным журнала «Экономист» основной причиной слабой конкурентоспособности отечественного производства 71 % опрошенных руководителей промышленных предприятий считают недостаток собственных средств, 27 % – неприемлемые условия кредитования, 26 % – недостаток инвестирования, 16 % – отсутствие необходимого оборудования.

Одним из условий расширения экспортных поставок является наличие электронной эксплуатационной документации и технологической поддержки с помощью Интернет-технологий. Это позволяет привлечь новых заказчиков продукции, поднять уровень продаж, расширить рынки сбыта за счёт сегмента пользователей Интернет, снизить затраты на создание и поддержку сайтов предприятий товаропроводящей сети, экономить на операционных издержках за счет переноса части сделок в Интернет, повысить эффективность работы с клиентами в ходе рекламных компаний [2, с. 290-294].

Скорость и удобство получения информации потребителем являются еще одним критическим фактором в принятии решений о покупке. Поэтому в процессе

взаимодействия с потребителем необходимо обеспечить ему самостоятельный доступ ко всей необходимой для него информации о продукте и производителе, информации об изделии на всех этапах его жизненного цикла.

Интегрированная информационная среда позволяет проследить не только путь или содержание какого-либо документа, найти информацию или увидеть статистику, но и получить все необходимые данные в реальном масштабе времени о состоянии дел на производстве, движении ресурсов, о любом выпущенном изделии и мнении потребителей о продукции предприятия и др.

Только располагая достоверной и своевременной информацией, руководитель может принимать обоснованные решения, как по тактическим, так и по стратегическим вопросам развития предприятия [2, с. 61-62].

Из всего вышесказанного можно сделать однозначный вывод. Инновационные вложения должны быть выгодными. Чтобы достичь необходимого уровня, нужно совершенствовать условия государственной поддержки, законодательную систему, вводить различные нормы и ограничения, стимулирующие использование новой техники, а также разработать более гибкую кредитную политику и другие меры. Современное общество должно быть заинтересовано в инновациях, а предприятия – обладать возможностью поддерживать их со своей стороны экономически. Таким образом, инновации станут для нас законом развития. Именно в этом кроется научное и практическое значение исследуемой проблемы.

#### **Список используемой литературы**

1 Памбухчиянц, О. В. Организация и технология коммерческой деятельности: учеб. / О. В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2012. – 638 с.

2 Козлова, В. Н. Коммерческая деятельность предприятия. Стратегия, организация и управление: Н. Козлова. – СПб.: Политехника, 2005. – 322 с.

**Т. В. ДОРОХ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Н. Говейко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **КАЧЕСТВО ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА И ЕГО ВНЕШНИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Проектирование и разработка программного обеспечения считаются достаточно молодыми сферами деятельности, однако они широко распространены и растут быстрее, чем когда-либо прежде. Индустрия программного обеспечения в настоящее время считается одной из главных опор экономического роста во многих странах. Софтверные компании, стремящиеся к достижению удовлетворенности клиентов, часто сталкиваются со сложными проблемами поставки высококачественных продуктов.

С тех пор как программное обеспечение стало неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, спрос на него значительно увеличился. Сегодня высокое качество воспринимается как обязательный компонент программного обеспечения. Поэтому очень важно вовлечь группы контроля качества в процесс планирования и реализации проектов с самого начала.

Качество программного продукта характеризуется набором свойств, определяющих, насколько продукт «хорош» с точки зрения заинтересованных сторон, таких как

заказчик продукта, спонсор, конечный пользователь, разработчики и тестировщики продукта, инженеры поддержки, сотрудники отделов маркетинга, обучения и продаж. Каждый из участников может иметь различное представление о продукте и о том, насколько он хорош или плох, то есть о том, насколько высоко качество продукта. Таким образом, постановка задачи обеспечения качества продукта выливается в задачу определения заинтересованных лиц, их критериев качества и затем – нахождения оптимального решения, удовлетворяющего этим критериям [1, с. 9].

Тестирование является одним из наиболее устоявшихся способов обеспечения качества разработки программного обеспечения и входит в набор эффективных средств современной системы обеспечения качества программного продукта.

С технической точки зрения тестирование заключается в выполнении приложения на некотором множестве исходных данных. Затем производят сверку получаемых результатов с заранее известными (эталонными) с целью установить соответствие различных свойств и характеристик приложения заказанным свойствам. Как одна из основных фаз процесса разработки программного продукта (Дизайн приложения – Разработка кода – Тестирование), тестирование характеризуется достаточно большим вкладом в суммарную трудоемкость разработки продукта.

Качество программного обеспечения имеет внешние и внутренние характеристики. Рассмотрим подробнее внешние характеристики. К ним относятся свойства, которые осознает пользователь программы [2, с. 456]:

- корректность – наличие/отсутствие дефектов в спецификации, проекте;
- практичность – лёгкость изучения и использования системы;
- эффективность – способность программного обеспечения предоставлять требуемый уровень производительности в соответствие с выделенными ресурсами, временем и другими обозначенными условиями;
- надёжность – способность программного обеспечения выполнять требуемые задачи в обозначенных условиях на протяжении заданного промежутка времени или указанное количество операций;
- целостность – способность системы предотвращать неавторизованный или некорректный доступ к своим программам и данным;
- адаптируемость – возможность использования системы без её изменения в тех областях или средах, на которые она не была ориентирована непосредственно;
- правильность – степень безошибочности системы, особенно в отношении вывода количественных данных;
- удобство использования – удобства при использовании программного обеспечения, логичность и простота в расположении элементов управления.

Улучшение некоторых аспектов качества неизбежно приводит к ухудшению других. Взаимосвязь внешних характеристик качества показана в таблице 1.

Таблица 1 – Взаимосвязь внешних характеристик качества

	Корректность	Практичность	Эффективность	Надёжность	Целостность	Адаптируемость	Правильность	Живучесть
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Корректность	↑		↑	↑			↑	↓
Практичность		↑				↑	↑	

## Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Эффективность	↓		↑	↓	↓	↓	↓	
Надёжность	↑			↑	↑		↑	↓
Целостность			↓	↑	↑			
Адаптируемость					↓	↑		↑
Правильность	↑		↓	↑		↓	↑	↓
Живучесть	↓	↑	↓	↓	↓	↑	↓	↑

Примечание: ↑ – усиливает, ↓ – ослабляет

Следует отметить, что концентрация на одной конкретной характеристике не всегда предполагает компромисс, с другой. Одни характеристики связаны между собой обратным отношением, другие – прямым, а третьи вообще не зависят друг от друга. Так, корректность характеризует степень, в которой работа системы соответствует спецификации. Живучесть характеризует способность системы продолжать работу даже в непредвиденных условиях. Стремление повысить корректность приводит к снижению живучести и, наоборот. В то же время концентрация на адаптируемости повышает живучесть и наоборот.

В таблице проиллюстрированы только типичные отношения между характеристиками качества. В конкретном проекте две характеристики могут быть связаны и нетипичным отношением. Поэтому при размышлении о качестве полезно думать о конкретных целевых характеристиках и о том, способствует одна из них достижению другой или препятствует.

Таким образом, следует отметить, что проверка качества программного обеспечения должна проводиться на всех этапах жизненного цикла. Это обеспечит максимальное качество разрабатываемого программного кода и как результат конечного программного продукта.

### Список используемой литературы

- 1 Котляров, В.П. Основы тестирования программного обеспечения: учеб. пособие. / В. П. Котляров, Т. В. Коликова. – М.: БИНОМ, 2006. – 285 с.
- 2 Макконнелл, С. Совершенный код. Мастер класс / С. Макконнелл. – М.: Издательство «Русская редакция», 2010. – 896 с.

### **В. В. ДРОБКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)  
 Науч. рук. **Г. А. Шелелева**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ**

ООО «Фокс», специализирующееся на выпуске обоев, является одним из важнейших производителей этой продукции в Республике Беларусь. Его товарная политика направлена на удовлетворение самых взыскательных вкусов потребителей, а производство базируется на новейших технологиях.

Товарная политика предприятия включает:

- анализ действующих рынков по объектам исследования;
- формирование сбалансированного спроса и предложения;
- оперативную оценку конкурентоспособности товара и производства;
- формирование продуктового портфеля предприятия на основе данных анализа конкурентоспособности;
- анализ и управление каналами сбыта;
- анализ и управление ценами.

На данном предприятии товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю. Несмотря на большое значение, придаваемое товарной политике в продвижении товаров и повышении эффективности производства, в ее реализации имеются существенные недостатки. К ним можно отнести, в первую очередь, слабо узнаваемый и незапоминающийся товарный знак. Как показал опрос покупателей, используемых сейчас товарный знак, не остается в памяти покупателя и не ассоциируется с наименованиями обоев, которые они приобретают или заказывают.

Разработка эффектного и запоминающегося дизайна логотипа – один из первых, но при этом и самых важных шагов в продвижении товара, закреплении на рынке и развитии предприятия. Результатом этой непростой и кропотливой работы станет усиление влияния фирменного стиля фирмы и повышение его узнаваемости среди потребителей. Можно сказать, что узнаваемый и запоминающийся товарный знак – первый шаг на пути формирования бренда.

Сейчас, создавая логотипы, опираются на три правила:

- хороший логотип должен быть красивым. Очевидно, что в красивом логотипе все будет находиться на своем месте. Красивый логотип – гармоничный логотип;
- логотип должен быть запоминающимся. Важно, чтобы однажды увидев логотип, человек запомнил его на всю свою жизнь;
- важно понимать, что правильный логотип – говорящий. Он должен намекать на сферу деятельности компании заказчика. Для любого направления можно найти очевидную графическую аллегию. Но важно не переусердствовать и не превращать логотип в сложный ребус. Такого рода усложнения не пойдут на пользу в будущем.

Вместе с тем логотип должен графически работать в большей степени на создание впечатления или же ощущения, чем на конкретное понимание специфики деятельности компании. Достаточно просто оценить этой точки зрения лучшие логотипы последних нескольких десятилетий, и все станет очевидно.

Для предприятия ООО «Фокс» можно предложить следующий логотип и товарный знак, представленный на рисунке:

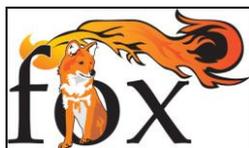


Рисунок 1 – Предлагаемый логотип и товарный знак для ООО «Фокс»

Название фирмы ООО «Фокс» имеет схожее произношение с английским словом «fox», которое переводится как лиса. В связи с этим для более яркого и красочного оформления логотипа было предложено использовать английское слово «fox» и изображение лисы.

Данный логотип будет хорошо запоминаться, так как несет в себе и графическое и буквенное наименование предприятия.

Товарный знак и знак обслуживания – это обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.

Товарный знак преследует сразу несколько целей:

- прослеживается авторство произведенного товара;
- контролируется качество товара, что облегчает налоговые действия;
- устанавливается качество товара, что позволяет предъявлять претензии к изготовителю;

– ставятся преграды на пути производства подделок, фальсификации продукции известных фирм.

При использовании товарного знака в рекламной кампании необходимо стремиться реализовать с его помощью основные составляющие фундаментального принципа рекламы: «внимание – интерес – желание – действие». Опора на указанный принцип, основанный на мотивации поведения потребителя при принятии решения о заключении сделки или прямой покупке товара, формирует стратегию поведения фирмы в создании рекламоспособного товарного знака, которая состоит из нескольких моментов:

- информация о предлагаемом товаре;
- понимание того, что товар этой фирмы или с данным товарным знаком нужен;
- разработка оригинального и простого в исполнении товарного знака, способствующего его запоминаемости и ассоциативности с качеством товара с качеством товара;
- формирование намерения стать обладателем товара именно с данным товарным знаком;
- организация качественной продажи и создание у покупателей положительных эмоций от правильно сделанного выбора.

Использование предложенного товарного знака позволит достичь нескольких целей. Важнейшая из них – сделать продукцию более узнаваемой, а наименование предприятия – запоминающимся. Это особенно актуально, т. к. товарная политика в перспективе ориентируется на существенное изменение ассортимента в пользу более востребованных виниловых обоев и выход с ними на зарубежные рынки. Рынок данной продукции имеет множество конкурентов, особенно за рубежом. Поэтому использование яркого и запоминающегося товарного знака даст на первых этапах определенные конкурентные преимущества

Немаловажно и то, что предприятие планирует изменить рекламную стратегию, сделав её более агрессивной и активной. Товарный знак в новой рекламной стратегии будет являться центральным звеном.

**В. С. ЗИНКЕВИЧ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. Е. Корнеев**

## **НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ МТО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Анализ материально-технического обеспечения ЧТУП «Альфа300» позволил сделать следующие выводы. К очевидным преимуществам ЧТУП «Альфа300» можно отнести: квалифицированное управление процессами закупки, производства, хранения, сбыта; налаживание гибких финансовых связей с поставщиками и заказчиками; оказание положительного влияния на окружающую среду посредством производства одного из видов биотоплива.

Однако, в работе предприятия также выявлены определенные недостатки: необоснованно высокие затраты на энергопотребление; высокая степень физического износа некоторых видов оборудования, что приводит к избыточному энергопотреблению; недостаточный уровень автоматизации технологической линии по производству топливных брикетов; высокий уровень затрат на закупку упаковочных материалов; отсутствие страхования возможных рисков.

Устранение или оптимальное снижение указанных недостатков поможет существенно улучшить материально-техническое обеспечение ЧТУП «Альфа300», а также оптимизировать затраты предприятия по производству топливных брикетов. Следует

учесть ряд факторов, через которые мы сможем позитивно воздействовать на систему МТО предприятия.

Целесообразно рассмотреть внедрение нового автоматизированного торцовочного станка, который сокращает расходы, вызванные использованием станка с ручной подачей. Современные автоматизированные станки разнообразны и функциональны. Предлагаемый автоматический торцовочный станок «YFS-30» может использоваться для выполнения задач по распилу бруса и любых необходимых материалов на детали заданных размеров, а также с целью удаления дефектных частей заготовки. В силу особых качеств станка можно с его помощью обеспечить высокоточную обработку материалов при максимально высоком уровне безопасности оператора и повышенной производительности.

Распиловка с помощью торцовочного станка «СТ-АСТРА-6», имеющегося на предприятии, занимает около трех секунд времени. Время реза нового станка составит 0,9-1,2 секунды. То есть, производительность увеличивается минимум в 3 раза. Увеличение производительности уменьшает величину постоянных расходов на единицу продукции. Таким образом, данное мероприятие поможет существенно сэкономить денежные средства за счет рационального использования энергетических ресурсов (общая экономия составит более 24 млн. руб.), а также позволит повысить доходы предприятия за счет увеличения производительности нового станка при сниженном его энергопотреблении. При этом период, за который станок окупится, составит 24,5 месяца или чуть более 2 лет.

Следующим направлением улучшения материально-технического обеспечения ЧТУП «Альфа300» является целесообразность поиска других поставщиков сырья и материалов на специализированном портале [www.deal.by](http://www.deal.by). Рассмотрев предложения по продаже необходимых аналогичных материалов по гомельской области с бесплатной доставкой, можно выделить несколько объявлений, самыми выгодными из которых являются предложения от ООО «РИАстрим» и ОДО «Мир совершенных технологий».

В настоящее время производство одного поддона топливных брикетов обходится в 1 827 000 руб., то есть, снижая затраты по упаковочным материалам, можно снизить стоимость производства аналогичного поддона топливных брикетов до 1 136 000 руб. и добиться экономии 691 000 руб. или 32 %. Исходя из того, что предприятие в 2013 году реализовало 78 поддонов топливных брикетов, экономия, соответственно, может составить более 53 млн. руб.

Далее следует отметить, что энергосбережение на предприятии – одна из наиболее сложных задач, решение которой, позволяет эффективно оптимизировать все технологические процессы внутри предприятия и реально экономить денежные средства. Поэтому главной целью внедрения мероприятий по энергосбережению является максимальное сохранение финансовых ресурсов за счет экономии воды, топлива и электричества. Без четкой картины существующих потребляемых мощностей сложно говорить о снижении затрат на эти виды ресурсов. Для этих целей на предприятии целесообразно внедрить автоматизированную информационно-измерительную систему (АИИС). Внедрение АИИС открывает целый ряд возможностей для сокращения затрат на электроэнергию:

- отсутствие необходимости в ручном снятии показаний множества электросчетчиков;
- облегчение ведения многотарифного учёта электроэнергии;
- облегчение прогнозирования затрат на электроэнергию;
- контроль качества электроэнергии;
- запись в «Ведомости снятия показаний приборов учета электроэнергии» по отключениям показателей, перекосам по токам и напряжению (данную информацию собирает счетчик электроэнергии и передает в ведомость);

– возможность автоматической передачи данных о количестве потреблённой электроэнергии в энергосбытовую организацию.

На ЧТУП «Альфа300» можно порекомендовать проведение следующего комплекса мероприятий для уменьшения объема используемых энергетических ресурсов при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования:

– установить преобразователи частоты, благодаря которым за счет частотного регулирования появляется возможность управлять производительностью технологического оборудования, что положительно сказывается на его функциональности и показателях энергоэффективности;

– повысить эффективность использования электроэнергии при автоматизации управления освещением (датчики движения, присутствия);

– заменить электрооборудование и силовую аппаратуру на современную, более экономичную, которая имеет КПД до 95 %;

– правильно пользоваться компьютерной техникой. Компьютер потребляет до 400-500 Вт мощности, а выключение монитора позволяет экономить до 100-200 Вт. Неиспользуемый 2 часа компьютер даже в «спящем режиме» потребляет 200-300 Вт, за месяц это порядка 12 кВт·ч. Принтеры и сканеры рекомендуется всегда выключать, если они не используются. Это позволит сэкономить еще порядка 2-3 кВт·ч. за месяц;

– вести ежемесячный учет расхода электроэнергии с оформлением «Ведомости снятия показаний приборов учета электроэнергии» и другие мероприятия.

Все эти мероприятия не требуют значительных капитальных затрат, но позволяют в целом по предприятию снизить расход электроэнергии до 50 %. Используя данный подход, ЧТУП «Альфа300» получит возможность улучшить систему МТО.

### **Т. Ю. ЕРМОЛЕНКО, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **ДИНАМИКА РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Современная технологическая революция требует адаптации экономики страны к новым способам предоставления услуг. Актуальность обусловлена тем, что формирование сферы электронных услуг в Республике Беларусь является одной из приоритетных задач, которая позволит обеспечить новый уровень качества государственного управления и оказания услуг организациям и гражданам.

Электронная услуга – деятельность по осуществлению поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения и (или) предоставления информации, а также защиты информации, осуществляемая с применением средств телекоммуникаций и вычислительной техники.

Во всех развитых странах государственное управление является приоритетной областью применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Основная цель построения в республике электронного правительства – создание и развитие системы оказания открытых и доступных электронных услуг организациям и гражданам. Преимуществом электронных услуг, по сравнению с традиционными, является их более высокая способность к адаптации. Внедрение ИКТ в систему государственного управления обеспечит создание и функционирование системы взаимодействующих информационно-аналитических служб государственных органов, которая позволит повысить

качество принимаемых управленческих решений и эффективность функционирования системы государственного управления в целом.

Общегосударственная автоматизированная информационная система (ОАИС) – базовый компонент государственной системы оказания электронных услуг. ОАИС – единая государственная информационная система, обеспечивающая интеграцию государственных информационных ресурсов, информационное взаимодействие и доступ в установленном порядке субъектов информационных отношений к информации, содержащейся в них. ОАИС разработана в рамках исполнения Государственной программы информатизации Республики Беларусь на 2003-2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» и Национальной программы ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011-2015 годы.

Целью создания ОАИС является формирование государственной системы оказания электронных услуг, повышение эффективности информационного взаимодействия государственных органов и организаций, а также обеспечение повышения качества электронных услуг, оказываемых субъектами информационных отношений.

Электронные услуги применяются в различных отраслях:

Электронное здравоохранение. Цель – повышение качества и доступности медицинского обслуживания населения, доступности услуг, предоставляемых системой здравоохранения республики, информированности населения о состоянии собственного здоровья, применение своевременных ИКТ при планировании лечебно-профилактических мероприятий с учётом возможностей медицинских учреждений.

Электронное обучение, по определению ЮНЕСКО, означает обучение с помощью Интернета и мультимедиа. Стратегическая цель – обеспечение для учащихся и специалистов различных учебных заведений независимо от места их расположения равных возможностей получения знаний на уровне современных требований государственных, европейских и международных стандартов.

Электронная занятость и социальная защита населения. Реализация государственной политики в сфере обеспечения занятости и социальной защиты основана на применении информационных технологий. Основные направления: создание удаленных рабочих мест (телеработа); дистанционный мониторинг состояния пожилых людей и людей с ограниченными возможностями.

Система массовых коммуникаций (СМК) и электронный контент. Технологическими составляющими СМК являются эфирное, кабельное и спутниковое телевидение и радиовещание, сети передачи данных, периодические издания, в том числе электронные. Электронная экономика – предполагает использование информационных и компьютерных технологий (далее – ИКТ) для обеспечения прироста общественного продукта, повышения производительности во всех секторах экономики. Цель – обеспечение поступательного развития отечественной экономики на основе информационно-технологических инноваций. Это будет способствовать конкурентоспособности национальной экономики, развитию производства товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью.

Развитие электронной торговли является одной из самых важных, но далеко не единственной задачей электронной экономики. Главные ставки при этом решено сделать на госзакупки, оптовую и розничную торговлю, продажу самих торговых услуг, а также упрощение этих самых услуг и транспортных процедур.

В банковской сфере необходимо совершенствовать ЕРИП. Создание единого информационного ресурса банковской системы, интегрированного с государственными информационными ресурсами посредством ОАИС, обеспечит своевременное информирование участников хозяйственных операций о банковских продуктах и услугах, а также централизованную идентификацию пользователей этих услуг.

Недавно департамент по экономическим и социальным вопросам ООН опубликовал очередной рейтинг государств по уровню развития электронного правительства. United Nations e-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want. Подобные исследования, как правило, ООН проводит раз в два года. В них международными экспертами оценивается уровень развития электронного правительства (e-Government) в 193 государствах членах ООН. В общем итоговом зачете за 2014 год Беларусь оказалась в первой трети списка, заняв 55-е место. А два года назад наша республика была на 61-ом. Уже в 2012 году электронное правительство в Беларуси обеспечивало: информацию о госполитике и законах на 100 %, обратную связь через формы на 55 %, транзакционность и онлайн-платежи – на 25 %, электронные услуги – на 22 %.

