

режим - сформировать благоприятный инвестиционный климат, создавать адекватные условия для ведения бизнеса; 2) инновации – создавать малые инновационные предприятия, улучшать инфраструктуру поддержки инновационной деятельности, осуществлять «инновации без научных исследований»; 3) образование - внедрять механизм ГЧП в образовании, адаптировать учебные программы, осуществлять подготовку элитных специалистов; 4) ИКТ - модернизировать оборудование, расширить систему оказания электронных услуг, совершенствовать законодательство в области ИКТ.

Предложенные адаптированная методика и информационно-аналитическое обеспечение дают возможность оценить формирование и развитие экономики знаний в Республике Беларусь на макро и микроуровнях, выявить основные проблемы в движении к экономике знаний и принять управленческие решения по преодолению выявленных проблем, что возможно лишь благодаря совместному развитию и взаимопомощи бизнеса, образования и государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса: учеб. пособие / В.П. Колесов [и др.]; под общ. ред. В.П. Колесова. – 2-е изд. – М.: Права человека, 2008. – 636 с.
2. KEI and KI indexes / Knowledge for development [Electronic resource]/ K4D, 2012. – Mode of access: http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp. - Data of access: 10.09.2016.
3. Chen, D. H. C. The knowledge economy, the KAM methodology and World Bank operations / D. H. C. Chen, C. J. Dahlman. – Washington: World Bank Institute, 2006. – 42 p.
4. Normalization Procedure [Electronic resource] / K4D, 2012 – Mode of access: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/KFDLP/EXTUNIKAM/0,,contentMDK:20584281~menuPK:1433234~pagePK:64168445~piPK:64168309~theSitePK:1414721,00.html>. - Data of access: 10.09.2016.
5. Забродская, Н.Г. Проблемы инновационного развития и формирования экономики знаний в Республике Беларусь / Н.Г. Забродская // Наука и инновации. – 2013. - № 4. – С. 15-24.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УВЕЛИЧЕНИЮ СТОИМОСТИ ОАО «САВУШКИН ПРОДУКТ»

Н.И. Зайцева, Б.Х. Ходжамырадов

Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина

Основной целью любого предприятия является получение прибыли и максимизация стоимости бизнеса, поэтому финансовые отношения с собственниками оказывают существенное влияние на стратегию развития любого предприятия. Инвестиционная стратегия предприятия на ближайшую перспективу рассматривается с точки зрения выпуска пользующейся спро-

сом продукции, повышение конкурентоспособности и прибыльности за счет внедрения новых технологий, освоения новых рынков сбыта продукции и обеспечить достойный уровень денежного стимулирования.

Кроме того, особое внимание уделяется мотивации работников предприятия в области трудовых отношений и защиты условий труда, а также на повышение уровня и качества специалистов. Такое взаимодействие менеджмента и собственника осуществляется в рамках проводимой дивидендной политики. Она означает принятие грамотных инвестиционных решений в управлении структурой капитала, финансировании предприятия, мотивации персонала, что является важнейшей частью общей стратегии любого предприятия.

ОАО «Савушкин продукт» одно из ведущих предприятий города Бреста и Республики Беларусь. В 1994 году на основании приказа Управления по разгосударствлению и приватизации № 109 от 31.10.94 г. путем преобразования госпредприятия создано ОАО «Брестский молочный комбинат». 25 марта 2005 года на основании решения общего собрания акционеров ОАО «Брестский молочный комбинат» переименовано в ОАО «Савушкин продукт». В декабре 2006 года Национальный центр интеллектуальной собственности признал обозначение «Савушкин продукт» общеизвестным товарным знаком в Республике Беларусь.

Уставный фонд общества – 6028411,00 рублей, и разделен на 1018588 простых именных акций. К акционерам общества относятся: юридические лица -94.9% акций, в т.ч. доля государства 1.15%; физические лица - 5.1%.

Долевое участие в управлении предприятием ОАО «Савушкин продукт»:	
Количество акционеров, всего (1 кв. 2016), шт.	1990
Количество юридических лиц (1 кв. 2016), шт.	50
Количество физических лиц (1 кв. 2016), шт.	1940
Номинальная стоимость акции, руб.	6
Количество простых (обыкновенных) акций, шт.	1018588
Уставный фонд, руб.	6028411,00

Управление предприятием ОАО «Савушкин продукт» осуществляется в соответствии с действующим законодательством и Уставом Общества на основе сочетания прав и интересов трудового коллектива и собственника имущества. Органами управления организацией являются:

- Общее собрание акционеров,
- Наблюдательный совет
- Генеральный директор и дирекция

К компетенции Общего собрания акционеров относится:

- изменение Устава общества и его уставного фонда;
- избрание членов наблюдательного совета;
- решение о реорганизации и ликвидации общества;
- определение организационной структуры управления;
- другие вопросы, отнесенные законодательством к компетенции высшего органа управления обществом.

Наблюдательный совет осуществляет широкий спектр полномочий в соответствии с Уставом и по решению Собрания акционеров, среди которых:

- созыв общего Собрания акционеров;
- назначение на должность и освобождение от должности директора;
- определение состава дирекции;
- осуществление контроля за деятельностью дирекции и директора и т.д.

Руководство текущей деятельностью ОАО «Савушкин продукт» осуществляет дирекция (коллегиальный исполнительный орган) и директор (единоличный исполнительный орган), которые по всем своим вопросам подотчетны наблюдательному совету и собранию акционеров.