Таблица 1 – Значения индекса EGDI и подиндексов OSI, ТИ, НСИ для Республики Беларусь по итогам 2012 – 2014 гг.

Беларусь	Место в рейтинге ООН по EGDI	E-Government Development Index, EGDI	Online Service Index, OSI	Telecommunication Infrastructure Index, ТИ	Human Capital Index, НСИ
2012	61	0,6090	0,4118	0,5033	0,9120
2014	55	0,6053	0,3228	0,6069	0,8861
Изменение+/-	6	- 0,0047	- 0,0890	+ 0,1036	- 0,0259

За отчётные два года при общем снижении совокупного индекса EGDI на -0,0047 п. страна смогла переместиться на 6 позиций вверх. Получается на практике, что эта положительная динамика произошла благодаря тому, что в последние годы в Беларуси государственные органы занимались только лишь развитием телекоммуникационной инфраструктуры (ТИ). А таким важным показателям как широта охвата и качество предоставления онлайн-услуг (OSI) и развитию человеческого потенциала (НСИ) не уделялось должного внимания.

### **Е. В. КОКОТОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)  
Науч. рук. **Н. С. Шаповалов**

## **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ЧП «ИВА-ГОМЕЛЬ-ПАРК»**

На предприятии многие проблемы бизнеса могут быть решены с помощью информационных технологий. Программный комплекс «Делопроизводство и контроль исполнения» предназначен для автоматизированного ведения делопроизводства в организациях и на предприятиях в рамках унифицированной системы организационно-распорядительной документации. Компоненты комплекса обеспечивают отслеживание процесса движения документов с момента их получения или создания и до завершения их исполнения, отправки или сдачи в дело или архив.

Программный комплекс «Делопроизводство и контроль исполнения» обеспечивает централизованное хранение базы данных всех документов и одновременный доступ к документам всем пользователям и предоставляет возможность централизованно отслеживать движение документов организации в реальном масштабе времени.

Систематизация документов в базе данных производится по различным видам и реквизитам документов. Программный комплекс может быть использован как в относительно небольших, так и в достаточно крупных, территориально распределённых и имеющих разветвленную структуру, организациях.

Применение программного комплекса «Делопроизводство и контроль исполнения» на предприятии обеспечивает:

- упрощение коллективной работы с документами, упорядочивание работы с документами, исключение возможности утери версий;
- снижение суммарного времени коллективной обработки документа;
- снижение времени поиска нужного документа;
- сокращение сроков работ;
- повышение общей эффективности работы предприятия в целом.

Эффект от внедрения программного комплекса «Делопроизводство и контроль и контроль исполнения» достигается за счёт:

- автоматизации документооборота предприятия и, как следствие, оперативности принятия бизнес-решений;
- обеспечения непосредственного доступа к базе данных документов всем заинтересованным службам и руководителям структурных подразделений;
- сокращения времени создания выходных документов;
- обеспечения возможности поиска документов по ключевым реквизитам;
- обеспечения селективности предоставляемой информации по уровням управления, т.е. каждому пользователю должен обеспечиваться доступ только к определенной для него области данных в базе;
- адаптивности систем к изменяющимся производственным и внешним условиям.

Если ввести дополнительную автоматизацию бизнес-процессов, то она позволит повысить эффективность деятельности предприятия за счёт:

- ускорения выполнения деловых процедур;
- возможности отслеживания состояния каждого этапа;
- анализа статистики выполнения деловых процедур;
- повышение контроля исполнительской дисциплины;
- анализа загруженности сотрудников и результативности их работы;
- управления созданием, развитием и поддержкой единого списка автоматизированных деловых процедур;
- быстрой автоматизации новых процедур с использованием как универсальных, так и разработанных прикладных блоков типовых маршрутов и т.д.

Таким образом, автоматизация делопроизводства и бизнес-процессов ставит задачу совершенствования управления предприятием. В результате внедрения систем автоматизации снижается трудоёмкость делопроизводственных работ, становится прозрачным механизм согласования документов, повышается качество принимаемых решений и соответственно улучшается эффективность управленческой деятельности предприятия в целом.

Эффект от внедрения систем складывается из следующих составляющих:

- уменьшение затрат рабочего времени за счет оперативности принятия решений и повышения исполнительской дисциплины;
- увеличение продаж продукции (доходов) за счёт улучшения качества обслуживания клиентов;
- снижение материальных затрат на расходные материалы за счёт сокращения объёма бумажного документооборота.

На эффективность деятельности предприятия влияют и такие качественные показатели как улучшение имиджа предприятия, накопление корпоративных знаний в системе, повышение культуры использования современных технологий.

После автоматизации основных функций делопроизводства значительно упрощается работа с документами и повышается её эффективность, сокращаются затраты

времени на поиск документов, согласование и утверждение, на передачу документов между подразделениями, на подготовку стандартных отчетов о движении документов.

Значительно сокращаются затраты рабочего времени на работу с документами, благодаря чему обеспечивается слаженная работа всех подразделений, повышается исполнительская дисциплина.

Повышается эффективность работы предприятия в целом, а также имеет место экономический эффект автоматизации. А также наблюдается рост производительности труда сотрудников за счёт упорядочения технологии работы с документами, резкого сокращения времени передачи документов по локальной сети или средствами электронной почты.

### **Н. Н. КРАПИНЕВИЧ**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)

Науч. рук. **Н. В. Немогай,**

канд. тех. наук, доц.

## **УПРАВЛЕНИЕ АУТСОРСИНГОМ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ**

Аутсорсинг – передача предприятию на основании договора определенных бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый (эпизодический) характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года). Наличие бизнес-процесса – отличительная черта аутсорсинга от других форм оказания услуг и абонентского обслуживания [1, с. 46].

Анализ показал, что современный период характеризуется ускоренным ростом числа логистических компаний, оказывающих клиентам (промышленным, сервисным и торговым фирмам) комплексные логистические услуги по складированию, грузопереработке, транспортировке, таможенному оформлению, управлению запасами и т.п. Эти компании (в основном образовавшиеся из транспортно-экспедиторских фирм, складов общего пользования, грузовых терминалов) стали называться логистическими операторами, или 3PL-провайдерами. В последнее все более интенсивно выходит на рынок новый тип компаний-посредников – 4PL-провайдеры (системные интеграторы цепей поставок), основными функциями которых стали разработка логистических проектов по заказам компаний, формирование и управление интегрированными цепями поставок. Все большее число компаний в мире стало передавать свои логистические операции и функции 3PL- и 4PL-провайдерам, т.е. использовать стратегию логистического аутсорсинга.

Результаты исследований свидетельствуют, что основными тенденциями на мировом рынке аутсорсинга в области логистики являются: расширение компетенции логистических посредников в сфере интеграции и управления цепями поставок (движение в сторону 4PL-провайдеров); более частое использование логистических операторов для выполнения транзакционных видов деятельности (например, обработка заказов покупателей); увеличение спектра услуг и технологических возможностей 3PL-провайдеров; повышение клиентоориентированности логистических компаний (например, участие в интегрированном планировании деятельности фирм-клиентов, лучшее понимание отраслевых особенностей); консолидация и укрупнение логистических операторов; выход посредников на глобальный рынок и повышение их готовности к удовлетворению специфических потребностей на каждом из локальных сегментов рынка; увеличение дли-

тельности контрактов, заключаемых провайдерами логистических услуг со своими клиентами.

Для реализации принципов логистики в глобальных цепях поставок и в мировых экономических торговых связях созданы межнациональные коммуникационные информационно-компьютерные системы, разработанные под эгидой ООН, UNCTAD, TACIS и других международных организаций и сообществ. Среди этих логистических программ и проектов можно отметить такие, как TEDIM, TRADE POINTS, HERMES, Collomodul, «Ворота в Европу», «Северный путь» и др.

Аутсорсинг предоставляет возможность, которую следует учитывать как при проектировании цепочек поставок, так и при оценке уже действующих. Кроме того, в настоящее время заметно меняется роль дистрибьютора. В некоторых случаях консолидация поставщиков и потребителей снижает значимость функциональной роли дистрибьютора. Этому способствуют и современные технологии, например, электронного обмена данными (EDI), передающие информацию о запасах, снижая потребность в таких запасах не только у дистрибьюторов, но и у розничных торговцев.

Выполненные исследования, позволили определиться с основными причинами, по которым зарубежные компании прибегают к аутсорсингу и факторами, влияющими на успешность аутсорсинга [2, с. 17]. В частности, к числу десяти основных причин относятся следующие: сокращение и контроль эксплуатационных расходов, повышение концентрации компании, получение доступа к возможностям мирового класса, освобождение внутренних ресурсов для других целей, ресурсы не доступны внутри компании, ускорение извлечения выгоды из модернизации, работа компании вышла из-под контроля и ею сложно управлять, получение доступа к капитальному фонду, разделение рисков; денежные вливания.

К числу основных факторов, влияющих на выбор фирм-поставщиков, относятся приверженность качеству, цена, рекомендации/репутация, гибкие условия договора, объём ресурсов, дополнительные возможности получения прибыли, сочетание/равенство культур, существующие отношения, местонахождение.

Основными факторам, влияющими на успешность аутсорсинга, являются: понимание цели и задач компании, стратегическое видение и планирование, правильный выбор фирмы-поставщика, управление взаимоотношениями, тщательно структурированный контракт, открытое общение с пострадавшими физическими лицами/группами, поддержка и участие руководителей компании, пристальное внимание к кадровым вопросам, финансовая обоснованность ближайших контрактов, использование внешней экспертизы.

В США приблизительно 40 млрд. долл. США услуг в логистической сфере предоставляется в варианте аутсорсинга. Существуют огромные возможности использовать аутсорсинг и для получения дополнительных логистических услуг. Эффективность аутсорсинг-проектов в области логистики зависит от ряда факторов, основными из которых традиционно считаются снижение общих затрат и изменение структуры затрат организации, а также повышение качества обслуживания потребителей.

По исследованиям в результате применения 3PL подхода у компаний-заказчиков произошли следующие изменения: логистические издержки снизились на 8,2 %, логистические активы сократились на 15,6 %, средний цикл заказа продукции сократился с 10,7 до 8,4 дня, общие запасы сократились на 5,3 % [3, с. 25].

Наибольшая экономия достигнута компаниями, применявшими логистический аутсорсинг для всех функций логистической цепочки.

Новые перспективы повышения эффективности логистического аутсорсинга связаны с развитием рынка услуг 4PL-провайдеров и использованием современных информационных технологий в управлении всеми звеньями цепи поставок. Полученные

результаты предполагается к использованию в практике ведущих отечественных предприятий.

#### Список используемой литературы

- 1 Логистика: учеб. пособие / В. И. Маргунова [и др.]; под общ. ред. В.И. Маргуновой. – Минск: Выш. шк., 2011. – 508 с.
- 2 Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Управление цепями поставок: учеб. / под ред. Б. А. Аникина и Т. А. Родкиной. – М.: Проспект, 2014. – 216 с.
- 3 Немогай, Н. В. Управление цепочками поставок: ответы на экзаменационные вопросы/ Н. В. Немогай. – Минск: Тетралит, 2013. – 224 с.

**А. А. КУЗЬМЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. Е. Шершнёв**

### ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ

На сегодняшний день в биржевой торговле уровень инноваций определяется показателем развития компьютерных систем и программного обеспечения. Основные фондовые биржи, такие как Российская торговая система (РТС) и Московская межбанковская валютная биржа (ММВБ) используют самые современные сервера и каналы связи, обработки и хранения информации. Инвестиционные корпорации и брокеры приобретают для себя и своих клиентов программное обеспечение за сотни тысяч долларов. Частные инвесторы используют возможности высокоскоростного интернета и программ с высоким уровнем информационной безопасности. Без этих инструментов сегодня трудно представить себе процесс торговли. Страны с развитым фондовым рынком полностью отказались от бумажного документооборота в биржевой торговле ещё в середине 90-х годов. Россия перешла на электронные торги в самом начале 2000-годов, несмотря на это, к середине 2014 подходит с достижениями во многом не уступающими, а в некоторые моменты и опережающими (например, написание роботизации торговых систем) развитые страны.

Сегодня современные программные системы, дают возможность получения оперативной рыночной информации, технического и фундаментального анализа, управления рисками, выполнения торговых операций и реализуют некоторые техники механических торговых систем, так называемых торговых роботов. В дополнение к загрузке всевозможной рыночной информации, доступен набор следующих функций: ведение истории котировок по акциям и облигациям, просмотр котировок и индикаторов в графическом и текстовом виде, ведение истории индикаторов, возможность создания и загрузки собственных индикаторов, интеграция с корпоративным web-сайтом. Такой подход давно используют мировые лидеры на рынке финансовых услуг.

В инновационных торговых системах также велик охват рынков и инструментов. Например, одна программа используется для выполнения операций на торговых площадках Forex, торговли сопутствующими инструментами в виде CFD (без поставочных контрактов) на золото, серебро, нефть, торговли российскими, американскими акциями и облигациями [1]. Крупные инвесторы имеют большие ресурсы для модернизации и внедрения новейших инновационных технологий, решений для автоматизации своей деятельности.

Современное устройство рынка на сегодняшний день позволяет участникам рынка не участвовать в обработке торговых приказов трейдеров и повышать эффективность торговых алгоритмов по средству автоматизации и выполнения заявок.

Биржи это место, где продавцы и покупатели находят друг друга и цены устанавливаются на основе спроса и предложения и конкуренции. Этот базис стимулирует перспективы развития в биржевой торговле инновационных технологий, улучшения программного обеспечения, подключение к нескольким международным биржевым площадкам одновременно и расширение списка инструментов для торговли. Биржи РТС и ММВБ уже активно работают в данном направлении.

#### Список используемой литературы

1 Илющенко, К. Стоп-лосс на инновации / К. Илющенко // Журнал D (Д-штрих) [Электронный ресурс]. – 2009. – № 2. – URL: <http://fincake.ru> (дата обращения: 23.12.2014).

#### **К. В. ЛИННИК, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В БИЗНЕСЕ**

Информационная безопасность – это состояние защищённости информационной среды. Защита информации представляет собой деятельность по предотвращению утечки защищаемой информации, несанкционированных и непреднамеренных воздействий на защищаемую информацию, то есть процесс, направленный на достижение этого состояния.

Рост числа правонарушений в сфере компьютерной информации идёт не менее быстрыми темпами, чем компьютеризация в Республике Беларусь. Эффективность информационной защиты бизнеса можно определить на основе подсчета возможных предотвращенных потерь. По данным [1] в 2014 г. в Республике Беларусь было выявлено 8 739 компьютерных преступлений, из которых было раскрыто 96 %.

За первое полугодие 2014 г. в Беларуси выявили 4 295 преступлений в сфере высоких технологий. Злоумышленники, действующие в «компьютерной» сфере криминала, – это молодые люди в возрасте до 18 лет, 58 % – от 18 до 25 лет, причем около 70 % из них имеют высшее либо незаконченное высшее образование.

Основная часть преступлений, с которыми приходится иметь дело – это компьютерные преступления, связанные с незаконным доступом к информации и с использованием вредоносных программ. Было отмечено, что оперативники управления довольно успешно борются с подобными видами преступлений.

Согласно статистике, процент раскрываемости противоправных деяний в сфере высоких технологий составляет 96 %. Самое громкое преступление раскрытое «компьютерными» сыщиками – поимка 7 хакеров, которые украли у 8 тыс. владельцев банковских пластиковых карт около 21 млн. долл. США. На территории России проведена операция по задержанию группы «хакеров», которые с использованием вредоносных программ осуществляли атаки на серверы банков и букмейкерских компаний в Великобритании. Злоумышленники требовали у потерпевших за прекращение противоправных действий от 5 тыс. до 50 тыс. долл. США. В настоящее время находятся под арестом двое из подозреваемых. Им вменяется в вину 273 случая (изготовление и распространение вредоносных компьютерных программ) и 163 (вымогательство) [1].

Политика безопасности – это совокупность норм и правил, определяющих принятые в организации меры по обеспечению безопасности информации, связанной с деятельностью организации. Только человек, чётко осознающий цели организации и усло-

вия её функционирования, может определить, какую информацию необходимо защищать и насколько существенными могут стать потери от несанкционированного пространства, искажения или разрушения информации.

Защита информационных ресурсов (данных) компании от утечек – важнейшая задача мероприятий по информационной безопасности. При любом виде деятельности у каждой компании есть определённый набор сведений, которые являются основой существования фирмы. Эти сведения и обслуживающий их документооборот являются коммерческой тайной компании, и, разумеется, требуют защиты от утечек и разглашения. Угрозы утечки данных разделяют на два направления: внешние (вредоносное ПО, хакерские атаки и т.д.) и внутренние угрозы (инсайдеры). Эффективная защита информации от утечек требует комплексного подхода. Для успешного построения системы информационной безопасности требуется анализ и аудит информационной безопасности предприятия.

SafenSoft предлагает сбалансированную защиту от утечки данных, разработанную специально для среднего и малого бизнеса. Комплекс строит защиту, которая не нарушает текущие алгоритмы документооборота в компании, но в то же время сохраняет информацию от неавторизованного доступа, копирования или изменения. Не пустить лишних людей к важным данным, защитить информацию от взлома и заражения извне, исключить оплошности при работе с информацией, дать возможность полного контроля и мониторинга действий сотрудников – по этим принципам созданы продукты для информационной безопасности бизнеса SysWatch Enterprise Suite и DLP Guard. В них реализован весь необходимый функционал по предотвращению утечек информации, а небольшая стоимость и простота внедрения делают продукты SafenSoft идеальным выбором для компаний, которые стремятся сделать свой бизнес эффективным и безопасным [2]. Источники нарушений безопасности: ошибки пользователей и персонала, атака извне, обиженные сотрудники, нечестные сотрудники, вирусы, проблемы физической безопасности [3].

Угрозы информационной безопасности предприятия совершенно реальны и их нельзя недооценивать. Кроме противодействия внешним угрозам особое внимание следует уделить угрозам внутренним. Важно помнить, что утечки корпоративных секретов случаются не только по злему умыслу – как правило, их причина в элементарной халатности и невнимательности работника. При выборе средств защиты следует строить надёжную модульную систему безопасности, закрытую от рисков вторжения извне и позволяющую осуществлять контроль и мониторинг за потоком информации внутри компании [4]. Внедрение мер обеспечения информационной безопасности включает безопасность серверов и рабочих станций, защиту от утечек конфиденциальной информации, управление правами доступа к информации, безопасность корпоративных бизнес-приложений, безопасность WEB-ресурсов, безопасность корпоративных порталов, безопасность электронной почты, безопасность удаленного доступа к корпоративным ресурсам, безопасность использования мобильных устройств, идентификацию, аутентификацию и управление правами доступа, криптографическую защиту информации, контроль носителей информации, противодействие мошенничеству и гарантирование дохода и др. [4].

Правовые мероприятия – создание в организации нормативной правовой базы по информационной безопасности, т.е. разработка на основе законодательных актов РФ необходимых руководящих и нормативно-методических документов, перечней охраняемых сведений, мер ответственности лиц за нарушение порядка работы с конфиденциальной информацией.

### Список используемой литературы

- 1 Петров, А. А. Компьютерная безопасность: криптографические методы защиты // А.А. Петров, 2014. – с. 250.
- 2 Шаньгин, В. Ф. Защита компьютерной информации. Эффективные методы и средства / В. Ф. Шаньгин. – М.: ДМК Пресс, 2010. – 544 с.
- 3 Шаньгин, В. Ф. Информационная безопасность компьютерных систем и сетей: учеб. пособие / В. Ф. Шаньгин. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2011. – 416 с.
- 4 Ярочкин, В. И. Информационная безопасность: учебное пособие для вузов / В. И. Ярочкин. – М.: Академический проект, 2006. – 544 с.

#### **А. С. ЛИСОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Пугачёва,**

канд. экон. наук, доц.

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Организационные формы аналитической работы на предприятии определяются составом аппарата и техническим уровнем управления.

На крупных предприятиях деятельностью всех экономических служб управляет главный экономист, который является заместителем директора по экономическим вопросам. Он организует всю экономическую работу на предприятии, в том числе и по аналитической работе. В его непосредственном подчинении находятся лаборатория экономики, планово-экономический отдел, отделы труда и заработной платы, бухгалтерского учета, финансовый и др. В отдельное структурное подразделение может быть выделен отдел или группа экономического анализа. На средних и мелких предприятиях возглавляет аналитическую работу менеджер планового отдела или главный бухгалтер.

Аналитическая обработка экономической информации очень трудоемка сама по себе и требует большого объема разнообразных вычислений. С переходом к рыночным отношениям потребность в аналитической информации значительно увеличивается. Это связано, прежде всего, с потребностью разработки и обоснования стратегических планов предприятий, комплексной оценки эффективности краткосрочных и долгосрочных управленческих решений [1, с. 61]. В связи с этим автоматизация аналитических расчетов стала объективной необходимостью.

Современные информационные технологии позволяют целиком автоматизировать обработку всех экономических данных, в том числе и по аналитической работе. Роль автоматизации аналитических расчетов заключается в следующем:

- повышается продуктивность работы экономистов-аналитиков. Они освобождаются от технической работы и больше занимаются творческой деятельностью, что позволяет делать более глубокие исследования, вести постановку и решение более сложных экономических задач;
- более глубоко и всесторонне исследуются экономические явления и процессы, более полно изучаются факторы и выявляются резервы повышения эффективности производства;
- повышаются оперативность и качество анализа [2, с. 75].

Автоматизация аналитических расчетов и анализ деятельности предприятий поднялись на более высокий уровень с применением ЭВМ, для которых характерны высокая производительность, надежность и простота эксплуатации, наличие развитого программного обеспечения, диалогового режима работы, низкая стоимость и др. На их базе создаются автоматизированные рабочие места (АРМ) бухгалтера, экономиста,

финансиста, аналитика и т.д. ЭВМ, соединенные в единую вычислительную сеть, позволяют перейти к комплексной автоматизации аналитической работы.

Автоматизированное рабочее место аналитика – это совокупность информационно - программно-технических ресурсов, обеспечивающих автоматизацию аналитических расчётов [3, с. 35]. Необходимым условием создания АРМ аналитика является наличие технической базы (персональных ЭВМ), базы данных о хозяйственной деятельности предприятия, базы знаний (методов и методик анализа) и программных средств, позволяющих автоматизировать решение аналитических задач.

Создание АРМ аналитика требует решения многих организационных вопросов, связанных с методическим, техническим, программным и информационным обеспечением. Методическое обеспечение представляет собой систему общих и частных методик проведения анализа. Техническое обеспечение включает комплекс технических средств, предназначенных для работы информационной системы: компьютеры любых моделей, устройства сбора, накопления, обработки, передачи и вывода информации, устройства передачи данных и линий связи и др. В состав программного обеспечения входят общесистемные и специальные программные продукты. К общесистемному программному обеспечению относятся универсальные программы, предназначенные для обработки любой информации ( пакеты для статистической обработки данных и др.). Специальное программное обеспечение включает совокупность программ, разработанных для конкретной предметной области (в данном случае для решения конкретных аналитических задач). Это могут быть программы локальные и комплексные. Локальные программы предназначены для многократного решения однотипных задач.

Программа комплексного анализа, охватывающая всю деятельность предприятия, включает целую систему взаимосвязанных задач. Для её разработки требуется:

- постановка и описание задач комплексного экономического анализа;
- разработка алгоритмов и моделей решения аналитических задач;
- разработка новой информационной системы, создание баз данных для АРМ аналитика;
- разработка машинных программ решения задач аналитической работы на алгоритмических языках ЭВМ;
- внедрение АРМ аналитика в практику управления производством.

Эффективность АРМ аналитика во многом зависит от совершенства методик анализа, от того, в какой степени они соответствуют современным требованиям управления производством, а также от технических возможностей ЭВМ [4, с. 211].

Таким образом, достижения в отрасли интегральной электроники, расширение ресурсной возможности и функционального совершенства ЭВМ создают реальные условия для углубления экономических исследований, позволяют шире использовать оптимизационные методы решения аналитических задач и на их основе разрабатывать и принимать оптимальные управленческие решения.

#### Список используемой литературы

- 1 Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия./ Г. В. Савицкая. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 400 с.
- 2 Экономика торгового предприятия. Торговое дело. / Л. А. Брагин и др.; под ред. Л. А. Брагина. – М.: Инфра-М, 2004. – 314 с.
- 3 Популярная экономическая энциклопедия / В. С. Автономов [и др.]. – М.: Большая российская энциклопедия, 2001. – 367 с.
- 4 Экономика и организация деятельности торгового предприятия / Л. А.Калинина, Г.В.Михайлова, Р.И.Евич, М.М.Астафьева; под ред. Соломатина А. Н. - М.: ИНФРА-М , 2005. - 295 с.

**В. А. МАКСИМОВА**

(г. Самара, Самарская академия государственного и муниципального управления)  
Науч. рук. **А. Н. Митрофанов**,  
д-р тех. наук, проф.

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЙ В ПАКЕТЕ ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММ BUSINESS STUDIO**

На сегодняшний день системы бизнес-моделирования приобретают популярность в сфере бизнеса. Это связано с тем, что эти системы позволяют оперативно управлять всеми бизнес-процессами, проводить их оптимизацию и реинжиниринг, повышая тем самым их эффективность. При этом используются современные методы стратегического менеджмента и управления экономической и корпоративной эффективностью с использованием системы менеджмента качества (СМК) [1]. Комплекс моделей процессного управления позволяет сделать систему общего корпоративного управления прозрачной для руководства и способной гибко реагировать на изменения внешней среды, обосновать потребность в автоматизации деятельности. Целью моделирования является систематизация знаний о компании и её бизнес-процессах в наглядной графической форме, более удобной для аналитической обработки полученной информации.

Данная работа отражает результаты основных этапов внедрения системы бизнес-моделирования на предприятиях и базируется на нотации моделирования бизнес-процессов IDEF0 (Integrated DEFinition), нотаций: блок-схем (Process Flowchart, Cross Functional Flowchart), ЕРС (Event Driven Process Chain). Внедрение системы бизнес-моделирования осуществляется на основе построения модели бизнес-процессов в пакете прикладных программ Business Studio версии 3.5. Business Studio решает задачи формализации и постановки целей, моделирования, оптимизации, разработки организационной структуры и регламентов, технической документации и т.д. [2].

Система Business Studio может эффективно применяться для проектирования и документирования системы управления, внедрение информационных систем, внедрение системы менеджмента качества в соответствии со стандартами серии ISO 9000. Процесс разработки представляет собой последовательность следующих основных этапов:

- 1 Формализация стратегии.
- 2 Проектирование бизнес-процессов.
- 3 Проектирование организационной структуры.
- 4 Проведение функционально-стоимостного анализа.
- 5 Формирование и распространение среди сотрудников регламентирующей документации.
- 6 Разработка технических заданий на внедрение информационных систем.
- 7 Контроль показателей.
- 8 Анализ показателей.
- 9 Анализ несоответствий и их последствий.

Для достижения стратегических целей даже в самой благоприятной ситуации требуется два очень важных условия: компания и ее сотрудники должны знать эти цели и процесс их достижения, а у руководства должен быть механизм контроля за этим процессом и возможность управления им. В современном бизнесе для этого используется сбалансированная система показателей (ССП, или BSC – Balanced Score Card). Business Studio позволяет построить стратегическую карту развития компании, выделить и зафиксировать в стратегической карте дерево целей, разработать показатели достижения этих целей. Показатели для наглядности могут быть размещены на диаграмме стратегической карты. Для каждого показателя задаются целевое значение и дата, к которой

его нужно достигнуть, а также план достижения в разбивке по выбранному периоду измерения [3]. Результатами стратегического планирования с помощью Business studio должны стать:

- понимание руководства организации путей развития и общего ориентира;
- формализованная стратегия организации на долгосрочную перспективу;
- формализованные стратегические цели на среднесрочную перспективу;
- формализованные стратегические цели на краткосрочную перспективу;
- перечень проектов и мероприятий по достижению целей;
- перечень бизнес-процессов, необходимых для организации.

Программный продукт Business Studio позволяет спроектировать развернутую модель деятельности фирмы, а также описать интересующие процессы. Для этого специалист может применять различные популярные нотации, например, IDEF0 или EPC. После создания модели «как есть» можно провести функционально-стоимостной анализ (ФСА). Для этого каждому процессу назначаются ресурсы и временные характеристики (длительность выполнения операции и частота ее выполнения). В зависимости от результатов процесс либо перепроектируется, либо принимается [4]. По данной диаграмме можно увидеть, что бизнес-процесс – это деятельность, которая перерабатывает вход в выход с использованием определенных ресурсов (например, оборудование и персонал) в соответствии с установленными управляющими воздействиями (план, правила, методы и т.п.).

В Business Studio можно создать организационную структуру предприятия, а также штатное расписание. Затем можно распределить все процессы по сотрудникам, назначить тех, кто будет руководить, и тех, кто будет исполнять. Наглядно это отображается на организационной диаграмме. Достаточно часто возникают вопросы, связанные с количеством специалистов в том или ином подразделении. Программа позволяет на основании занятости конкретной должности подсчитать оптимальное количество работников. С помощью системы Business Studio планируется процесс автоматизации деятельности организации. Результаты анализа, описания процессов, подлежащих автоматизации, необходимого функционала, рабочих мест и отчетности заносятся в документ «Техническое задание на создание информационной системы».

Решение о проектировании системы бизнес-моделирования было принято по ряду причин. Во-первых, используя данные системы, компания может сделать значительный шаг в сторону оптимизации, существенно сократив издержки путем отказа от лишних функций и повторяющихся действий. Это повысит скорость выполнения процессов и контроль за ними. Во-вторых, решится проблема поддержания документации в актуальном состоянии, её своевременное обновление в соответствии с изменениями в бизнес-процессах. Business Studio формирует пакет документации в формате MS Word для печати. Использование системы Business Studio позволит повысить результативность деятельности компаний, потому что является одним из самых эффективных программных инструментов в области моделирования бизнес-процессов.

#### **Список используемой литературы**

- 1 Вишняков, О. Системы менеджмента качества: основы, проблемы, решения // О. Вишняков [и др.] // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://quality.eup.ru> (дата обращения: 10.01.2015).
- 2 Business Studio: полный цикл описания и оптимизации бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.businessstudio.ru> (дата обращения: 10.01.2015).
- 3 Репин, В. В. Бизнес-процесс компании: построение, анализ, регламентация / В. В. Репин. – М.: Стандарты и качество, 2007.
- 4 Стратегия, KPI, бизнес-процессы, CMK [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.businessstudio.ru> (дата обращения: 10.01.2015).

**А. А. МАРТЮШОВА, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ – ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА**

Информатизация является одним из основных факторов, заставляющих образование совершенствоваться. Развиваются содержание и методы обучения, меняется роль педагога, который постепенно превращается из транслятора знаний в организатора деятельности обучаемых по приобретению новых знаний, умений и навыков. Существенным средством информатизации выступают образовательные информационные ресурсы, опубликованные в сети Интернет.

Существенная роль в развитии инфраструктуры информатизации, внедрении информационных технологий в деятельность органов государственной власти, региональных и муниципальных органов управления принадлежит Государственным программам информатизации «Электронная Беларусь» и «Стратегия развития информационного общества», или «Электронная Беларусь 2». Реализованы комплексы мероприятий по развитию сферы образования [1].

В ходе реализации программы должны были быть выполнены 108 проектов. На февраль 2010 года выполнены 88, в 2009 году завершены 13. Завершающий этап: ноябрь-декабрь 2010 года – приняты результаты 26 проектов.

«Электронная Беларусь – 2»: разработан План мероприятий на 2011-2015 годы (создание электронного правительства, электронной экономики, электронной торговли, здравоохранения, обучения, занятости и социальной защиты населения) [1].

Национальный образовательный портал – это современный информационно-образовательный ресурс, который:

- создан для обеспечения комплексной (информационной, научно- и учебно-методической, консультационной) поддержки всех участников образовательного процесса на уровнях дошкольного, общего среднего, специального образования;
- нацелен на создание условий для многовекторной коммуникации педагогов, учащихся, их законных представителей, а также специалистов органов управления образованием, системы дополнительного образования взрослых и др.;
- призван предоставить равный доступ к качественным образовательным услугам.

Национальный образовательный портал – открытый инструмент накопления и использования научной, научно- и учебно-методической, практико-ориентированной и другой информации, необходимой для организации образовательного процесса и управления им в учреждениях образования [2]. Реализованы проекты по развитию телекоммуникационной среды сферы образования. В регионах страны расширен круг образовательных учреждений, обладающих полноценным доступом в Интернет. Следует отметить роль библиотек для развития информационной грамотности населения различного возраста.

Образовательные Интернет-ресурсы Республики Беларусь представлены 35 сайтами различной принадлежности:

- edu.gov.by – сайт Министерства образования Республики Беларусь;
- edu.by – Белорусский национальный образовательный Интернет-портал;
- gias.unibel.by – Главный информационно-аналитический центр Министерства образования Республики Беларусь;

- ris.unibel.by – Республиканский информационный поисковый узел по вопросам образования;
- cis.unibel.by – сайт Совета по сотрудничеству в области образования государственных участников СНГ;
- rikz.unibel.by – Республиканский институт контроля знаний;
- academy.edu.by – сайт Академии последиplomного образования;
- adu.by – образовательный портал Национального института образования;
- mir.pravo.by – Детский правовой сайт;
- bsu.by – сайт электронного журнала «Образование в СНГ»;
- kudapostupat.by – электронный справочник абитуриента В Республике Беларусь;
- nihe.bsu.by – сайт Республиканского института высшей школы;
- gipo.unibel.by – портал Республиканского института профессионального образования;
- child.of.by – сайт Национального центра усыновления Республики Беларусь;
- nchtdm.com – сайт Национального центра художественного творчества детей и молодежи;
- rcttu.info – сайт Республиканского центра технического творчества учащихся;
- eco.unibel.by – сайт Республиканского экологического центра детей и юношества;
- rctkum.by – сайт Республиканского центра туризма и краеведения.

В области повышения квалификации работников образования и подготовки членов формирующегося информационного общества проведена работа по совершенствованию содержания образования и содержательного наполнения электронных изданий и ресурсов. Сформирована система образовательных порталов, разработаны профессиональные комплекты электронных образовательных ресурсов, созданы и развиваются сайты, предоставляющие доступ к информационным ресурсам по всем школьным дисциплинам.

Электронные образовательные услуги 6 ВУЗов Гомеля:

- Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. Сайт: – <http://www.i-bteu.by>. Услуги: электронная библиотека, компьютерные услуги, консалтинговые услуги, образовательные услуги, ЭУМК, дополнительное образование, дистанционное образование по 5 специальностям представлено самостоятельным порталом с авторизованным доступом;
  - Белорусский государственный университет транспорта. Сайт: <http://www.belsut.gomel.b> Услуги: электронная библиотека.
  - Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины. Сайт: <http://www.gsu.by>. Услуги: дистанционное обучение (заочная школа программирования, система ДОТ, виртет, тьютор);
  - Гомельский государственный медицинский университет. Сайт: <http://www.gsmu.by>. Услуги: электронная библиотека (библиотека сегодня, Интернет-ресурсы, труды сотрудников ГомГМУ, электронные журналы, электронные книги). Работать с полными текстами документов электронной библиотеки можно только в локальной сети университета;
  - Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого. Сайт: <https://www.gstu.by>. Услуги: программа Microsoft DreamSpark, электронная библиотека;
  - Гомельский инженерный институт МЧС Республики Беларусь. Сайт: <http://gii.by>. Услуги: электронные учебно-методические комплексы.
- Все предоставляют услуги абитуриентам.

Таким образом, анализ современного состояния сайтов позволяет сделать вывод о целесообразности их развития в соответствии с требованиями времени.

#### Список используемой литературы

1 Электронная Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 16.01.2015).

2 Национальный образовательный портал [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://adu.by>. (дата обращения: 16.01.2015).

**Т. Д. МИХАЛЬКЕВИЧ**

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **О. В. Липатова,**

канд. экон. наук, доц.

### **ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬСТЕКЛО»)**

Сбыт изготовленной продукции является неотъемлемой частью деятельности предприятий в условиях рыночных отношений. Организация может рассчитывать на коммерческий успех только при условии рационально организованного распределения и обмена, т.е. сбыта продукции [1, с. 237].

Во многом успех хозяйственной деятельности предприятия зависит от хорошо организованного стимулирования сбыта товаров на рынке, а также правильно организованного управления брокерами. Создание сбытовой сферы – стратегическое решение, которое просто вынуждено быть сочетаемо с планами в нужном сегменте и с настоящими намерениями предприятия [2, с. 18].

На рынке стекла в последние годы сложилась сложная ситуация в связи с существенным сокращением общего уровня спроса на территории целевых рынков ОАО «Гомельстекло», что было обусловлено процессами глобальной экономической стагнации, как в мире, так и на близлежащих рынках, в частности.

В настоящее время 54 % продукции завода реализуется на внутреннем белорусском рынке, а 46 % – экспортируется. Ежегодно предприятием экспортируется более 10 млн. м. кв. полированного листового стекла. Ежемесячная мощность печи ОАО «Гомельстекло» позволяет производить до 2 100 тыс. м<sup>2</sup>, из которых 250 тыс. м<sup>2</sup> предназначено для дальнейшей переработки, а 1 850 тыс. м<sup>2</sup> для реализации на территории целевых рынков предприятия.

Так как в радиусе 800 км от ОАО «Гомельстекло», что является наиболее оптимальным расстоянием для поставок листового стекла с учетом стоимости грузоперевозок, находятся территории Беларуси (внутренний рынок), Российской Федерации, Украины, трёх стран Балтии (Литва, Латвия, Эстония), то данные страны рассматриваются в качестве целевых рынков сбыта предприятия. Небольшие, но стабильные поставки осуществляются на территорию Молдовы, Казахстана, Таджикистана.

Основным рынком сбыта для ОАО «Гомельстекло» в силу объективных факторов является рынок Республики Беларусь. Однако в последние годы на внутреннем рынке наблюдается спад спроса на продукцию, в первую очередь, это связано с потерей платежеспособности потребителей продукции ОАО «Гомельстекло». Также одной из причин является рост конкуренции на рынке Республики Беларусь, поскольку на территории страны реализуют аналогичную продукцию российские производители, а как показывают исследования их цена на порядок ниже. Приоритетной задачей предприятия должно являться – вытеснение со своего целевого рынка иностранных производителей.

Удерживать внутренний рынок – на порядок проще и выгоднее, чем завоевывать внешние рынки [3].

Продукция, производимая на ОАО «Гомельстекло», характеризуется значительными изменениями коэффициентов сезонной востребованности, как на рынке Республики Беларусь, так и на внешних рынках. Для получения четкой и наглядной картины следует оценить структуру поступления заявок от клиентов предприятия; проанализировав и аккумулировав для этого отчёты торговых домов, а также внутреннюю отчётность ОАО «Гомельстекло» [3].

Сезонность поступления заявок от белорусских потребителей носит довольно градируемый характер, так максимальная разность достигается между 1-м и 3-м кварталом – в 2,5 раза, а это в абсолютном исчислении составляет треть объема производства. Основными клиентами ОАО «Гомельстекло» на рынке Беларуси являются строительные организации, торговые – оптовые организации государственной формы собственности и производители стеклопакетов, они приобретают до 90 % всего объема необходимого белорусскому рынку.

Страны ЕС с 24 декабря по 11 января уходят на Рождественские каникулы, рынок России также в данный период практически останавливается. Таким образом, начиная со второй декады декабря по вторую декаду января, ОАО «Гомельстекло» испытывает острейший дефицит в заявках на стекло. Данный месячный отрезок характеризуется наибольшим накоплением складских запасов. Для нивелирования данного сезонного спада ОАО «Гомельстекло» стремится располагать стекло на складах своей товаропроводящей сети, что позволяет снизить складскую нагрузку на площади ОАО «Гомельстекло» и обеспечить относительную ритмичность выгрузки продукции [3].

Таким образом, основой для успешной торговли продукцией за рубежом является системная организация товаропроводящих сетей. Учитывая обострение конкуренции на внешних рынках и, преследуя цели наращивания экспорта продукции, ОАО «Гомельстекло» необходимо уделять большое внимание дальнейшему развитию товаропроводящей сети как инструмента эффективной реализации своей продукции.

В связи с этим одним из основных направлений совершенствования сбытовой деятельности ОАО «Гомельстекло» является расширение товаропроводящей сети за счет открытия новых представительств на зарубежных рынках, которые будут не только заниматься продажами продукции предприятия, но и смогут обеспечивать буферный запас стекла в зимнее время, для реализации в пик повышенного спроса.

Для завоевания новых рынков и закрепления на старых ОАО «Гомельстекло» так же следует активизировать свою выставочную деятельность. Целью ежегодных выставок и ярмарок является укрепление своих позиций на рынке, изучение спроса на продукцию при прямом контакте с потребителями, а также заключение прямых и долгосрочных договоров с оптовыми покупателями [4, с. 139].

Участие предприятия в 8-12 выставках в год – наиболее эффективный вид направленно-ответной рекламы с широким охватом потенциальных потребителей, демонстрацией образцов товаров, прямыми коммуникациями, достижением понимания между производителем и потребителем по вопросам производства продукции и сбыта.

Поскольку для стабильного роста производства и прибыли необходим рост реализации продукции, необходимо искать новые каналы сбыта на зарубежных рынках, следовательно, лишь освоение все большего количества иностранных рынков может позволить ОАО «Гомельстекло» прогрессировать и развиваться. Представленные предложения окажут положительное влияние на изменения спроса, а соответственно и объема продаж, что положительным образом скажется на системе сбыта. Все вышеизложенное обусловит хорошие перспективы для ОАО «Гомельстекло».

## Список используемой литературы

- 1 Бахрамов, Ю. М. Организация внешнеэкономической деятельности / Ю. М. Бахрамов. – Минск: Лань, 2008. – 444 с.
- 2 Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб.: Питер, 2000. – 320 с.
- 3 Официальный сайт ОАО «Гомельстекло» [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.gomelglass.com> (дата обращения: 15.01.2015).
- 4 Нагапетьянц, Н. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Н. А. Нагапетьянц. – М: Вузовский учебник, 2007. – 272 с.

### **И. П. МУЗЫКА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **СПО В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Использование СПО (свободного программного обеспечения) набирает обороты во всех областях ИТ, особенно – в высокопроизводительных вычислениях (облака, серверы, Big Data), но и в прикладных приложениях тоже. В новостях то и дело мелькают известия, что то одна, то другая компания полностью перешла на СПО в работе, но такие случаи все же остаются скорее исключением, чем правилом.

Как правило, с внедрением СПО встречаются следующие проблемы.

Драйверы. Несмотря на то, что СПО присутствует на рынке уже долгое время и успели завоевать некоторую популярность, поддержка периферии продолжает оставаться острой. Чем более распространенное оборудование используется, и чем дольше и качественнее производитель его поддерживает – тем лучше. Для большей части распространенной офисной техники, скорее всего решение найдется, но часть старой техники, быть может, придется заменить.

Таких проблем можно было бы избежать, если изначально планировать закупки с прицелом на использование СПО, но, как правило, задача ставится в первую очередь минимизировать затраты. Ещё хуже со специализированной периферией – например, торговыми терминалами. Тут перехода на СПО лучше избегать, если в нем нет критической необходимости.

Офисные приложения. Замена MS Office есть – это бесплатные пакеты LibreOffice или OpenOffice, и они вполне адекватно справляются с несложными задачами. Но ожидать от них функционала полноценного Office не стоит, так что полностью переходить на него не стоит.

В работе с одними и теми же файлами иногда возникают проблемы с совместимостью документов между этими пакетами – иногда, свёрстанное в OpenOffice, может некорректно отображаться в MS Office или наоборот.

Профессиональное программное обеспечение. Большей части профессионального ПО, написанной под Windows – Photoshop, 3D Max, AutoCAD и т.д. – можно подобрать бесплатные аналоги (GIMP, Blender, etc).

Другое дело, что специалистов, которые умеют работать с таким ПО практически нет, и их придётся готовить самостоятельно. При этом некоторых случаях функциональности платных аналогов всё равно достичь не удаётся.

Другие компании идут СПО навстречу и сами выпускают новые версии своих продуктов под свободные платформы. Например, последние версии 1С выпускаются в том числе и под Linux. Правда разработка этой версии не является приоритетной, а потому все новые возможности появляются в первую очередь в Windows-версии. К тому же,

серьезного тестирования Linux- версий пока не производилось, так что как они поведут себя при большой нагрузке – неясно.

Остаётся констатировать, что бесплатность СПО по сути мнимая. В работе с высоконагруженными коммерческими системами большая часть затрат приходится не на закупки исходных материалов, а на обслуживание и поддержание работоспособности этих систем. А обслуживание систем на базе СПО зачастую может быть даже дороже, так как специалистов по ним мало, а поведение самих систем мало изучено.

### **О. В. НАГОРНАЯ, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **МОБИЛЬНЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

ИТ определили основные тенденции развития платёжных систем в Беларуси. Одной из них является разработка и внедрение мобильных платформ.

Мобильность является одним из главных трендов рынка платёжных систем. Уже в 2013 году мировой объем мобильных платежей превысил 600 млрд. долл. США.

Через 5 лет, согласно исследованию «Mobile & Online Banking: Developed & Developing Market Strategies 2014-2019», проведенному Juniper Research, использовать свои смартфоны для проведения транзакций будут более 1,75 млрд. людей по всему миру. Это 32 % всего взрослого населения Земли и большая часть – платежеспособного. Сейчас мобильными платежами пользуются 800 млн. чел. [1].

Мобильная платёжная система (МПС) – система осуществления платежей между гражданами в любое время и в любом месте лишь с помощью мобильного телефона, что обеспечит устойчивость национальной платежной системы [2].

Очевидно, что мобильные платежи станут следующим большим этапом в развитии платёжных систем. Лидеры рынка вкладываются в развитие инфраструктуры для мобильных платежей, небольшие компании также предлагают новые решения. Рынок становится перспективным и высоко конкурентным.

По оценке Gartner, рынок мобильных платежей будет расти в среднем на 42 % в год. А по прогнозу J'son & Partners Consulting к концу 2017 года оборот российского рынка дистанционных финансовых сервисов превысит 2,6 трлн. росс. руб. при среднегодовых темпах роста на уровне 24 %. При этом мобильные финансовые сервисы будут прирастать быстрее – в среднем на 33 % в год.

Сегодня на сильно фрагментированном рынке мобильных платежей представлено немало различных решений.

Расширяется применение NFC (технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия, которая дает возможность обмена данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 см). Бесконтактные мобильные платежи по технологии NFC пока не оправдывают ожиданий. Несмотря на усилия таких гигантов, как Google, новый способ оплаты распространяется довольно медленно. Помимо Google с его Google Wallet, платёжные системы на основе NFC развивают другие крупные компании, например, телеком-компании AT&T, T-Mobile и Verizon объединились для создания платёжной системы Isis.

Реализуется совместный проект Visa и Samsung по развитию этой технологии. В феврале на конференции Mobile World Congress в Барселоне Visa и Samsung сделали заявление о начале сотрудничества для ускорения внедрения технологии NFC и популяризации мобильных платежей. Специализированное приложение payWave будет

предусматриваться на все мобильные устройства Samsung с поддержкой NFC. Надо отметить, что партнерство крупнейшей платежной системы и лидера рынка мобильных телефонов выглядит весьма многообещающе.

В России мобильные платежи по технологии NFC первыми освоили операторы «большой тройки». Область применения – системы оплаты проезда в метро с помощью мобильных телефонов. Итог – проект единой платформы для платежей на базе NFC.

По прогнозу Frost & Sullivan, к 2015 году объем транзакций через системы мобильных платежей на основе NFC, достигнет 42,3 % от общего объема безналичных платежей в Европе, а к 2018 году вырастет до 49,6 %. К 2018 году 38 % мобильных телефонов, поступающих в продажу в Европе, составят модели с NFC. В 2014 г. во Франции, Швеции, Польше, Германии и Великобритании пользователь мобильного устройства потратил в среднем 171 евро, оплачивая покупки с помощью данных систем.

Развитие NFC-платежей пока сдерживается отсутствием необходимой инфраструктуры: оснащение точек приема оплаты NFC-терминалами потребует значительных денежных и временных затрат; среди современных моделей смартфонов NFC поддерживают далеко не все. Например, iPhone5, не оснащён NFC-чипом. Но количество доступных моделей с поддержкой NFC уже достаточно велико даже в России. По данным МТС в 4-м квартале 2012 года, смартфоны с поддержкой NFC составили в общем объеме продаж смартфонов в салонах МТС 19 % – втрое больше, чем в 2011г. На конец прошлого года в розничной сети МТС было доступно 34 модели с поддержкой технологии NFC, в том числе популярные Samsung GALAXY S III и Nokia Lumia 610.

Как отмечают аналитики J'son & Partners Consulting, бесконтактные платежи будут популярны на автозаправочных станциях и парковках, на культурных и спортивных мероприятиях, в кафе и ресторанах быстрого питания, т.е. в тех местах, где одновременно обслуживается большое количество людей и требуется мгновенная авторизация платежа, а сумма покупки относительно невелика. Одним из первых известных NFC-проектов в России был проект МТС и Лукойл «Быстрая заправка».

Существуют и более простые альтернативные решения. Например, мобильные платежи с использованием QR-кодов, такие как LevelUP. В отличие от NFC-платежей, внедрение этого платежного решения не требует развития сложной инфраструктуры. Со стороны пользователя для оплаты через LevelUP достаточно установить на свой смартфон специальное мобильное приложение и привязать к нему свою банковскую карту. Для оплаты товаров или услуг в торговых точках, сотрудничающих с LevelUP, необходимо предъявить QR-код, который автоматически генерирует программа.

Примеры мобильных платежных систем в Беларуси: PayPal Here, Сбербанк Онлайн, МОВІ.Деньги, МТС выпускают SIM-карты со встроенным чипом NFC, Мобильная касса от ПриватБанка [3]. Мобильные платежи iPay – это инновационная платёжная система, которая позволяет легко оплатить товары и услуги со счета мобильного телефона. Её преимущества: более 50 000 услуг оплаты в регионах страны, сотрудничество с белорусскими операторами, удобство оплаты, экономия времени, безопасность платежей, никаких предварительных регистраций с запоминанием логинов и паролей

Беларусь и Россия работают над созданием собственной платежной системы, которая будет существовать наряду с VISA, MasterCard и другими. Это позволит интегрировать финансовые рынки и облегчит жизнь как банкам, так и клиентам обеих стран.

МПС позволит национальной банковской платежной системе поддерживать розничные платежи в реальном времени. Такая концепция уже нашла отражение в рекомендациях Международного Союза Электросвязи (ITU) «Безопасные решения для удаленных финансовых транзакций в Сетях Следующих Поколений». опережающая реализация данной концепции в Белоруссии позволит получить конкурентные преимущества на международном рынке и выступать в роли экспортера высокотехнологичного IT решения при глобальном внедрении аналогичных систем.

## Список используемой литературы

1 Электронные платёжные системы [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://belinvestdom.by> (дата обращения: 6.11.2014).

2 Мобильная платёжная система [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://select.by> (дата обращения: 8.11.2014).

3 Будущее мобильных платежей [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://therunet.com> (дата обращения: 6.01.2015).

### **С. М. НОВИКОВА, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **АВТОМАТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКЕ**

Технология автоматической идентификации в коммерческой логистике предназначена для отслеживания пути товара на всех этапах его движения от производителя к потребителю. Это позволяет оптимизировать размеры складских запасов, оперативно пополнять запасы товаров в торговом зале, повысить эффективность планирования деятельности торгового предприятия.

Штриховые коды являются самой известной из технологий автоматической идентификации[1]. Штрих-коды в основном используются производителями товаров и позволяют автоматизировать ввод информации о товарах в компьютерные системы. Различают линейные (одномерные) и двумерные символы штрих-кодов. Линейными (одномерными) называются штрих-коды, читаемые в одном направлении (по горизонтали). Линейные символы позволяют кодировать небольшой объем информации (до 20-30 символов, как правило, цифр) с помощью несложных штрих-кодов, читаемых недорогими сканерами. Двумерными являются символы, разработанные для кодирования большого объема информации (до нескольких страниц текста). Двумерный код считывается при помощи специального сканера двумерных кодов и позволяет быстро и безошибочно вводить большой объем информации. Линейный штрих-код – это двоичный код, который отображается в виде упорядоченных параллельных линий, разделенных пробелами. Подобная структура представляет собой набор цифр или знаков, при этом полосы и пробелы между ними могут иметь различную ширину. Наиболее распространенной среди систем кодирования с использованием штрих-кодов является система кодирования EAN (European Article Number), которая появилась в 1976 г. и была предназначена для торговли продовольственными товарами. Республика Беларусь вступила в EAN в 1998 г. В штриховом кодировании применяются световые волны. Оптические метки (штриховые коды) уже многие годы используются для маркировки товаров. Но они имеют целый ряд недостатков, ограничивающих их применение.

Идентификационные метки. Идентификационная метка должна обеспечивать хранение и воспроизведение информации в цифровом виде, а кроме того, должна иметь малые габариты, позволяющие без ущерба для внешнего вида товара интегрировать её в этикетку, упаковку или непосредственно в защищаемый объект.

Автоматическая идентификация с использованием радиоволн (RFID). RFID система состоит из радиосканера, компьютера и радиометки. RFID (англ. Radio Frequency Identification, радиочастотная идентификация) – способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках. С введением

RFID-меток в повседневную жизнь связан ряд проблем. Например, потребители, не обладающие считывателями, не всегда могут обнаружить метки, прикреплённые к товару на этапе производства и упаковки, и избавиться от них. Хотя при продаже, как правило, такие метки уничтожаются, сам факт их наличия вызывает опасения у правозащитных организаций и некоторых представителей Русской Православной Церкви.

Идентификация и аутентификация – основа программно-технических средств безопасности, поскольку остальные сервисы рассчитаны на обслуживание именованных субъектов. Идентификация и аутентификация - это первая линия обороны, «проходная» информационного пространства организации.

Сегодня RFID-технологии применяются в разных сферах деятельности: промышленность; транспортная и складская логистика, предотвращение краж в торговых залах; системы контроля и управления доступом; медицина – мониторинг состояния пациентов, наблюдение за перемещением по зданию больницы; библиотеки; станции автоматической книговыдачи, быстрая инвентаризация; паспорта; транспортные платежи; дистанционное управление; опознавание животных; сельское хозяйство; человеческие имплантаты; системы управления багажом; системы локализации объектов в реальном режиме времени.

В применениях используется информация об объекте, его свойствах, качествах, информация о положении объекта. Идентификация позволяет субъекту назвать себя. Посредством аутентификации вторая сторона убеждается, что субъект действительно тот, за кого он себя выдает. «Аутентификация» – «проверка подлинности».

Аутентификация бывает односторонней (обычно клиент доказывает свою подлинность серверу) и двусторонней (взаимной). Субъект может подтвердить свою подлинность, предъявив то, что он знает: пароль, личный идентификационный номер, криптографический ключ; то, чем он владеет (личную карточку или иное устройство аналогичного назначения); часть себя самого (голос, отпечатки пальцев, др. биометрические характеристики). Процесс аутентификации пользователя компьютером делят на два этапа: подготовительный – при регистрации пользователя в системе; штатный – образец аутентификационной информации запрашивается у пользователя снова и сравнивается с хранящимся в системе эталоном.

Биометрическая идентификация – это технология идентификации человека, основанная на измерении уникальных физиологических характеристик человека. Позволяет существенно улучшить положение дел в области проверки подлинности пользователя. Характеристики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Методы биометрической идентификации

Метод	Носитель биометрической информации	Вероятность ошибки	Надёжность	Сфера применения
Распознавание радужной оболочки глаза	Узор радужки	1/1200000	Высокая	Критичные к количеству ошибок сервисы
Дактилоскопия	Отпечатки пальцев	1/1000	Средняя	Универсальная
Форма руки	Размер, длина и ширина ладоней	1/700	Низкая	Некритичные к количеству ошибок сервисы
Распознавание лица	Контур, форма, расположение глаз и носа	1/100	Низкая	Некритичные к количеству ошибок сервисы
Подпись	Форма букв, манера письма, нажим	1/100	Низкая	Некритичные к количеству ошибок сервисы
Распознавание голоса	Характеристики голоса	1/30	Низкая	Телефонные серверы

Примечание: источник [2].

Статистика использования биометрических методов идентификации: отпечатки пальцев – 59 %; геометрия лица – 17 %; радужная оболочка – 7 %; геометрия руки – 7 %; рисунок вен – 7 %; голос – 5 %; почерк – 1 %; все остальное – 1 %. По показателям

ошибок второго рода общая сортировка методов биометрической аутентификации выглядит так (от лучших к худшим): ДНК; радужная оболочка глаза, сетчатка глаза; отпечаток пальца; термография лица; форма ладони; форма лица; расположение вен на кисти руки и ладони; подпись; клавиатурный почерк; голос.

#### Список используемой литературы

1. Применение технологии автоматической идентификации в логистике [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://reftrend.ru> (дата обращения: 02.01.2015).
2. Биометрические системы идентификации и аутентификации. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.bestreferat.ru> (дата обращения: 03.01.2015).

#### **В. Г. ПАВЛЮКЕВИЧ, Н. В. МАРКОВСКАЯ**

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Н.В. Марковская,**

канд. физ.-мат. наук, доц.

### **РАЗРАБОТКА МЕХАНИЧЕСКИХ ТОРГОВЫХ СИСТЕМ ДЛЯ РАБОТЫ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ FOREX**

Механические торговые системы (МТС, советники) – это системы, предназначенные для автоматизации процесса совершения сделок купли и продажи на рынке Forex. Все механические торговые системы строятся на основе заранее заложенного в них алгоритма, то есть определенного набора торговых правил. Данные системы создаются на основе языка MQL 4 или MQL 5. Советники нужны трейдерам, которые за годы практической торговли вывели свою приносящую прибыль ручную торговую систему и теперь хотят ее автоматизировать. МТС должна быть четкой и простой, строиться на определенном наборе торговых правил, которые не должны противоречить друг другу.

Рекомендуется создавать механическую торговую систему после того, как уже существует ручная рабочая торговая система. В данном случае можно увидеть насколько её автоматизация повлияет на результаты торговли. Если она будет приносить прибыль, то есть смысл использовать ее в дальнейшей работе. Однако новичкам следует знать, что пока у них нет эффективной собственной системы, то не стоит пытаться её автоматизировать, а тем более покупать сторонние механические торговые системы. Построение эффективной МТС возможно, но только по правилам, которые вам понятны, потому что в дальнейшем надо будет совершенствовать и подстраивать свою МТС к текущим реалиям рынка, так как он постоянно меняется.

У механических торговых систем много как преимуществ, так и недостатков. МТС торгуют исключительно по техническому анализу и абсолютно не используют фундаментальный. Это будет немного затруднительно для трейдеров, которые привыкли использовать оба анализа в работе.

Основное отличие фундаментального анализа от технического заключается в том, что фундаментальный основывается на следующем положении: цены валют на рынке Forex являются отражением спроса и предложения, которые в свою очередь зависят от фундаментальных факторов экономики.

Последователи же технического анализа утверждают, что причину в изменениях валютных курсов вообще не стоит искать, достаточно анализировать сами цены. Предполагается, что невозможно найти причину изменения цен, до того как рынок сам уже успеет включить её в цену. Технический анализ в большинстве случаев занимается более короткими интервалами времени: от минутных до недельных. На этих интервалах (таймфреймах) фундаментальный анализ, за исключением одной его разновидности

(торговли на новостях) практически бесполезен, поскольку сами фундаментальные данные обычно выходят раз в неделю, месяц, квартал.

Однако если целью анализа является прогнозирование среднесрочных и долгосрочных прогнозов на валютном рынке Forex, то здесь уже становится необходимо проводить исследования, касающиеся внутренних, глубинных причин изменения валютных курсов. Только такой тип анализа даст возможность оценить перспективы динамики спроса и предложения на валюты. Кроме того, такой подход даст инвестору возможность не рассматривать краткосрочные колебания – рыночный шум.

Существуют следующие методы технического анализа на финансовом рынке: Acceleration / Deceleration Oscillator (Осциллятор Ускорения / Замедления) измеряет ускорение или замедление цены; Accumulation / Distribution (Накопления / Распределения) связывает объём торгов и изменение цены; Alligator (Аллигатор) предназначен для выявления зарождающегося тренда; Bollinger Bands (Полосы Боллинджера) можно определить как индикатор форека, схожий с конвертами скользящих средних, но основанный на текущей волатильности рынка; Commodity Channel Index (Индекс Товарного Канала) измеряет изменение цены по сравнению с её статистическим средним значением; Momentum (Момент (Импульс)) измеряет на сколько изменилась цена за данный промежуток времени; Moving Average (Скользящее Среднее) показывает среднее значение цены инструмента за некоторый период времени; Parabolic SAR (Параболическая Система) разработан для анализа трендовых рынков; Relative Strength Index (Индекс Относительной Силы) следующий за ценой осциллятор, который колеблется в диапазоне от 0 до 100 и др. [1].

При разработке механической торговой системы стоит рассмотреть следующее:

1 Ориентации системы торговли. Есть 3 существенных типа систем, которые могут быть рекомендованы для торговли: следующие за трендом: в этом случае нам нужна система, чтобы различать, движется ли рынок вверх, вниз или в сторону; прорыв уровней сопротивления или поддержки: системы, которые следуют по направлению прорыва после смены тренда или после бокового тренда; коридор цен: система, созданная специально, чтобы получить прибыль в течение периодов, когда рынок находится в каком-либо диапазоне цены.

2 Технологии фильтрации. Самые простые фильтры принимают меры для исключения сигнала к торговле, если тренд или некоторые другие факторы недостаточно благоприятны.

3 Позиции входа в рынок. Правилами должны быть недвусмысленные математические сигналы, не оставляющие простора для фантазии людей.

4 Первоначальное управление риском. Оно может осуществляться за счёт фиксированного количества наличных денег или такого средства, как фиксированный процент исходного капитала, реакции на изменчивость и т. д.

5 Защитные стоп-сигналы. Сигналы, при которых сделка автоматически закрывается по указанной трейдером цене.

6 Позиции выхода из рынка. Когда сработал один или больше стоп-сигналов, достигнута особая цель или сменился ведущий тренд [2].

#### **Список используемой литературы**

1. Математика в трейдинге [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://articles.mql4.com> (дата обращения: 15.01.2015).
2. Технический анализ на валютном рынке [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://fx-insta.ru>. (дата обращения: 17.01.2015).

**О. О. ПЕРКОВСКАЯ, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

## **ЭЛЕКТРОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ КОММЕРСАНТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Концепция информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года задает основные цели, задачи, направления информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года, а также определяет базовые принципы, подходы и условия для успешной реализации процесса информатизации.

Концепция основывается на законодательных актах Республики Беларусь, Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года, утверждённой постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 августа 2010 года № 1174. Рост объемов информации, ее активное использование в различных сферах деятельности, создание современной информационно-коммуникационной инфраструктуры стали основными факторами возникновения и развития информационного общества. Широкомасштабное внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различные сферы деятельности человека способствовало возникновению и развитию глобального процесса информатизации [1].

Электронное образование давно получило практическое применение в европейских и западных странах. Интенсивному развитию и применению электронного образования способствовало развитие ИКТ. В большинстве учебных заведений развитых стран классы и аудитории оснащены соответствующим информационным оборудованием: портативными компьютерами, проекторами, видео- и аудиоустановками, телевизионно-спутниковыми технологиями, кейсами, а также рядом дополнительных образовательных информационных технологий.

Новая версия Национального Образовательного Портала находится по адресу [www.adu.by](http://www.adu.by). Она включает 4 раздела: дистанционное обучение, форум, инфолиния и медиатека. Раздел «Дистанционное обучение» перечисляет подразделы: мероприятия на бесплатной основе (вебинары и всеобуч) и мероприятия на платной основе (безопасность в сети Интернет, проектная деятельность по географии и проектирование учебного занятия с компьютерной поддержкой на 1 ступени общего среднего образования) [2].

Децентрализованная инфокоммуникационная модель национальной системы электронного образования основана на распределенном принципе предоставления электронных образовательных услуг и описывает многоуровневую структуру реализации образовательных сервисов и хранения контента. Количество функциональных уровней модели определяется сложившейся структурой национальных инфокоммуникаций. Представлены четыре уровня. К 1-му уровню относится инфокоммуникационная инфраструктура вуза, ко 2-му – инфокоммуникационные инфраструктуры вторичных интернет-провайдеров, к 3-му – инфокоммуникационные инфраструктуры первичных интернет-провайдеров, к 4-му уровню – инфокоммуникационная инфраструктура сети интернет. Децентрализация, положенная в основу модели, позволяет каждому вузу самостоятельно определять электронную образовательную политику, распределяя вузовские электронные образовательные сервисы и контент по четырём уровням [3].

В 2014-2015 учебном году республиканская АС «Электронное образование. Статотчетность» будет осуществлять в электронном виде сбор государственной статистической отчетности по 5 формам для учреждений среднего образования.

Анализ сайта Министерства образования Республики Беларусь [edu.gov.by](http://edu.gov.by) показал, что для развития бизнеса можно использовать раздел «Дополнительное образование», представляющий в настоящее время 12 образовательных программ. Видеосервисы и видеоконтент в системе электронного образования. Основными видеосервисами электронного университета являются: персональное дистанционное обучение – предоставление образовательного видеоконтента (видеолекций, видеопрактикумов и т. п.) – для виртуальных аудиторий студентов дистанционной формы обучения в реальном времени и по запросу, проведение дистанционных консультаций, семинаров, зачётов и экзаменов через сеть интернет; групповое дистанционное обучение – предоставление образовательного видеоконтента через корпоративную университетскую сеть для потоковых аудиторий студентов; формирование университетского видеоконтента – видеозапись лекций и практикумов, видеопротоколирование конференций и совещаний; импорт и экспорт учебного видеоконтента через сеть интернет – обмен учебным видеоконтентом с другими учреждениями образования; университетское телевидение – вывод на мониторы и видеостены административной и образовательной информации; корпоративные административные видеоконференции – совещания на уровне ректората, деканатов и структурных подразделений; внешние административные и научные видеоконференции – дистанционные совещания, научно-технические и научно-методические конференции республиканского и международного уровней, защиты диссертаций через сеть интернет [6].

Концепция постепенного внедрения образовательных видеосервисов в вузе включает следующие этапы:

- модернизацию транспортного и серверного сегментов корпоративных инфокоммуникаций вуза, в результате которой должна быть обеспечена передача речевого и видеотрафика с необходимым уровнем качества обслуживания и созданы условия для надежного хранения видеоконтента и качественного предоставления видеосервисов в рамках начальных этапов реализации концепции;

- создание базового полнофункционального сегмента ВКС в корпоративной сети вуза, обеспечивающего запись образовательного видеоконтента, его интерактивную трансляцию и передачу по запросу;

- подключение базового сегмента ВКС к интернет для обеспечения технической возможности импорта и экспорта образовательного видеоконтента;

- интеграцию базового сегмента ВКС с системой дистанционного обучения и другими системами электронного управления вуза (если таковые имеются);

- начало работ по созданию образовательного видеоконтента с использованием базового сегмента ВКС;

- предоставление образовательных видеосервисов с использованием базового сегмента ВКС;

- расширение базового сегмента ВКС по мере роста спроса на образовательные видеосервисы, предполагающее наращивание инфокоммуникационных ресурсов вуза и охват всех структурных подразделений, непосредственно занятых обеспечением учебного процесса (ректорат, факультеты, кафедры).

Технической основой реализации концепции является базовый сегмент ВКС, который включает в свой состав центр административных и образовательных видеосервисов, видеоконференцстудию, видеоконференц-залы, тьюторные боксы.

#### Список используемой литературы

1 Концепция информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.edu.gov.by> (дата обращения: 16.11.2014).

2 Новая версия Национального Образовательного Портала [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [www.adu.by](http://www.adu.by) (дата обращения: 16.01.2015).

**Е. В. ПОЛОНЕВИЧ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА. ВРМ-СИСТЕМЫ**

В своем развитии программное обеспечение для автоматизации бизнес-процессов прошло несколько этапов. Сначала появились системы автоматизации внутренних (бэк-офисных) процессов, прежде всего, производства (управление запасами и автоматизация управления производственными линиями) и бухгалтерского учёта. Затем пришёл черед процессов взаимосвязи с внешней средой (процессы фронт-офиса): поставок, продаж, услуг, маркетинга. В конце двадцатого века организации перешли к автоматизации перекрестных процессов, затрагивающих работу несколько подразделений, внедряя технологии управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), и технологии управления цепочками поставок (SCM). И, наконец, вершина пирамиды, которую стали автоматизировать совсем недавно, – это корпоративное управление. Для решения этой задачи в мире выделяют специальный класс программного обеспечения – ВРМ-системы.

Движение вверх по уровням пирамиды отражает постепенный переход от автоматизации оперативных бизнес-процессов к автоматизации стратегии управления бизнесом. Процессы на более высоких уровнях пирамиды контролируют процессы на более низких уровнях. Таким образом, ВРМ-системы предназначены для автоматизации стратегического планирования развития бизнеса и, одновременно, для поддержки тактического (или оперативного) управления бизнес-процессами на разных уровнях. Задача ВРМ-систем – помочь в реализации стратегических целей бизнеса в реальных условиях. Для этого они должны обеспечивать пользователя нужной информацией в нужное время, чтобы повысить эффективность управления оперативной деятельностью.

Функциональная архитектура классической ВРМ-системы складывается из трёх составных частей. Первая часть – хранилище данных. Это базис ВРМ-системы. В нём консолидируется оперативная информация из различных автоматизированных модулей головного офиса и филиалов организации, из дочерних и партнерских компаний. Вторая составляющая – набор инструментов для поддержки технологий управления предприятием: финансового планирования, управленческого учёта, прогнозирования, управления производственными и вспомогательными процессами и т. д. Третья компонента ВРМ – аналитические средства OLAP для оперативной работы с деловыми данными, которые накапливаются в хранилище.

ВРМ-системы нельзя назвать чем-то принципиально новым. Они объединяют известные управленческие технологии и программные решения, которые прежде применялись локально и решали задачи отдельных подразделений и пользователей. Преимущество и новизна ВРМ-подхода состоит в том, что ВРМ-система предназначена для поддержки полного цикла управления компанией.

Это значит, что инструменты ВРМ взаимосвязаны и обеспечивают исполнение четырех основных этапов управления эффективностью бизнеса:

– разработка стратегии. Цель первого этапа – выделение целевых показателей бизнеса (ключевых показателей эффективности) и планирование количественных значений их метрик (Key Performance Indicators – KPI). Стратегическое планирование опирается

на одну из методологий BPM, известную как система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard – BSC);

- тактическое планирование. На втором этапе разрабатываются тактические планы для достижения поставленных стратегических целей. Ориентирами для разработки тактических планов становятся KPI. Основным инструментом оперативного планирования является бюджетирование различных аспектов деятельности предприятия;

- мониторинг и контроль исполнения. На данном этапе фактические значения по статьям управленческого и финансового учетов вычисляются на основе собранных в хранилище первичных данных. Для сравнения намеченных и достигнутых показателей бюджетов и KPI используются инструменты «план-фактного» анализа на основе технологии многомерного анализа данных OLAP;

- анализ и регулирование. На заключительном этапе стратегические планы корректируются в соответствии с реальными условиями работы предприятия. Для планирования изменений используются инструменты прогнозирования и моделирования различных сценариев развития ситуации. В итоге цикл корпоративного управления – между выбранной стратегией и её практической реализацией – замыкается.

ERP-системы сфокусированы на автоматизации управленческих процессов, сопровождении бизнес-процессов и снижении операционных затрат, но не способны обеспечить всеобъемлющий, легкий и быстрый доступ к необходимой управленческой информации. Кроме того, не вся информация, необходимая как высшему руководству, так и менеджерам и специалистам на местах, имеется в наличии в ERP-системе.

В противоположность этому BPM-системы обеспечивают целостный, процессно-ориентированный подход к принятию управленческих решений, направленный на улучшение способности компании реально оценивать свое текущее состояние и управлять эффективностью своей деятельности на всех уровнях, путем объединения владельцев процессов, менеджеров, персонала и внешних контрагентов в рамках общей интегрированной среды управления.

В этом смысле понятие «BPM-система» может употребляться в двух значениях: как концепция управления (т. е. определенный подход к принятию управленческих решений и их практической реализации) и как информационная система (комплекс программных средств, поддерживающих идеологию BPM и обеспечивающих ее практическую реализацию). Сказанное не означает, однако, что система BPM «отменяет» или «заменяет» ERP.

Взаимодействие ERP и BPM-систем возможно через трансформацию данных с помощью модулей Data Maps – средства унификации данных, полученных из различных источников, и их приведение в соответствие с едиными справочниками (процесс конвертации данных). Эти средства используются и для обратной связи, например, для передачи результатов стратегического или операционного планирования в ERP-систему, для последующего формирования более детальных планов.

В качестве источников финансовых и нефинансовых данных для BPM-системы выступает не только подсистемы ERP, но и транзакционные системы других систем:

- управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationships Management – CRM);
- управления цепочками поставок (Supply Chain Management – SCM);
- управления активами (Assets Management – AM);
- управления персоналом (Human Resources Management – HRM);
- другие источники – базы данных, электронные таблицы и т. п.

Таким образом, с помощью решения <BPM + ERP> создаётся целостная инфраструктура для поддержки согласованного стратегического и тактического управления предприятием на основе единой модели данных. В этом принципиальное отличие

комплексного подхода на базе систем автоматизации управления корпорацией от изолированного решения отдельных управленческих задач.

**В. В. ПРОСКУШКИНА, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко**,  
канд. экон. наук, доц.

## **СЕРВИСЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Электронная коммерция (от англ. e-commerce) – это сфера экономики, включающая все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Электронная коммерция в Интернете – это коммерческая деятельность в сфере рекламы и распространения товаров и услуг посредством использования сети Интернет.

Быстроразвивающаяся область e-коммерции – хостинг (от англ. host – сервер), т.е. услуги по размещению информации во Всемирной паутине. Хостинг включает в себя предоставление дискового пространства для размещения Web-сайтов на Web-сервере, предоставления доступа к ним по каналу связи с определенной пропускной способностью, а также прав администрирования сайта.

Важной составляющей электронной коммерции является информационно-рекламная деятельность.

Электронная коммерция, как правило, включает в себя хотя бы одну из операций, осуществляемых дистанционно: оплату или заказ товаров и услуг с последующим их получением [1]. Для успешной реализации инфо-продуктов требуется продающий сайт и система для автоматизации этих продаж и постановки их на поток. Обязательным условием стабильных и высоких продаж является привлечение партнёров, и, как следствие, наличие партнёрской программы [2]. Интернет сервисы: e-autopay.com, EcommTools.com, JustClick.ru, Notando.com, dostami.ru, shopotam.ru.

Сервис e-autopay.com – сервис по организации приема и оплаты заказов и создания партнёрской программы на вашем сайте. Преимущества: возможность создавать и продавать товары, партнерская программа, цифровые и физические типы товаров, автоматический режим оплаты через все платёжные системы Рунета и через зарубежный сервис 2checkout.com (по кредитным картам), оплата наложенным платежом, учёт цен и партнёрских вознаграждений в любой валюте, система выплаты комиссионных для каждого товара по каждому уровню. С 2014 г. система стала модульной для выбора по стоимости и функционалу. Стоимость: 4 тарифа 500-2 500 руб. в месяц / год [3].

Сервис EcommTools.com – сервис для создания Интернет магазина и партнёрской программы «Корзина покупателя» + партнёрская программа. Это функциональная интегрированная среда для продаж, e-mail рассылок, управления клиентской базой и партнёрской программой. Стоимость обслуживания: 0 – 425 долл. США в месяц.[4]

Сервис Notando создан для малого и среднего бизнеса, частных предпринимателей, распространителей товаров и услуг. Предоставляет основные возможности управления интернет-магазином, выставления счетов клиентам (инвойсов) и осуществления продаж, а также инструмент для планирования бизнеса. Особенности: не требует установки, заботы о хостинге, администрировании сервера; высокая скорость отклика; цены в разных валютах, мультиязычность товаров и материалов магазина; финансовые отчёты. Стоимость: 9– 99 долл. США в месяц [5].

Сервис Dostami.ru –сервис, который помогает совершать покупки в Интернете на Ebay и Amazon. Преимущества: налаженные связи с ведущими логистическими партнёрами, такими как Почта России и EMS; базовая стоимость услуг 5 %, 200 млн. единиц товаров; режим 24/7, 10 видов оплаты; выбор языка; доставка крупногабаритных и ценных грузов; гарантия доставки товара. Стоимость доставки предварительная. [6]

Сервис Shopotam.ru предлагает посреднические услуги для покупок за рубежом, возможность совершать покупки на аукционах Америки и др. интернет-магазинах США, Великобритании, Германии и Китая. Преимущества: покупки в любых интернет-магазинах Великобритании, США, Китая и Германии; можно покупать без регистрации на eBay.com, Taobao, Yahoo и в интернет-магазинах; не обязательно заводить банковскую карту; не нужен кошелёк PayPal; выбор языка; не надо тратить время на ставки на аукционе; не надо переплачивать за доставку. Стоимость покупки через аккаунт в США: базовый (для постоянных покупателей) – 10 % комиссия, беззаботный (для первых покупок) – 15 % комиссия [7].

За 2013 год объём розничной электронной торговли в России вырос на 28 % процентов в рублях (или на 25 % в долларах) и составил 520 млрд. руб. или 16,3 млрд. долл. США). Эксперты сходятся в том, что рынок электронной торговли в России всё ещё развит слабо. Магазины только начинают выходить в регионы, где конкуренция невысока благодаря относительно свободным нишевым рынкам. В основном это делают крупные игроки, которые поглощают локальный бизнес [8].

Рынок электронной коммерции Республики Беларусь находится на ранней стадии развития и демонстрирует достаточно высокие темпы роста, обусловленные невысокой стартовой базой. По оценке экспертов J'son & Partners Consulting в 2013 году рынок составил 350 млн. долл. США. Доля интернет-торговли в структуре розничной торговли составляет около 1 %, что в два раза меньше, чем на российском и украинском рынках. Но прогнозный темп роста – 18 %, что даёт возможность говорить о перспективах для инвестиционных вложений. Сегмент электронной коммерции Республики Беларусь отстает в своем развитии от российского аналога на 2-3 года. В 2013 году рынок составил 350 млн. долл. США. Прогноз – среднегодовые темпы роста рынка электронной коммерции составят 18,2 % в год на протяжении 2013-2016 годов. Структура рынка смещена в сторону интернет-магазинов, специализирующихся на сегменте «техника и электроника» и «потребительские товары». В 2013 году доли интернет-магазинов данных категорий составили 28 % и 27 % соответственно. В структуре сегмента «техника и электроника» более половины всех магазинов занимаются продажей компьютеров и комплектующих, а также бытовой техники.

Министерство Торговли Республики Беларусь ведёт официальный реестр интернет-магазинов с указанием региона регистрации. Подобная статистика, безусловно, не отражает полностью реальной ситуации, но определённую оценку региональных различий на рынке электронной коммерции по этим данным можно сделать. Официально зарегистрировано 6,5 тыс. интернет-магазинов, 84 % которых зарегистрированы в Минской области и г. Минске. Наименьшее количество магазинов приходится на Могилевскую, Гродненскую и Гомельскую области. Приняты официальные постановления, регулирующие деятельность интернет-магазинов. Согласно законодательству, для того, чтобы сайт считался интернет-магазином, на нем должна присутствовать функция корзины, которая бы позволяла совершить заказ (покупку) и получить платежный документ или иной документ, подтверждающий покупку (приобретение) товара на сайте. Существенна доля покупателей в вечернее и ночное время. Особое внимание пользователи уделяют сравнению цен в различных магазинах. Региональные пользователи, менее охваченные интернет-торговлей, предъявляют существенно меньшие требования к интернет-магазинам в области сроков доставки и сервиса [9].

## Список используемой литературы

- 1 Электронная коммерция в Интернете [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.5byte.ru> (дата обращения: 10.01.2015).
- 2 Обзор сервисов для электронной коммерции. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://direct-market.ru> (дата обращения: 10.01.2015).
- 3 Сервис по организации приема и оплаты заказов и создания партнерской программы на вашем сайте [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: [e-autopay.com](http://e-autopay.com) (дата обращения: 09.01.2015).
- 4 Профессиональные инструменты для Internet торговли. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://ecommttools.com> (дата обращения: 11.01.2015).
- 5 Система электронной коммерции notando [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://notando.com> (дата обращения: 12.01.2015).
- 6 Сервис, который помогает совершать покупки в Интернете, в частности, на Ebay и Amazon [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.dostami.ru> (дата обращения: 12.01.2015).
- 7 Покупки за рубежом [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://shopotam.ru> (дата обращения: 13.01.2015).
- 8 Объём рынка: сухие цифры [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://netology.ru> (дата обращения: 13.01.2015).
- 9 Рынок электронной коммерции в Беларуси стабильно растёт [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://news.21.by> (дата обращения: 12.01.2015).

### **С. С. РОГОВЦОВ, Е. А. СКАЧКОВ**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)

Науч. рук. **Н. В. Немогай,**

канд. тех. наук

## **ТРИАДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ**

Анализ передовых логистических подходов свидетельствует о существенном влиянии на методологию логистики экономических триад, к которым в первую очередь относятся: цена – объём продаж – рентабельность, сетевая структура – бизнес-процессы – компоненты управления, три стороны логистики предприятия, интеграция – координация – оптимизация, нелинейность – когерентность – открытость [1, с. 230].

Триада «цена – объём продаж – рентабельность».

Конкурентноспособность предприятия как участника цепочки поставок достигается различными способами, одним из которых являются низкие издержки, в том числе логистические. Вопросы минимизации логистических издержек представляют собой особую сложность по сравнению с другими видами затрат. При этом все предпринимаемые предприятием направления по снижению расходов должны быть тщательно рассмотрены с учётом их влияния на текущие обороты и стратегию. Отметим, что традиционный бухгалтерский учёт основывается на том, что расходы на производство необходимы и должны быть заложены в стоимость продукции. Так как расходы на логистику характеризуются большим разбросом единичных расходов и не являются необходимыми для собственно производства, их обычно не учитывают в окончательной стоимости продукции. Поэтому использование постоянной цены продаж и изменяющихся (в условиях конкурентного уменьшения объёма продаж) единичных расходов, приводит к ситуации, когда производство в определенные периоды начинает приносить убытки. Предприятия при снижении прибыльности, вынуждены повышать цены. Это приводит к снижению спроса (объёма продаж), а затем, соответственно, и прибыли. Возникающая ситуация, которую обычно называют «Спираль (триада) гибели», проявляется тем сильнее, чем больше доля единичных расходов входит в постоянные расходы [2, с. 86].

Триада «сетевая структура – бизнес-процессы – компоненты управления».

В основе концепции управления цепочками поставок (УЦП) лежит её общая модель в виде триады, включающей следующие элементы: сетевая структура цепочек

поставок; бизнес-процессы, происходящие в цепочках поставок; компоненты управления цепочками поставок.

Сетевая структура цепочек поставок – это есть сеть членов цепочек поставок и связей между ними. Бизнес-процессы – это виды деятельности, предоставляющие потребителям конкретную ценность. Описание бизнес-процессов в цепочках поставок осуществляется в рамках моделей SCOR, CCOR, DCOR. Компоненты управления – это управленческие переменные, при помощи которых бизнес-процессы интегрируются и управляются в пределах всех цепочек поставок. Как правило, выделяются физические и технические компоненты управления: (методы планирования и контроля; инфраструктура потоков и видов деятельности, связанных с работой; организационная структура; инфраструктура коммуникационного и информационного потока; инфраструктура потока продукции), а также компоненты поведения (методы управления, структура распределения полномочий и лидерства, распределение рисков и вознаграждений, культура и отношения).

Триада «три стороны логистики предприятия».

Используемые в цепочках поставок партнеры и контрагенты образуют «три стороны» в логистике предприятия. Предприятие, которое формирует логистическую систему, называют центральной (фокусной) компанией (ЦК) или хозяином логистического процесса. Указанные три стороны (триада) следующие: 1 – поставщики, 2 – потребители, 3 – 3PL-провайдеры [3, с. 116].

Триада «интеграция – координация – SC-оптимизация».

Термин «интеграция» в общепринятом смысле определяется как состояние (связанности отдельных частей в целое), так и процесс (направленный на достижение целостности представлений о сложной системе). Интеграция – чрезвычайно ёмкий и часто используемый сегодня термин. Интегрированная логистика, интегрированные информационные системы / технологии, интегрированное планирование, интегральный показатель логистического сервиса – вот далеко не полный перечень устойчивых словосочетаний, используемых в настоящее время в логистике и УЦП [4, с. 51].

Координация – согласование, соподчинение, приведение в соответствие понятий, действий, функций и т.д. Координация – одна из важнейших функций управления (менеджмента), направленная на обеспечение совместных согласованных действий для достижения общей цели. Координация действий всех функциональных областей логистики, между которыми существует тесная взаимосвязь, является важнейшим фактором её эффективности. Не вызывает сомнений, что для этого должна реализовываться полная согласованность (координация) функционирования всех областей логистики. SC-оптимизация – это, в первую очередь, оптимизация в цепочках поставок между всеми контрагентами, направленная на повышение эффективности всей цепочки поставок.

Триада «нелинейность – когерентность – открытость».

Нелинейность в логистике, связанная с динамикой структур цепочек поставок, предполагает переход от аналитических представлений (анализ – декомпозиция) к развитию на основе последовательного синтеза новых, более эффективных и адекватных рынку бизнес-структур. В рамках данной парадигмы логистику можно рассматривать как науку о синтезе систем управления перемещением и преобразованием ресурсов в экономике.

Когерентность (в разрезе согласованного взаимодействия и кооперации контрагентов в цепочках поставок) является ключевым понятием в современной логистике и УЦП. Межорганизационная координация в цепочке поставок приходит на смену логистической координации между структурными подразделениями компании.

В настоящее время более явственно обозначился переход от закрытых к открытым системам в экономике. Проявление этого перехода – активное внедрение в практику управления бизнесом клиент-ориентированных технологий, в частности, благодаря

информационным системам CRM-класса, и интернет-технологий электронной коммерции. Открытость интернет-ориентированного бизнеса очевидна в силу использования внешних информационных, интеллектуальных, распределительных, организационных и других ресурсов.

Выполненные исследования свидетельствуют, что высококвалифицированный логист, обладающий широкой эрудицией в смежных областях знаний, сможет объективно ориентироваться и использовать в практической деятельности закономерности триад.

#### **Список используемой литературы**

1 Управление цепями поставок: справ. изд-ва Gower /под ред. Дж. Гатторны (ред. Р. Огулин, М. Рейнольдс). – М.: ИНФРА-М, 2010. – 670 с.

2 Сток Д.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой / Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт.– М.: ИНФРА-М, 2005. – 520 с.

3 Логистика. Стратегическая кооперация / Д. А. Иванов. – М.: Вершина, 2006. – 326 с.

4 Немогай, Н. В. Логистика. Управление цепочками поставок: ответы на экзаменационные вопросы / Н. В. Немогай. – Минск: Тетросистемс, 2013. – 224 с.

#### **А. В. СЕРГЕЕВ**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

### **О СТАНДАРТИЗАЦИИ РАБОЧЕГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ЕГО НЕОБХОДИМОМ МИНИМУМЕ**

Развертывание парка новых машин – в облаке ли или в реальности – всегда является трудозатратной процедурой. Мало того, что новые устройства нужно разместить, подключить к корпоративной сети и интегрировать в систему внутренних коммуникаций, но для начала работы каждому персональному компьютеру необходим какой-то минимальный набор программного обеспечения. И здесь могут возникнуть трудности, потому что содержание этого набора зачастую сильно отличается в зависимости как от организации и набора задач, так и от самого администратора, его навыков и просто привычек – всё же, люди предпочитают иметь дело с проверенными решениями.

Отсутствие же стандарта о составе корпоративного программного обеспечения (ПО) может вызвать ряд проблем, а именно:

– если пользователь имеет административные права на установку любого ПО на своем рабочем компьютере, то компания, в которой он работает, понесет риск присутствия в корпоративной сети нелегального, вредоносного или же просто неограниченно разномастного ПО;

– если же действовать от обратного, «запрещено, все что не разрешено», то работник может не получить достаточного для его работы инструментария, что неминуемо повлечет за собой падение его производительности.

Стандартизация ПО и оборудования с запрещением применения нестандартных решений в компании позволяет упростить и несколько разгрузить техническую поддержку. Утвержденный список допустимого ПО снимает часть вопросов с системных администраторов, кроме того, его существование упрощает обращения к внешним специалистам, осуществляющим настройку и обслуживание корпоративной сети по модели аутсорсинга. Однако составление такого списка потребует аудита всех машин и анализа установленного на них ПО с целью выяснения, какое же действительно необходимо для работы. Хорошее заключается в том, что для большинства организаций такие списки будут достаточно схожими – можно и нужно пользоваться чужим опытом.

Вот приблизительный минимальный список ПО, исходя из практики ведущих компаний:

- Microsoft Windows (Professional) (версия Professional не обязательна, но рекомендуются такие вещи, как поддержка режима совместимости с Windows XP (XP mode), встроенная система бэкапа / восстановления ОС и шифрование диска Bitlocker);
- Microsoft Office Home/Business (потенциально можно заменить на LibreOffice, на практике, многим проще заплатить, чем заново привыкать к используемому каждый день пакету ПО, которое зачастую имеет проблемы обратной совместимости);
- антивирусное ПО (в зависимости от имеющихся лицензий);
- 7-Zip;
- Adobe Acrobat Reader (потенциально можно заменить на Foxit Reader, но его бесплатная версия доступна только для некоммерческого пользования);
- плагины для браузера: Adobe Flash, Adobe Shockwave и MS Silverlight;
- в «комплектацию» ОС по умолчанию входит Internet Explorer. Но многие советуют сразу же поставить альтернативный браузер (Chrome или Firefox);
- для работы некоторых приложений необходимы компоненты, требующие регулярного обновления (к примеру, Java). Их удобно устанавливать через инструменты централизованного удалённого развёртывания.

Это далеко не полный список, и в каждой организации найдутся свои исключения, которыми нужно дополнить список, однако он неплохо подходит на роль отправной точки. Однако фиксированность набора ПО снимает проблему, когда пользователи вынуждены сами дополнительно устанавливать необходимое ПО, нарушая при этом рекомендации службы безопасности. Если для работы действительно требуется какое-то дополнительное ПО, но требуется недостаточно широко, чтобы его можно было внести в список, то проблема разрешается достаточно просто – при необходимости сотрудник может написать служебную записку с просьбой установить то или иное приложение. Записка должна быть подписана специалистами ИТ, безопасности, финансовым отделом и некоторыми другими перед выполнением. Такая процедура, возможно, немного бюрократизирована, но вполне приемлема для достаточно зрелой организации.

#### **Е. А. СИМАНКОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. А. Дробышевский**

### **ПРИМЕНЕНИЕ СФЕРИЧЕСКИХ ПАНОРАМ И ВИРТУАЛЬНЫХ ТУРОВ В СОВРЕМЕННОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Панорамная фотография – это фотография, имеющая большой угол обзора, демонстрирующая вид местности из одной точки во многих. Сферическая панорама – это 3d-изображение, вид панорамной фотографии, спроецированной на сферу или куб, которую можно рассмотреть, смещая точку обзора. Виртуальные фотопанорамы, как и панорамные снимки, позволяют показать объекты съемки во всей красоте и масштабности, отличаются от панорамных фотографий интерактивным просмотром.

Сферические панорамы соединяются между собой при помощи активных зон, списков или миниатюр, которые позволяют переходить из одной виртуальной панорамы в другую и «вживую» знакомят зрителя с окружающей обстановкой. Для лучшей ориентации внутри виртуального тура применяются интерактивные карты помещений с радарными, показывающими направление взгляда. В такую виртуальную экскурсию можно добавить музыкальное сопровождение, дополнить фотографиями, видеороликами и другими эффектами.

Управление виртуальным туром интуитивно понятно. При зажатой левой кнопке мыши изображение поворачивается в любом указанном направлении. Для приближения или отдаления достаточно покрутить колёсико мыши. На сенсорных экранах управление панорамой осуществляется прикосновением.

Область применения таких фотоизображений весьма обширна. В основном они используются для демонстрации интерьеров и открытых местностей: памятных мест, музеев, городских панорам, пейзажей, площадей и т.д.

Виртуальные 3D-панорамы – это единственный на сегодняшний день возможный способ, позволяющий показать весь объём помещения вокруг наблюдателя, не посещая данное пространство. Виртуальные 3D-панорамы предоставляют объёмное изображение объекта, создавая «копию» реальности. Управление позволяет в соответствии со своим пожеланием побродить вокруг или обернуться, отдалить или приблизить интересующий предмет, почитать информацию о каком-либо присутствующем объекте, развернуть картинку под нужным углом. Такая интерактивность виртуальных панорам создает эффект присутствия и позволяет более объективно оценить окружающее пространство, чем просмотр обычных фотографий или видео.

Интерактивность панорамных объектов стала залогом успеха этих технологий на мировом рынке. Эффективность услуг по созданию 3D-путешествий по различным объектам подтверждена опытом западных производителей. Большинство европейских и американских компаний используют, и весьма успешно, виртуальные туры для активного продвижения своих продуктов и услуг, в то время как отечественные производители только начинают осваивать данный рынок. По оценке журнала «Деньги», в нашей стране, по состоянию на 2010 год, рынок профессиональных трехмерных визуализаций отстаёт от мирового лет на 5-10, плюс ко всему в этой нише практически отсутствует конкуренция. По некоторым показателям, если за океаном 1 % производителей не пользуются подобными «панорамными» услугами, то у нас в России именно этот единственный процент и развивает свой бизнес, продвигая товары и услуги по средствам трехмерной визуализации и виртуальных посещений своих объектов. Спросите, зачем это нужно и какая польза от этого? А вот представьте простую ситуацию. Вы владелец кафе, ресторана, а может быть отеля или дома с великолепным земельным участком, который нужно продать. Бесспорно, многие хотели бы сразу увидеть то место, где они собираются пообедать, погостить и тем более, где планируют жить. Создание виртуального тура для размещения на сайте – вот оно – то самое идеальное решение. Виртуальный тур выполняет функцию гида для клиента, а для самой компании (владельца) – это успешный инструмент по привлечению новых покупателей.

Всемирно известная компания «Google» давненько взяла в оборот данную интерактивную вещь. Технология создания сферических панорам, с помощью которых стали возможны реалистичные виртуальные путешествия, в корни изменила существующее положение дел. Если раньше «виртуальные путешественники» могли прогуливаться по улицам городов лишь водя пальцами по бумаге приобретенных карт, то теперь есть возможность путешествовать, не выходя из дома. Их функция под названием Google Street View позволяет смотреть виды улиц любых городов мира. Возможность перенестись на любую улицу и походить по округе, рассматривая улицы, дома, машины, принесла «гуглу» намного больше преимуществ перед конкурентами. Мало кто знает о том, что в картах от Microsoft также представлены великолепные панорамы различных мест. А все это потому что «Google» немного раньше воспользовался сферическими новинками (2007 год, тогда когда Microsoft внедрил данную технологию в 2009), и не прогадал, заполучив бешеную популярность и практически монопольное право среди виртуальных обывателей на подобные цифровые карты. Благодаря сервису Яндекс. Карты теперь есть возможность виртуально погулять по Москве или Санкт-Петербургу. Выбор, конечно, небольшой, но зато есть в какую сторону разрастаться.

С развитием «панорамных» технологий получить действительно полное представление об объекте не составит труда.

Всемирно известная сеть отелей «Hilton» давненько «облюбовала» панорамы для ознакомления клиентов с имеющимися апартаментами. Будь то отель в Чехии, или испанский «Hilton», мы можем спокойно попутешествовать по территории гостиницы и реально оценить все достоинства и недостатки. В коммерческом бизнесе 3D-туры становятся всё более популярными. Вот и компания «Renault» воспользовался данной цифровой инновацией, и компания «Nissan», опубликовавшая тур с женевской выставки-автосалона. Также и глобальная консалтинговая фирма «Knight Frank», услугами которой пользуются известные российские и международные бренды. Компания разработала 3D-туры специально для покупателей, ценящих свое время. Это эффективный инструмент, позволяющий клиентам побывать в любом представленном доме, не отходя от компьютера. Благодаря этой системе сферических панорам они нашли свою «золотую жилу», обеспечивая объективную подачу информации для потенциальных клиентов. Все это подняло популярность сайта и до сих пор привлекает все больше новых покупателей.

Таким образом, виртуальные панорамы и 3D-туры – это наглядный и инновационный способ продемонстрировать свой бизнес.

**О. И. СТРИЖАК**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. С. Шаповалов**

#### **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ В ОАО «РЕЧИЦКИЙ МЕТИЗНЫЙ ЗАВОД»**

Совершенствование ассортиментной политики предприятия является одной из важнейших задач, которая стоит как перед производственными, так и перед торговыми компаниями. Расширение ассортимента, которое позволит учитывать вкусы различных потребителей, приведёт к увеличению прибыли практически любого предприятия. С другой стороны, необходимо помнить об издержках для производства или продажи того или иного вида товара, а также об основных принципах ассортиментной политики, которые включают в себя как расширение, так и сокращение ассортимента готовой продукции, а также обновление и гармонизацию ассортимента.

Эффективная ассортиментная политика в основном зависит от умения планировать ассортимент, прогнозировать с высокой вероятностью структуру потребительского спроса. Мероприятия по совершенствованию ассортиментной политики ОАО «Речицкий метизный завод» должны включать в себя: дальнейшее расширение ассортимента выпускаемых специальных видов винтов, шурупов; расширение выпуска гвоздей американского стандарта FF; выход на проектную мощность производства горячего оцинкования труб и крупногабаритных конструкций.

Для укрепления позиций завода на рынках, на которых присутствует ОАО «Речицкий метизный завод», и продвижения на новые рынки планируется проводить следующие мероприятия: расширение продаж машинных калиброванных гвоздей, сваренных в катушки и склеенных полипропиленом, изделий с горячецинковым покрытием; сертификация гвоздей по европейским стандартам; расширение продаж самонарезающих винтов и универсальных шурупов; расширение объёма продаж специальной продукции путём сокращения сроков изготовления, постоянного накопления на складе изделий, пользующихся наибольшим спросом; участие в специальных выставках в Германии,

Российской Федерации; продвижение товара путем продаж через существующую дилерскую сеть.

Основной целью предприятия в области качества на 2010-2013 год должно являться: достижение высокого уровня качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции; удовлетворение требований потребителей в срок и с минимальными затратами; рост благосостояния всех работников; расширение рынков сбыта выпускаемой продукции; постоянное совершенствование системы менеджмента качества предприятия.

На достижение целей по совершенствованию ассортиментной политики должно быть направлено решение следующих задач.

В области достижения высокого уровня качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции:

- формирование условий, обеспечивающих постоянное повышение качества продукции и безопасность производства;
- реконструкция, модернизация и обновление парка оборудования;
- получение устойчивой прибыли, направляемой на развитие производства и решение социальных проблем коллектива;
- освоение новых сегментов рынка сбыта через маркетинговые исследования.

В области работы с потребителями: установление долгосрочных деловых и партнёрских взаимоотношений с потребителями и привлечение новых потребителей; повышение удовлетворенности потребителей; увеличение объёмов продаж.

В области работы с поставщиками: постоянное взаимодействие с поставщиками с целью обеспечения производства качественным сырьем и материалами; совершенствование системы поставок. В области работы с персоналом: обеспечение приверженности сотрудников принципам менеджмента качества; вовлечение персонала в работу по улучшению качества и культуры труда путём совершенствования системы мотивации; развитие делового сотрудничества между подразделениями; систематическое обучение и повышение квалификации кадров. В области работы по совершенствованию системы менеджмента качества предприятия: обеспечение функционирования системы качества во всех подразделениях предприятия; систематическое проведение внутренних проверок и оперативного устранения выявленных несоответствий; постоянное совершенствование системы качества в направлении обеспечения ее соответствия требованиям МС ИСО 9001.

Ежегодно разрабатывается заводская «Программа качества», в которой устанавливаются цели в области качества предприятия и подразделений, мероприятия по достижению целей, сроки выполнения и ответственные. Важнейшим условием выполнения данного плана производства продукции является наличие рабочей силы и правильное её использование.

Предприятием ведется работа по обновлению технологического процесса выпуска крепежа и обновления парка соответствующего оборудования с целью дальнейшей сертификации продукции на соответствие мировым стандартам.

После рассмотрения основных конкурентов ОАО «Речицкий метизный завод» и сравнения их выпускаемой продукции, предприятию необходимо расширять ассортимент, освоить выпуск следующих изделий: американского стандарта FF-N-105 и ASTM F1667. Для производства предложенной продукции по американскому стандарту FF-N-105 и ASTM F1667 необходимо закупить предприятию специальное оборудование, которое является более производительным и менее энергоёмким, чем имеющееся на предприятии.

Оборудование закупается следующее: станки с настраиваемыми параметрами – позволяют изготавливать гвозди различной длины и с другими различающимися свойствами. Стоимость одного станка с такими параметрами составляет 110 млн. руб.

Рассчитаем прибыль от производства 1 т гвоздей.

Цена сырья – стальной проволоки – за 1 т 10 млн. руб., оплата электричества за одну смену – 0,1 млн. руб., зарплата рабочему за смену – 0,3 млн. руб., расходы на рекламу и логистику – 0,4 млн. руб., амортизация оборудования – 0,25 млн. руб., себестоимость 1 т гвоздей данного типа 11,05 млн. руб. ( $10 + 0,1 + 0,3 + 0,4 + 0,25$ ).

Средняя рыночная оптовая стоимость за 1 т составляет порядка 15 млн. руб.

Чистая прибыль за реализацию 1 т составит 3,95 млн. руб. ( $15 - 11,05$ ).

В год можно производить до 100 т таких видов гвоздей. При этом прибыль составит 395 млн. руб. ( $100 \times 3,95$ ).

Соответственно стоимость одного оборудования окупится уже примерно через 2 месяца при заданном объеме производства 3,3 месяца ( $110 \times 12 / 395$ ).

Тогда экономический эффект за год от внедрения данного оборудования составит 285 млн. руб. ( $395 - 110$ ).

Очевидно, что во многом успех предприятия после внедрения оборудования для производства гвоздей американского стандарта FF-N-105 и и ASTM F1667 будет зависеть от налаживания сбыта готовой продукции. При умелой маркетинговой политике и при условии, что цена линии по производству гвоздей составляет около 15 млн. руб., полная окупаемость наступит примерно через 3 месяца.

Данное мероприятие позволит заводу охватить большее количество потребителей и обеспечить расширение ассортимента крепежа пользующейся спросом продукции.

**О. С. УБОЖЕНКО, Д. В. ДОРОШЕВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Д. В. Дорошев**

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Эффективность деятельности торговой организации во многом обусловлена правильным формированием состава и структуры экономического потенциала. Экономический потенциал организации характеризуется несколькими важными чертами. Во-первых, он определяется его реальными возможностями, причём не только реализованными, но и нереализованными по каким-либо причинам. Во-вторых, потенциал характеризуется объёмом ресурсов и резервов как вовлечённых, так и не вовлечённых в торговую деятельность. В-третьих, потенциал организации определяется не только возможностями и ресурсами, но и способностью менеджеров к их использованию для достижения стратегических целей организации и получению максимально возможного в данных экономических условиях дохода [1, с. 155].

Количественными параметрами экономического потенциала торговли являются:

- объём розничного и оптового товарооборота;
- наличие и размер товарных запасов;
- численность, профессионально-квалификационный состав работников;
- финансовые ресурсы, объём активов, их ликвидность;
- объём, структура основных средств, их техническое состояние и показатели воспроизводства;
- обеспеченность населения регионов торговой и складской площадями, ёмкостями хранилищ в сравнении с установленными оптимальными нормативами;
- обеспеченность торгово-технологическим оборудованием [2, с. 98].

Существуют два направления исследования экономического потенциала как объекта. С одной стороны, его рассматривают в качестве совокупности ресурсов хозяйствующего субъекта, это так называемое ресурсное направление. В этом случае оценка экономического потенциала сводится к определению стоимости доступных ресурсов

(активов). С другой стороны, это способность хозяйствующего субъекта осваивать и перерабатывать имеющиеся у него ресурсы для удовлетворения общественных потребностей – результативное направление. Последнее определяется наличием трудового, технического, организационного потенциала и непременно устойчивостью финансового положения организации [2, с. 237].

Для торговой организации важной составляющей экономического потенциала является эффективная реализация товаров. ОАОТ «Дабрабыт», как торговой организации, для успешной продажи товаров следует производить закупки товаров, пользующихся устойчивым спросом. В связи с этим, с целью изучения покупательского спроса, необходимо проводить социологические исследования и на их основе формировать план закупки. Это позволит обеспечить удовлетворение покупательского спроса и приведёт к повышению экономической эффективности организации.

Систему факторов, формирующих спрос на продукцию, можно разделить на следующие основные группы:

– экономические факторы. При установлении цен на товары работники организации должны учитывать размеры денежных доходов населения города Гомеля. В связи с тем, что жители города Гомеля в основном имеют средний уровень доходов, то организации нецелесообразно закупать товары с высоким уровнем цен.

– социальные факторы. Организации следует закупать товары для всех социальных и половозрастных групп населения, которые соответствуют направлению и отличаются качеством изготовления. Нужно учитывать, что ассортимент товаров потребления постоянно обновляется, поэтому на организации должна проводиться работа по формированию спроса путём активного включения новых товаров в ассортимент.

– природно-климатические факторы. Формирование ассортимента товаров зависит от сезонных колебаний спроса населения. В зимний период ОАОТ «Дабрабыт» следует расширить ассортимент товаров, свойственных для холодного времени, так как именно такие товары зимой пользуются наибольшим спросом у населения.

При формировании ассортимента необходимо учитывать характер предъявляемого спроса. Следует допускать взаимозаменяемость товаров различных разновидностей.

Основной работой по изучению спроса является сбор, обработка и анализ информации. Для изучения покупательского спроса существует метод наблюдения, который проводится для систематического получения сведений о том, какие группы товаров и их разновидности имеются в продаже, на какие группы товаров спрос в магазине не удовлетворяется, по каким образуются излишние товарные запасы.

Выводы о наличии товаров делаются на основе изучения ассортимента, а сведения о том, на какие товары спрос населения не удовлетворяется, и по каким образовались излишние товарные запасы, формируются на основе мнений продавцов и заведующих отделами. По результатам анализа полученных данных ОАОТ «Дабрабыт» следует производить закупки товаров. Такой подход позволит обеспечить удовлетворение покупательского спроса и приведёт к повышению экономической эффективности.

Существенным фактором формирования ассортимента является цена товара. В ОАОТ «Дабрабыт» учет товаров ведётся по двум видам цен: по закупочной и по розничной цене. При этом используется достаточно простой метод ценообразования, который заключается в начислении определенной наценки на закупочную цену товара. Величина наценки зависит от вида товара и колеблется в пределах от 20 до 50 %. Следовательно, ОАОТ «Дабрабыт» может самостоятельно формировать цены в разрешённом диапазоне и, чтобы удержать покупателей должно устанавливать цены на реализуемые товары в пределах рыночных. Закупочные цены у посредников значительно выше цен организаций-производителей товаров. Выбирая в качестве поставщиков непосредственных производителей товаров, ОАОТ «Дабрабыт» сможет значительно снизить розничную цену товара, привлекая покупателей и увеличивая объём выручки.

Перечисленные мероприятия могут способствовать более эффективному использованию экономического потенциала торговой организации.

#### Список используемой литературы

- 1 Бузукова, Е. А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы организации – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2007 – 280 с.
- 2 Бишоп, Р. С. Современные системы управления / Р. С. Бишоп. – М.: Лаб. Базовых Знаний: Юнимедстайл, 2005. – 832 с.

#### **М. А. ХАКИМОВА, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

### РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЁЖНЫХ СИСТЕМ

Платёжная система – совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающих перевод стоимости от одного субъекта экономики другому.

В широком смысле рынок электронных платёжных систем (ЭПС) включает в себя сервисы мобильных платежей, банковские немобильные сервисы (интернет-банкинг), небанковские немобильные сервисы (электронные кошельки). При этом первый сегмент охватывает мобильный банкинг, SMS-банкинг, мобильные операторские платежи, NFC-платежи. По видам оплаты онлайн-платёжные системы разделяют на: карточные платёжные системы (Visa, Master Card), операторы цифровой наличности (WebMoney, Яндекс.Деньги), платёжные шлюзы (RBK money, Robokassa, PayPal).

Оборот рынка ЭПС в России в 2013 г. по данным J'son&Partners Consulting составил 12,4 трлн., показав рост на 27 % по сравнению с 2012 г.

Под мобильными платежами понимают самые разные виды платёжных решений. В целом к мобильным платежам можно отнести электронные платежи с использованием мобильных устройств для получения и передачи информации и для совершения денежных транзакций. Другими словами, это все те способы, которые позволяют осуществлять оплату за товары и услуги и перевод денежных средств с помощью мобильных устройств. Мобильные платежи стремительно завоёвывают рынок.

BISS (Belarus Interbank Settlement System) BISS – система межбанковских расчётов, функционирующая на валовой основе, в которой в режиме реального времени осуществляются расчёты по срочным и несрочным денежным переводам, а также расчёты по результатам клиринга в смежных системах. Обязательным условием для осуществления расчётов через систему BISS является установление корреспондентских отношений с Национальным банком путем заключения договора и открытия корреспондентского счёта в Национальном банке [2].

Электронная платёжная система – система расчётов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и Интернет-пользователями при покупке / продаже товаров, а также за различные услуги через Интернет [3].

Данные платёжные системы представляют собой электронные версии традиционных платёжных систем и по схеме оплаты делятся на дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью) и кредитные (работающие с кредитными карточками).

EasyPay – первая белорусская система интернет-платежей. EasyPay – это аналог традиционных денег. EasyPay ориентирована на осуществление быстрых платежей че-

рез Интернет [4]. Чтобы стать пользователем системы необходимо зайти на официальный сайт системы в Интернете ([www.easypay.by](http://www.easypay.by)) и зарегистрироваться. Регистрация занимает 5-10 минут. Для работы с EasyPay не надо скачивать и устанавливать какое-либо программное обеспечение на Ваш компьютер. Управление электронными деньгами осуществляется на операционной странице сайта системы ([www.easypay.by](http://www.easypay.by)). Также имеется возможность управлять своим электронным кошельком через SMS-сообщения, пунктов пополнения кошелька EasyPay:

- в РКЦ Белгазпромбанка;
- в почтовых отделениях РУП Белпочта;
- в отделениях Белагропромбанка;
- посредством пластиковой карточки платежной системы MasterCard, эмитированной ОАО «Белгазпромбанк»;
- в любом банке посредством банковского перевода.

WebMoney – это российская система электронных платежей, которая при поддержке гаранта (ОАО «Технобанк»). Переводы возможны только между кошельками одного типа. Комиссия за перевод между кошельками WebMoney 0,8 %.

Обменные операции можно сделать при помощи обменного пункта внутри системы, но с большой комиссией. Проще производить обмен на сайте (тоже WebMoney) напрямую с другими участниками системы [wm.exchanger.ru/asp/wmlist.asp](http://wm.exchanger.ru/asp/wmlist.asp)

Способы пополнения кошелька WMB в системе WebMoney:

- в кассах ОАО «Технобанк» (без комиссии);
- ВМ-картой (скретч-картой);
- в почтовом отделении (комиссия 3 %).

ОКРАУ – международная электронная платёжная система, работающая по принципам P2P и B2C. Электронный кошелек ОКРАУ имеет множество удобных способов пополнения виртуального счёта, позволяет делать мгновенные переводы между счётами, а также осуществлять платежи в интернете. Неиспользованные средства могут быть сняты со счёта в любое время. Еще одно значительное преимущество ОКРАУ перед другими финансовыми структурами – выпуск собственной платёжной карты. Для жителей Беларуси и стран СНГ – это самый простой и безопасный способ вывода денег или обналаживания электронных денег.

PerfectMoney. С помощью Perfect Money (PM) можно производить все стандартные для платежных процессоров операции: ввод и вывод денег, получение и отправление платежей. Ее уникальные особенности: ежемесячное начисление 4 % годовых на остаток на счёте, субаккаунты, возможность купить золото и др. У Perfect Money довольно низкие комиссии и широкие возможности для ввода / вывода денег. Кроме того, здесь удобный интерфейс и сайт полностью доступен на русском и украинском языках.

PayPal – крупнейшая платежная система в Интернете. На данный момент PayPal работает с 203 странами и имеет более 143 млн. пользователей. Компания PayPal Inc. начала свое существование в 2000 году. Через 2 года PayPal была куплена корпорацией ebaу, с этого момента с PayPal работают практически все продавцы на ebaу.

Яндекс.Деньги. Система Яндекс Деньги поддерживается всеми крупными и средними Интернет-магазинами и прочими ресурсами, принимающими оплату, пополнять счёт на Яндекс кошелек также удобно, как и класть деньги на свой мобильный телефон.

Технология PayCash является мощным инструментом для хранения и передачи по открытым сетям критической, в первую очередь, финансовой информации. В основе технологии лежат специализированные запатентованные протоколы защиты, хранения и обмена информацией.

## Список используемой литературы

- 1 Платёжная система EasyPay [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 09.02.2015).
- 2 Платёжные системы в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.nbrb.by> (дата обращения: 16.01.2015).
- 3 Платёжная система EasyPay [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://rbcard.com> (дата обращения: 18.11.2014).
- 4 Платёжная система BISS [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.paysystem-by> (дата обращения: 16.01.2015).

**К. Г. ХАРЗИАНИ, О. Е. КОРНЕЕНКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. Е. Корнеенко**

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Кадровая политика является составной частью всей управленческой деятельности и производственной политики организации. Не секрет, что от успешной работы предприятий сегодня во многом зависит становление и развитие рыночных отношений в Республике Беларусь. В наше время выигрывает и преуспевает предприятие, чётко организованное, с грамотным преданным и дисциплинированным персоналом, умеющим быстро перестраиваться и переучиваться. Поэтому каждый руководитель любого предприятия, независимо от уровня профессиональной подготовки и знаний, ученой степени и практического опыта, должен владеть наукой управления, умением управлять своим персоналом.

В понятие кадрового потенциала включаются не только собственно кадры, но и определённый уровень совместных возможностей кадров для достижения заданных целей [1, с. 27]. Категория «кадровый потенциал» предполагает рассмотрение кадров как активных элементов организации в отличие от термина «трудовые ресурсы», приравнивающего кадры к другим видам ресурсов. Этим подчёркивается, что главное в организации – не потенциалы отдельных работников, а её единый кадровый потенциал. Как, например, главное в системе – не сами элементы, а взаимодействие между ними. Поэтому кадровый менеджмент важно рассматривать во взаимосвязи со структурой, целями, задачами данной организации [2, с. 34].

Методы управления персоналом – это способы воздействия на коллективы и отдельных работников в целях осуществления координации их деятельности в процессе функционирования организации. На сегодняшний день выработаны три группы методов управления. Административные методы базируются на власти, дисциплине и взысканиях (метод «кну́та»). Экономические методы основываются на правильном использовании экономических законов (метод «пряника»). Социально-психологические методы основаны на способах мотивации и морального воздействия на людей [3, с. 112].

От того, как организовано управление кадровым потенциалом, влияющее на успешность деятельности каждого работника, напрямую зависит эффективность деятельности предприятия. Таким образом, важнейшей задачей управления кадровым потенциалом организации становится закрепление и развитие персонала. Эта задача включает в себя:

- рациональное распределение должностных обязанностей;
- профессиональное и должностное продвижение работников с учетом результатов оценки их деятельности и индивидуальных особенностей;

- регулярное повышение квалификации специалистов;
- создание других условий, мотивирующих работников к эффективному труду;
- планирование карьеры.

Следовательно, в основе политики управления кадровым потенциалом должны лежать три фактора:

- привлечение на работу высококвалифицированных специалистов;
- создание условий, способствующих профессиональному развитию и закреплению работников на предприятии, в учреждении наиболее квалифицированных, опытных работников;
- совершенствование организации управления [4, с. 58].

Для успешного обеспечения организации специалистами и кадрами рабочих профессий, обладающими всем необходимым для выполнения стоящих задач, необходимо обеспечить высокий уровень подготовки, дальнейшее повышение образовательного уровня работников, а также сохранение и эффективное использование имеющегося кадрового потенциала.

Основной методикой оценки эффективности управления персоналом на ОАОТ «Дабрабыт» является процесс аттестации, которая проходит в форме собеседования по ряду вопросов, касающихся деятельности аттестуемого. Однако по результатам проведённой в 2013 году аттестации были выявлены методологические недостатки данного процесса, имели место факты формального подхода к данному процессу. Причины несоответствия современным требованиям заключаются в недостаточных теоретико-методологических, организационных и социально-психологических знаниях, которые должны быть положены в основу оценки кадров.

В данной ситуации предлагается внедрить и использовать системный подход зарубежных компаний Extended DISC для оценки кадрового потенциала организации. Инструменты, разработанные на основе модели DISC, позволяют оценить особенности естественного (врожденного) и адаптированного поведения человека (т.е. то, как он изменяет свое поведение под воздействием внешних обстоятельств). Использование системного метода позволяет принять решение о соответствии работника занимаемой должности не только на основе субъективного мнения специалистов, но и с помощью объективной, основанной на статистических данных, информации.

В результате сравнения двух методик оценки специалистов ОАОТ «Дабрабыт» (классической аттестации с новым системным подходом) было определено, что использование системного подхода сокращает время специалистов на принятие решения относительно того или иного оцениваемого кандидата, на порядок снижает затраты организации на проведение оценки специалистов. Так, по методу аттестации затраты составляют 52,7 млн. руб., а по новой методике затраты сократятся на 10,7 млн р. (21 %) и составят 42 млн руб.

Причиной повышения или снижения мотивации работников в коллективной деятельности является реакция человека на оценку его личности и деятельности со стороны других людей. Когда увеличивается боязнь оценки, результатом будет социальная фасилитация – усиление мотивации к деятельности, что, кроме указанного ранее экономического, является социальным эффектом от предложенного выше мероприятия.

Таким образом, использование данного метода позволит кадровой службе эффективно организовать работу по обеспечению отбора, ротации, расстановки, изучения и использования рабочих кадров и специалистов, участие в формировании стабильного коллектива, создание кадрового резерва и работу с ним.

#### Список используемой литературы

1 Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 217 с.

- 2 Магура, М. И. Оценка работы персонала. Практическое пособие для руководителей разного уровня и специалистов кадровых служб / М. И. Магура. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», 2008. – 144 с.
- 3 Беляцкий, Н. П. Управление персоналом: учеб. пособие / Н. П. Беляцкий, С. Е. Велеско, П. Ройш. – Мн.: Интерпрессервис, Экоперспектива, 2002. – 352 с.
- 4 Климович, Л. К. Методы оценки персонала / Л. К. Климович, Е. В. Ермольчик // Вестник ГГТУ им. П.О. Сухого, 2003. – № 2. – С. 51-60

**С. А. ХВАСЬКО**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. В. Карпей,**

канд. техн. наук, доц.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ПРОГНОЗИРОВАНИИ ЗАВИСИМОСТИ ЭКСПОРТА ОТ ВЫПУСКА И ОТГРУЗКИ ПРОДУКЦИИ**

Постоянно усложняющиеся экономические процессы потребовали создания и совершенствования особых методов их изучения и анализа. Широкое распространение получило использование моделирования и количественного анализа, таких, как экономико-математические методы и эконометрика [1].

Эконометрика оценивает количественные взаимосвязи изучаемых факторов и использует эти оценки для прогнозирования экономических процессов [2].

Одной из основных задач эконометрики является построение и анализ эконометрических моделей. При этом под эконометрической моделью понимается такая форма представления исследуемой экономической задачи с помощью математических терминов и соотношений на основе статистических данных, которая удобна для проведения количественного анализа.

В зависимости от формы математического представления эконометрические модели подразделяют на модели с одним уравнением и модели системы одновременных уравнений [3].

В основе большинства используемых методов прогнозирования лежит анализ временных рядов. Примером временного ряда являются данные об объемах выпуска продукции поквартально за длительный период по годам. На основе этих данных прогнозируется объем выпуска продукции отчетного года [1].

Модели системы эконометрических уравнений используются при изучении достаточно сложных экономических явлений взаимосвязи между исследуемыми показателями, которые описываются не одним, а несколькими уравнениями (например, модель равновесия спроса и предложения в рыночной экономике).

Проведем эконометрическое моделирование на примере СОАО «Гомелькабель».

Для построения модели парной регрессии предлагается исследовать зависимость объема экспорта (у) от объема выпуска продукции (х), используя данные 20 наблюдений (квартальные значения показателей за 2009-2013гг.), представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для построения модели, млн. руб.

Выпуск	11 353	16 636	29 630	27 514	34 746	45 788	50 121	50 288	52 364	69 658
Отгрузка	11 452	17 624	26 565	31 858	44 099	51 735	58 984	57 802	56 403	75 066
Экспорт	1 120	2 020	4 294	2 649	6 603	7 617	11 706	9 553	11 006	19 924
Выпуск	94 503	120 442	126 345	115 809	120 141	98 297	99 435	101 999	90 387	77 511
Отгрузка	97 602	127 999	132 905	126 391	128 998	119 349	99 543	113 427	99 132	88 140
Экспорт	27 269	30 101	32 490	36 026	30 124	26 463	31 462	36 110	23 803	20 554

Была построена регрессионная модель  $y = f(x) + \varepsilon$  и спрогнозирован объём экспорта при выпуске, равном 80 000 млн. руб.

Уравнение парной регрессии имеет вид (формула 1):

$$y = - 4378,192 + 0,319936x. \quad (1)$$

При заданном значении выпуска, равного 80 000, точечный прогноз экспорта равен 21 216,688 млн. руб., интервальный прогноз равен 14735,36 млн. руб., 27698,02 млн. руб.). Где центр интервала равен точечному прогнозу, концы интервалов получены прибавлением и вычитанием произведения стандартной ошибки регрессии на критическое значение t-статистики. Прогноз является качественным: несмещённым, состоятельным и эффективным. Доверительный интервал значений экспорта содержит с вероятностью 0,95 истинное значение экспорта при заданном значении выпуска.

Для построения модели множественной регрессии исследована зависимость объёма экспорта от создающих его факторов производства: выпуска продукции и её отгрузки. Использовались данные 20 наблюдений (квартальные значения показателей за период 2009-2013гг., табл. 1). Два фактора – выпуск и отгрузка – являются объясняющими факторами для резульативного (объясняемого) фактора – объём экспорта. Была построена регрессионная модель  $y = f(x_1, x_2) + \varepsilon$  и рассчитано значение экспорта при выпуске, равном 80 000 млн. руб. и отгрузке – 90 000 млн. руб..

Таким образом, уравнение регрессии имеет вид (формула 2).

$$y = - 4341,612 + 0,341x_1 - 0,0197x_2. \quad (2)$$

Рассчитанное значение экспорта при заданных параметрах выпуска и отгрузки равно 21165,388.

Наибольшее влияние на экспорт оказывает выпуск продукции.

Динамика выпуска продукции СОАО «Гомелькабель» характеризуется данными, представленными в таблице 2.

Таблица 2 – Исходные данные для построения модели

Годы	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Выпуск продукции за год, млрд. руб.	57	58	60	66	76	82	93	99	113	111	116	125	137	152	159	181	337	451	369
Среднеквартальный выпуск продукции, млрд. руб.	14	15	15	17	19	21	23	25	28	27	29	31	24	38	40	45	84	115	92

Для построения временного ряда использовались 19 наблюдений. Уровни временного ряда – это значения  $y_1(t = 1, 2, \dots, n)$  наблюдаемого показателя в каждом из  $n$  временных периодов (лет). Построены корреляционное поле временного ряда, содержащего убывающую тенденцию, и экспоненциальная линия тренда с максимальным коэффициентом детерминации  $R^2 = 0,9025$ . Соответствующее ей уравнение является наилучшей формой тренда (формула 3):

$$y = 10818e^{0,104x}. \quad (3)$$

По формуле линии тренда было найдено прогнозное значение выпуска в 2014г. –

86 592,3 млн. руб. в среднем за квартал.

Таким образом, прогнозируется снижение объёма выпуска продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом.

За 2011-2013 гг. показатели внешнеэкономической деятельности характеризуются следующим образом: объём экспорта за 2012 год по сравнению с 2011г. увеличился на 41,7 %, за 2013 год – снизился на 10,5 % к уровню 2012 года.

Построенные регрессионные модели свидетельствуют о сохранении тенденции снижения объёма экспорта и выпуска продукции СОАО «Гомелькабель».

#### Список используемой литературы

1 Эконометрика и экономико-математические методы и модели: пособие для студентов заочной формы получения высшего образования экономических специальностей / авт.-сост.: О. И. Еськова, В. В. Бондарева, Т. А. Заяц, – Гомель: БТЭУ ПК, 2011. – 64 с.

2 Герасимов, А. Н. Эконометрика: теория и практика: электрон. учеб. курс / А. Н. Герасимов, А. В. Гладилин, Е. И. Громов. – М.: КноРус, 2011. – 207 с.

3 Эконометрика и экономико-математические методы и модели: пособ. для студ. экон. спец-й / авт.-сост.: Л. П. Авдашкова [и др.]. – Гомель: БТЭУПК, 2012. – 116 с.

#### **Я. С. ХОРОНЕКО, С. В. КАРПЕНКО**

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации)

Науч. рук. **С. В. Карпенко,**

канд. экон. наук, доц.

#### **ВНЕДРЕНИЕ RFID-ТЕХНОЛОГИЙ В БЕЛАРУСИ**

RFID-технологии - одни из самых востребованных средств автоматической идентификации. С начала 2000-х годов в мировом сообществе, прежде всего, в развитых странах начат масштабный переход на RFID-технологии как альтернативу привычной автоматической идентификации на основе штрихового кодирования. Области применения самые различные: технологии используются для прослеживания движения грузов, идентификации товаров, мониторинга складских запасов и товарных рынков.

Мировой рынок систем радиочастотной идентификации по оценкам международных аналитических компаний является одним из наиболее динамично развивающихся направлений в сфере информационно-коммуникационных технологий. Развитию RFID-технологий уделяется значительное внимание в США, ЕС и Китае, Японии. Большое внимание развитию RFID-систем начала уделять Россия. Для специальных применений создаются собственные решения, а для массовых применений реализуются кооперационные подходы с участием бизнес-структур и зарубежных фирм.

Основные преимущества технологии радиочастотной идентификации:

- высокая физическая надежность средств идентификации;
- возможность скрытого размещения неизвлекаемого идентификатора, в том числе его встраивания в объект;
- высокая неустойчивость от условий эксплуатации (температура, газы, пыль, грязь, смазка, краска, дым, вибрации, вода, свет, механические вибрации, электрические шумы и т.п.);
- высокая скорость и надежность считывания записи, фактически неограниченный срок эксплуатации;
- возможность обработки всех RFID-меток, одновременно находящихся в зоне действия считывателя;

- для RFID-систем не нужен контакт или прямая видимость; RFID-метки читаются быстро и точно;
- RFID-метки могут обеспечить не только чтение, но и запись информации.

Внедрение в Беларуси технологий радиочастотной идентификации (RFID-технологии) поможет предотвратить обращение на рынке некачественной и контрафактной продукции. Данная технология используется для того, чтобы сделать «видимым» передвижение товаров на трансграничном уровне посредством Интернет.

Примеры реализации проектов, подобных белорусскому, есть в ряде стран мира, а также в отдельных транснациональных компаниях. Например, есть примеры реализации дорогостоящих алкогольных напитков с помощью RFID-технологий, что также позволяет использовать их для управления логистическими потоками, ускорения поставок товаров. В Китае принята концепция по созданию в стране новой отрасли – RFID-индустрии. В ее реализацию включены мировые лидеры в этой области, в частности корпорация ZTE, а также ведущие компании ИКТ-сектора Беларуси.

В Беларуси, начиная с 2005 года, реализован ряд пилотных проектов по созданию на базе RFID-технологий автоматизированных систем для различных сфер. Наиболее значимыми являются проекты по внедрению RFID-технологий для учета бланков документов строгой отчетности в системе Гознака, перевод на учет библиотечных фондов, а также перевод системы высшего образования на единый интеллектуальный студенческий билет. Предлагаемые подходы основаны на международных стандартах, обеспечивают преемственность использования действующих технологий штрихового кодирования и соответствуют лучшим мировым практикам. Их воплощение в жизнь позволит, помимо прибавки в виде дополнительных бюджетных поступлений, выйти на новое качество предоставления информации о товарах гражданам, задействовать инновационные возможности мобильных интернет-технологий.

Главными целями принятой Правительством Республики Беларусь Национальной программы ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 гг. являются создание электронного правительства, повышение качества и эффективности информационных отношений населения, бизнеса и государства, формирование государственной системы оказания услуг в электронной форме и роста их экспорта.

Приоритетным направлением является создание условий для ускоренного развития услуг в области информационных технологий в Республике Беларусь, привлечения заказов по разработке ИТ-продукции, содействия росту валютных поступлений страну. Соответственно научно-технические мероприятия по реализации Программы направлены на создание и развитие базовых компонентов инфраструктуры электронного правительства, информационно-аналитических и информационных систем, ориентированных на формирование государственных информационных ресурсов и оказание электронных услуг. По сути речь идёт об ускоренном развитии в Беларуси, как в других современных государствах, нового технологического информационного уклада, создающего основу для дальнейшего роста экономики, привлечения инвестиций и инновационного развития и, в конечном итоге, повышения качества жизни населения.

Техническую реализацию проекта по внедрению механизма маркировки товаров с RFID-метками осуществляют ГП «Центр систем идентификации» (в части разработки информационного обеспечения) и Департамент государственных знаков Министерства финансов Республики Беларусь (в части разработки и производства контрольных (идентификационных) знаков с RFID-метками).

Система маркировки отдельных видов товаров с применением системы интеллектуального мониторинга логистических потоков (RFID-технологий) будет внедрена в Беларуси в апреле. Беларусь имеет достаточно большой опыт по маркировке

продукции, внедряется новая система маркировки товаров с применением RFID-технологий. Планируется, что введена она будет с 1 апреля 2015 года.

Система маркировки отдельных видов товаров с применением системы интеллектуального мониторинга логистических потоков (RFID-технологий) впервые будет внедрена в фирменном магазине «Королевство меха» торгового унитарного предприятия «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза». Как показывает мировой опыт, целесообразно отрабатывать эту технологию на высокоценовой группе товаров, потому что стоимость метки (примерно 1 долл. США) не значительно повлияет на стоимость самого товара.

Данная система разработана специалистами Государственного комитета по науке и технологиям и Центра систем идентификации НАН Беларуси.

**А. С. ЧИЧИНА**

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия)

Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

## **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК СФЕРА ЭКОНОМИКИ**

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства. Целесообразность выбора способа и варианта технико-технологического обновления зависит от конкретной ситуации, характера нововведения, его соответствия профилю, ресурсному и научно-техническому потенциалу предприятия, требованиям рынка, стадиям жизненного цикла техники и технологии, особенностям отраслевой принадлежности.

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать всё то, что износилось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчёты.

Инновационные технологии нужны лишь тогда, когда они ясно обещают финансовый прорыв компании и будут являться точкой роста бизнеса. Инновационная деятельность должна играть решающую роль в максимизации прибыли предприятия. Хаотичная и избыточная инновационная деятельность может стать убыточной и разрушительной силой для состоявшегося бизнеса или, как ни парадоксально, будет тормозить его развитие.

Среди инноваций наибольшей популярностью пользуется внедрение компьютерных информационных технологий. Среди передовых отечественных предприятий, осваивающих компьютерные информационные технологии, есть и торговые. Для них главной задачей является повышение эффективности управления, представляющего собой один из основных ресурсов наряду с финансовыми, материальными, технологическими и человеческими. Для увеличения эффективности этих предприятий создаются системы торговых сетей, управление которыми осуществляется с помощью самых современных информационных технологий. При этом происходит обмен данными как внутри самих сетей (в том числе складов, торговых точек, филиалов), так и с внешними контрагентами. Сфера применения информационных технологий постепенно расширяется от автоматизации отдельных бизнес-процессов предприятия, таких, например, как автоматизация расчётно-кассового узла, бухгалтерии, логистических операций, управления товарными запасами, управление персоналом, до комплексной автоматизации основных или даже всех бизнес-процессов. В результате внедрения новых решений в управление улучшаются его качество и оперативность.

Наибольшую восприимчивость к новым технологиям имеют небольшие узкоспециализированные организации. Они специализированы на удовлетворении конкретных запросов потребителей и обладают способностью гибко перестраиваться в зависимости от характера и темпов развития промышленного производства. Их организационные структуры менеджмента оказываются наиболее мобильными и чувствительными к современным научно-техническим тенденциям и новшествам.

Бурное развитие компьютерной техники и информационных технологий, а также современные достижения в области теории решения изобретательских задач, позволяют разрабатывать новые интеллектуальные технологии создания программ, облегчающих работу на предприятиях различных видов, и разрабатывают концепцию электронного ведения бизнеса. В данном случае актуальным является понятие Электронная коммерция (e-commerce).

Электронная коммерция или электронный бизнес – это ускорение большинства бизнес-процессов за счёт их проведения электронным образом. В этом случае информация передается напрямую к получателю, минуя стадию создания бумажной копии на каждом этапе. Применение современных информационных технологий в коммерческой деятельности не ограничивается созданием Web-сайта или электронного каталога с возможностью заказа, а подразумевает использование технологии и накопленного опыта для глубинной перестройки способов ведения деловых операций при помощи Интернет и сопутствующих сетевых компьютерных технологий. Электронная коммерция – это процесс зарабатывания денег с использованием Интернет-технологий. С переходом к новому этапу развития электронного бизнеса коммерческие организации начинают добиваться не только улучшения качества и снижения цены продуктов и услуг, но и повышения эффективности своих каналов электронного бизнеса. Организации, использующие системы электронного бизнеса, способны предоставить своим клиентам необходимую информацию везде, всегда и в любой форме.

Работникам коммерческих организаций остаётся выполнять лишь те задачи, которые они решают лучше всего: анализ, использование опыта, оптимизация процедур, нахождение выхода из сложных ситуаций. Управление знаниями становится персонализированным и непосредственным, так как необходимая информация из самых разнообразных источников поставляется в нужное время именно тому сотруднику, который должен принять решение, независимо от его местонахождения. Обработка информации происходит быстрее и эффективнее, поскольку данные собираются и анализируются там, где принимается решение.

Несмотря на мнение, что в сети Интернет все решает низкая цена, большинство экспертов сходятся в том, что в будущем все более важную роль в привлечении клиентов через Интернет будет играть качество обслуживания. Обеспечат свою эффективную деятельность те организации, которые приложат усилия к тому, чтобы организовать свою работу в соответствии с пожеланиями клиентов.

В современной организации систем электронного документооборота обязательным элементом становятся информационные технологии. Объём технической работы с документами зачастую настолько велик, что заслоняет, а иногда и замещает основное содержание деятельности. Поэтому автоматизация работы с документами, имеет важнейшее значение для повышения эффективности деятельности коммерческих организаций. Управленческая деятельность в любой организации основана на переработке информации и производстве новой информации, что позволяет говорить о наличии технологии преобразования исходных данных в результативную информацию. Оснащение компьютерами отдельных рабочих мест ускорило процессы создания и правки документов, уменьшило количество ошибок и улучшило общий внешний вид компьютерной распечатки.

Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий. При проектировании, разработке и внедрении инноваций следует определить необходимые затраты для их реализации, возможные источники финансирования, оценить экономическую эффективность от внедрения инноваций, сравнить эффективность различных инноваций путем сравнения доходов и затрат.

**М. М. ШАЛОБАСОВА, И. А. ШНЫП**

(г. Гомель, Республика Беларусь, ГГУ имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. А. Шнып**

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУП «ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «БЕЛОРУСНЕФТЬ»**

Рекламная деятельность даёт возможность рекламодателю сформировать конкурентные преимущества высокого порядка, что позволяет отнести рекламный рынок к стратегически важным для экономики сферам, подобным сфере высоких технологий [1, с. 22]. Рекламная деятельность должна, учитывая возможности предприятия и особенности сферы его деятельности, поддерживать и стимулировать продажи и формировать положительный имидж предприятия в глазах общества. Достижение поставленных целей требует формирования эффективной структуры управления маркетингом и рекламной деятельностью, в частности.

Для систематизации проводимых мероприятий коммуникационного характера и его торговых посредников предлагается единый алгоритм разработки и проведения рекламной политики, основанный на модели иерархии эффектов. Широкое применение аналогичного подхода многими западными компаниями говорит о возможности использования этого алгоритма в практике РУП «ПО «Белоруснефть». Такой алгоритм позволит вести взаимосвязанную цепочку маркетинговых коммуникаций, направленных на достижение поставленных целей маркетинга.

В соответствии с этим алгоритмом любая программа должна состоять из трёх этапов. Главным критерием деления программы на этапы должны быть цели рекламной политики на различных стадиях программы: информирование покупателя о выходе товара на рынок; закрепление в сознании покупателя преимущества продукта; убеждение покупателя к принятию решения о покупке.

В практике зарубежных фирм выполнение этих целей, т.е. достижение информационного результата, и служит критерием эффективности применяемых элементов рекламной политики на различных стадиях. На РУП «ПО «Белоруснефть» результативность любой маркетинговой деятельности принято измерять посредством определения экономической эффективности, так как, во-первых, информированность потребителей не является безусловным фактором осуществления покупки и, во-вторых, может пройти значительное время до того момента, когда покупатель решит приобрести такую сравнительно дорогостоящую продукцию.

Поэтому целесообразно совместить подход зарубежных компаний к осуществлению рекламной политики и традиционные, для отечественной практики, методы расчёта таких экономических показателей, как дополнительный товарооборот, экономический эффект и рентабельность. Такой подход позволит наиболее точно определить результативность проведения маркетинговых коммуникаций РУП «ПО «Белоруснефть» на зарубежном и отечественном рынке на каждом этапе программы. Возможности расчёта, анализа и сопоставления экономических показателей эффективности на каждом

целевом этапе – это самое важное преимущество предлагаемого алгоритма осуществления программы маркетинговых коммуникаций на внешнем и внутреннем рынке.

Этот аспект, в свою очередь, позволит решить основной недостаток рекламной деятельности РУП «Производственное объединение «Белоруснефть» – отсутствие единой системы расчёта, систематизации и анализа показателей экономической эффективности проводимых маркетинговых коммуникаций и рекламных мероприятий.

На основе анализа рекламной деятельности компании РУП «ПО «Белоруснефть» можно предложить рекомендации по планированию рекламной деятельности.

В развитых странах обычно используется следующий порядок – разработка годового бюджета фирмы, а затем планирование рекламной кампании. Широкий спектр рекламных услуг различных агентств и фирм, позволяет осуществлять практически любые намерения в этой области. К сожалению, такая форма не всегда приемлема для белорусских предприятий, так как планирование годового бюджета не всегда возможно из-за нестабильности экономической ситуации и постоянной смены законов и налогов.

1 этап. Продукция. Формирование проекта плана рекламных мероприятий. Вначале необходимо рассмотреть перечень услуг, по которым необходима реклама. Для компании РУП «Производственное объединение «Белоруснефть» это сопутствующие товары на АЗС.

2 этап. Продукция = виды рекламы. На этом этапе на материале, подготовленном на первом этапе, отмечаются виды рекламы, наиболее подходящие для каждого продукта (услуги).

3 этап. Реклама = деньги. Далее необходимо рассмотреть реальные возможности предприятия, т.е. определить ту сумму, которую РУП «Белоруснефть» может выделить на рекламную кампанию. И исходя из выделенной суммы, необходимо произвести корректировку проекта плана. Так как обычно на рекламу выделяется меньше, чем намечалось ранее, то проще всего скорректировать план следующим образом: изменить периодичность размещения рекламы, уменьшить площадь публикации или время трансляции рекламного объявления. Или, например, вместо рекламы в самой известной и дорогой газете города дать несколько объявлений в других изданиях, где размещение рекламы стоит дешевле. Причём, необходимо помнить, что самая престижная газета – это ещё не залог успеха рекламной кампании, выбор издания очень тесно связан с функциями, особенностями товара или услуги.

4 этап. План. Согласовав потребности в рекламе с реальными возможностями, предприятие получает план рекламной кампании на определенный период. Метод разработки проекта плана на год хорош тем, что, проработав один раз план рекламной кампании, руководитель предприятия и сотрудники начнут более чётко представлять потребности фирмы в рекламе. При этом, финансируя рекламу на один квартал, всегда под рукой имеется проект плана на следующий период. К сожалению, к белорусским особенностям можно отнести размещение рекламы без планирования, а по предложениям представителей рекламных агентств и средств массовой информации. Случайный выбор и случайное размещение рекламы ведут к ее низкой эффективности и, в конечном счете, к повышенным расходам на рекламу. Планирование – это процесс, который позволяет осознанно размещать рекламу, координируя ее с товаром и финансовыми возможностями [2, с. 78].

Для поднятия имиджа предприятия и развития рекламной деятельности за рубежом целесообразно организовывать международные отраслевые конференции по нефти, нефтепродуктов и продуктам газопереработки. Проведение таких мероприятий, как организация и проведение международных отраслевых конференций не может напрямую увеличить известность компании не только на территории Республики Беларусь, но и за рубежом. Здесь наблюдается косвенное воздействие. В процессе проведения конферен-

ции устанавливаются новые хозяйственные связи, повышается имидж организации и, как следствие, заключение новых договоров.

#### Список используемой литературы

1 Антонов, Л. В. Экономические отношения российского рынка рекламы: условия развития / Л. В. Антонов // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 5-6. – С. 22-25.

2 Рогожкин, М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности: учеб. пособие / М. Ю. Рогожкин. – М.: Альфа-Пресс, 2010. – 208 с.

#### **Н. С. ШАПОВАЛОВ**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **М. И. Богданов,**

канд. экон. наук, доц.

### **Е-МАРКЕТИНГ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕШЕНИЙ IBM**

Для реализации программ по продвижению белорусских молочных продуктов на зарубежные рынки можно использовать модель SCOR, разработанную организацией Supply-Chain Council (SCC), принятую в качестве межотраслевого стандарта управления цепочками поставок. SCOR – это референтная модель, которая задает язык для описания взаимоотношений между участниками цепи поставок, содержит библиотеку типовых бизнес-функций и бизнес-процессов по управлению цепями поставок. Эта модель помогает не только оценить текущую деятельность, но и оценить эффективность реинжиниринга бизнес-процессов компании. SCOR основана на стандартном описании процессов управления цепями поставок, стандартизации взаимоотношений между бизнес-процессами, стандартных метриках, позволяющие измерить и сравнить показатели эффективности (производительности) процессов, практики управления цепями поставок, которые помогают достичь «best-in-class» результатов. Представленная модель определяет цепочку поставок как интегрированные процессы Plan (планирование), Source (снабжение), Make (производство), Delivery (поставка) и Return (возврат) в диапазоне от поставщика вашего поставщика до клиента вашего клиента, настроенные в соответствии с оперативной стратегией, материальными потоками, потоками работ и информационными потоками. SCOR предоставляет: стандартные описания отдельных элементов, из которых состоят процессы цепочек поставок; стандартные описания ключевых показателей эффективности; описания передового опыта, связанного с каждым элементом процесса; определение функциональности программного обеспечения, которая обеспечивает применение передового опыта. Так же можно использовать предварительно разработанную модель SCOR / APQC PCF в преобразовании цепочек поставок молочных продуктов в сетевые магазины, находящиеся на территории республики, так и за рубежом.

SCOR методика включает пять фаз этапа поставки, для клиентских и внутренних проектов этапу доставки предшествует этап реализации.

Фаза 0. Создание организационной поддержки. Главная цель этой фазы – найти в компании сторонника, который поверит в проект и сможет возглавить его. Для успеха проекта также необходимы привлечение на свою сторону и поддержка руководящих лиц компании. Имея лидера и спонсора, можно приступить к созданию основной бизнес-группы из лиц, готовых участвовать в проекте и согласных с подходом.

Фаза I. Поиск возможности. В фазе I создается бизнес-сценарий для обоснования участия. В этой фазе бизнес-группа определяет возможности выполнения. Исследова-

ние цепочки поставок можно изобразить в виде трехмерной матрицы вопросов. Первое её измерение – это вопросы об уровне эффективности функционирования цепочки поставок. Второе измерение – это вопросы о наличии соответствующих стратегий, информационных и материальных потоков для обеспечения требуемого уровня эффективности. Третье измерение – это вопросы о других факторах эффективности (таких как организационные, технологические и технические проблемы, которые могут повлиять на цепочки поставок), а также о факторах, связанных с людьми (таких как квалификация, знания и возможности), которые будут иметь решающее значение для успеха проекта.

Главным результатом фазы I является устав проекта, который оформляет возможность в подход, бюджет, организацию, мероприятия для достижения успеха и план коммуникаций.

Фаза II. Анализ основы для конкуренции. На этапе анализа бизнес-цели сравниваются с существующими возможностями и эксплуатационными характеристиками. В зависимости от типа проекта для анализа корневой причины можно применить один или несколько проверенных методов: имитация процесса – проверка влияния ключевых факторов производительности на модели процесса. Этот подход также можно использовать на этапе проектирования для проверки допущений проекта и гипотетических ситуаций; бенчмаркинг (определение базового уровня) – сравнение качественных или количественных оценок текущего состояния с эффективностью аналогичных систем; зрелость процесса – качественный анализ процессов в сравнении с моделью СММІ; шесть сигм / бережливое производство – временные карты, анализ потерь, диаграммы Парето и т.д.; тестирование проблем – проверка проблем начального этапа проекта с учётом вновь приобретенных знаний о процессе

После анализа на основании корневых причин определяются возможности. К числу возможностей относятся прерывание / настройки процессов, автоматически повторяющиеся транзакции, централизация информации, аутсорсинг, консолидация процессов и т.д.

Фаза III. Проектирование материального потока. Фаза проектирования делится на проектирование материального потока (фаза III) и проектирование потока работ и информационного потока (фаза IV). На фазе проектирования возможности преобразуются в процесс планируемого (будущего) состояния. Материальный поток и поток работ / информационный поток – это два ключевых компонента для определения имеющихся потоков, для выявления разрывов в процессах и создания карт планируемых потоков, заполняющих эти пробелы. Здесь возникает два основных вопроса. Какие существуют проблемы с материальным потоком и какова цена их решения? Насколько эффективны поток работ и информационный поток и какова цена их изменения?

Фаза проектирования состоит из двух шагов: as-is (как есть) и to-be (как будет).

Фаза IV. Проектирование потока работ и информационного потока. Фаза III фокусируется на проектировании высокоуровневых моделей процессов цепочек поставок, т.е. на логистической сети. В свою очередь, в фазе IV поток работ и информационный поток проектируются как процессы на уровне транзакций.

Как и при проектировании материального потока, в фазе IV также необходимы модели as-is и to-be.

Фаза V. Реализация изменений цепочки поставок. В фазе реализации состояние to-be представляется в соответствующих форматах. Виды изменений определяют формат выходной информации; это могут быть планы проектов (бизнес или ИТ), документы бизнес-требований, последовательность операций (уровень заданий), обучающие материалы и т.д.

Фаза реализации интегрирована с подготовительной фазой изменения бизнес- или ИТ-проектов.

Ознакомившись с методикой преобразования цепочки поставок, существует большое число технологий и инструментов, которые нужно использовать на разных этапах проекта. Проекты могут быть внедрены в практику при реализации молочной продукции в сетевых магазинах. SCPM предоставляет функции поддержки каждого из основных этапов преобразования цепочки поставок. Представленные SCPM-функции и методика делают SCPM полезным решением для проектов преобразования цепочек поставок.

### **О. С. ШПОРКО**

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)  
Науч. рук. **А. В. Семенчук**

## **РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ**

Торговля как отрасль народного хозяйства имеет чрезвычайно важное значение для каждого общества. В ней сосредоточены экономические, социальные и политические задачи предприятий, организаций, населения и государства. От развития торговой отрасли зависит эффективность функционирования хозяйственного механизма страны, его отдельных отраслей и удовлетворение потребностей всех слоев населения.

В настоящее время торговля является одним из привлекательных видов деятельности, которая заключается в быстром обороте денежных средств и получении прибыли. Кроме этого торговля обеспечивает рабочими местами значительную часть трудоспособного населения [1, с. 51].

Из Закона «О государственном регулировании торговли и общественного питания» можно выделить понятие «торговой сети». Торговая сеть – два и более стационарных торговых объекта, которые принадлежат на законном основании одному субъекту торговли либо группе лиц или в которых осуществляется деятельность несколькими субъектами торговли с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) [2].

В последнее время во всех регионах Беларуси открываются большие торговые комплексы. Это событие ознаменовало не только начало быстрого перехода розничной торговли к современному мировому формату, но и, что более важно, стало отправной точкой для многих частных торговых организаций в переосмыслении их рыночной стратегии. Все сегодняшние лидеры рынка сделали ставку, во-первых, на максимально быстрое расширение торговой сети с постепенным проникновением в регионы, во-вторых, на создание современной закупочной логистики как ключевого фактора роста и снижения закупочных цен, в-третьих, на создание единых стандартов сервиса и мерчендайзинга во всей сети. Следствием стал быстрый рост и концентрация товарооборота у нескольких лидеров и отставание середнячков и государственной торговли, потеря ими доли рынка, что может привести к монополизации рынка.

Организация розничной торговли по принципу торговой сети имеет ряд преимуществ, среди которых:

- с учётом территориальных сегментов целевого рынка возможно размещение товара с изменением пространства;
- в соответствии с потребительскими предпочтениями возможно изменение ассортимента товаров и формирование привлекательного ассортимента по конкурентоспособным ценам;
- размеры сетей позволяют им закупать большие партии товаров, получая при этом максимальные скидки и экономя на транспортных расходах;

- централизация и высокий уровень управления всей коммерческой деятельностью за счет привлечения квалифицированных специалистов позволяют избежать многих недостатков, характерных для отдельного магазина;
- возможна диверсификация видов деятельности с учётом повышения эффективности;
- снижение затрат на единицу товара за счёт экономии на издержках по стимулированию сбыта, закупаая рекламу, выгодную для своих магазинов, и относя расходы на большое количество товара;
- способность объединить функции оптовой и розничной торговли;
- сети дают своим магазинам определенную свободу, чтобы те могли с учётом местных потребительских предпочтений успешно вести конкурентную борьбу.

Перед розничными компаниями, которые планируют выходить на обширный сетевой уровень, встают вопросы стратегического характера, а именно: следует ли выходить на региональный уровень или работать только в крупных городах? Отсюда вытекают проблемы следующего характера: предлагаемый ассортимент, поиск недвижимости для открытия торгового объекта, подготовка персонала, наличие распределительных центров как основы логистической цепи. Таким образом, можно выделить ряд недостатков, которые могут встречаться в торговых сетях:

- «эра гипермаркетов» негативно сказалось на традиционных формах торговли - значительно сократились и объемы продаж на рынках;
- при отсутствии должного контроля в магазине работники иногда приспосабливаются к махинациям, которые приносят компании большие убытки;
- нехватка торгового персонала [3].

В разрезе современных форматов торговли в Беларуси наиболее активное развитие получили такие торговые сети как дискаунтеры и гипермаркеты. Количество дискаунтеров за последние четыре года выросло более чем в 10 раз. Лидерами в Беларуси по показателю розничного товарооборота стали «Евроопт», «Корона», «Родная сторона», «Гиппо» и «Рублевский». Для торговой сети очень важны цена, и репутация, также крайне важна стабильность, и в первую очередь – стабильность в ценах. По данным ценового мониторинга самые низкие цены предлагают торговая сеть «Евроопт», среднее превышение цен в конкурирующих сетях относительно цен сети «Евроопт» составило 18 % в гипермаркетах и 21,8 % в магазинах «у дома». В частности, в гипермаркетах сети «Гиппо» среднее превышение стоимости товаров составило 18,8 %, сети «Корона» – 18,5 %, сети «Алми» – 17,2 %. Однако ценовая разница между магазинами сети «Евроопт» и магазинами других сетей уменьшилась по сравнению с результатами мониторингов прошлых лет. Это результат конкурентной борьбы между торговыми сетями, от которой выигрывают, прежде всего, белорусские покупатели.

#### **Список используемой литературы**

- 1 Колтович, С. Методика управления стратегией роста в розничных торговых сетях / С. Колтович // Гермес. – 2008 г. – №11. – С. 51-56.
- 2 Эталонный банк данных правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2006. – URL: <http://www.etalonline.by> (дата обращения: 26.01.2015).
- 3 Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс]. – 2014. – URL: <http://www.grandars.ru> (дата обращения: 27.01.2015).

*Научное издание*

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ  
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*Материалы*

*III международной научно-практической конференции  
студентов и магистрантов*

(Гомель, 18 марта 2015 года)

В двух частях

Часть 1

Подписано в печать 03.03.2015. Формат 60×84 1/8. Бумага офсетная. Ризография.  
Усл. печ. л. 22,6. Уч.-изд. л. 19,6. Тираж 85 экз. Заказ 128.

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования  
«Гомельский государственный университет  
имени Франциска Скорины».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/87 от 18.11.2013.

Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.  
Ул. Советская, 104, 246019, Гомель.