Анализируя финансовую отчетность общества можно сделать вывод, что предприятие осуществляет свою деятельность успешно, и она развивается благодаря выбранной стратегической политике и дивидендной политике.

Дивидендная политика данного предприятия в настоящее время в своем большинстве направлена на работников предприятия (инвесторов ценных бумаг). Дивидендная политика должна являться важной частью общей финансовой политики предприятия, направленной не только на инвесторов акции, она должна быть направленной на оптимизацию пропорций между потребляемой и реинвестируемой части чистой прибыли для обеспечения роста рыночной стоимости акционерного капитала.

Основными видами дивидендной политики предприятий Республики Беларусь является выплата дивидендов инвесторам, кумулятивность дивидендного капитала для развития предприятия или для осуществления последующей эмиссии акций с целью получения дополнительной прибыли. Существует три подхода к оптимальной дивидендной политике предприятия, каждая из которых является теоретически обоснованным фактором и имеет свою сферу практического применения. Необходимость увеличения собственного капитала приводит предприятие к необходимости использования такого источника финансирования как эмиссия акции. Выпуск (продажа) акции позволяет предприятию привлечь больше дополнительных собственных средств, что может привести к перераспределению прав управления предприятием. В данном конкретном случае, чтобы избежать такого положения, необходимо осуществление эмиссии такого дериватива как права подписки.

Дивидендная политика предприятия объединяет решения по следующим вопросам:

1) следует ли, предприятию выплачивать акционерам всю чистую прибыль или её часть в текущем году или инвестировать её в целях будущего роста, т.е. каково соотношение в чистой прибыли той части, которая реинвестируется в активы корпорации;

2) при каких условиях следует менять значение дивидендного выхода: придерживаться ли долгосрочной перспективе одной дивидендной политике или можно её часто менять;

3) в какой форме выплачивать акционерам дивиденды: в денежной форме пропорционально имеющимся акциям, в форме дополнительных акций или через выкуп акции;

4) какова должна быть периодичность выплат.

Известны следующие виды дивидендной политики:

1) Остаточная. Если денежные средства, необходимые для реализации выгодных проектов превышают размер располагаемого нового капитала, то дивиденды не выплачиваются, а вся чистая прибыль реинвестируется. Если денежные средства меньше чем располагаемый размер нового капитала, то дивиденды выплачиваются по остаточному принципу.

2) Фиксированного дивидендного выхода. Предприятия могут устанавливать оптимальное значение дивидендного и придерживаться его. Но так как величина чистой прибыли варьируется по годам, то денежное выражения дивидендных выплат тоже будет различно.

3) Снижающихся дивидендов на акцию и остаточного подхода к нераспределенной прибыли.

4) Выплаты дивидендов акциями. Эта политика может проводиться как при неблагоприятном финансовом состоянии, так и при временном недостатке финансовых средств для реализации инвестиционных программ при общей финансовой устойчивости.

5) Выкупа собственных акций, что означает использование чистой прибыли на выплаты владельцам капитала, и, следовательно, может рассматриваться как дивидендная политика, альтернативная денежным выплатам дивиденда.

Решение по проведению дивидендной политики на ОАО «Савушкин продукт» принимает Совет директоров основываясь на основных подходах в формировании данной политики:

1) выбор типа дивидендной политики и методики выплаты дивидендов;

2) разработка механизма распределения прибыли в соответствии с избранным типом дивидендной политики;

3) определение уровня дивидендов на одну акцию (показатель дивидендного выхода);

4) оценка эффективности проводимой дивидендной политики.

На основании вышесказанного и проведенного анализа, а также тщательного выбора дивидендной политики ОАО «Савушкин продукт», может достичь высоких показателей роста прибыли, а при активизации вторичного рынка акций и при условии достаточности дивидендных выплат можно будет существенно влиять на котировки акций на фондовой бирже в Республике Беларусь, а значит, обеспечить себе высокий рейтинг среди предприятий нашей республики, а это значит максимально увеличить стоимость своего бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Министерство финансов Республики Беларусь: <http://www.minfin.gov.by/>.
2. Бочаров, В.В. Корпоративные финансы / Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. – СПб.: Питер, 2004. – 592 с. 3. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов / Ричард Брейли, Стюарт Майерс; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 1997. – 1120 с.
3. Бригхэм, Ю. Финансовый менеджмент / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт. – СПб.: Питер, 2005. – 960 с.
4. Ван Хорн, Дж. Основы финансового менеджмента / Дж. Ван Хорн, Дж. Вахович. – 11-е изд. – М.: Вильямс, 2004. – 992 с.
5. Официальный сайт предприятия ОАО «Савушкин продукт». - Режим доступа: <http://www.savushkin.by/>.
6. Коупленд, Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 576 с.
7. Лукасевич, И.Я. Финансовый менеджмент: учебник / И.Я. Лукасевич. – М.: Эксмо, 2007. – 768 с. 9. Нил, Б., Пайк, Л. Корпоративные финансы и инвестирование / Б. Нил, Л. Пайк. – СПб.: Питер, 2006. – 784 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕСА

Н.И. Климкович

Государственный институт управления и социальных технологий БГУ, Минск

Важным аспектом делового мира является успех. В условиях конкуренции и постоянно меняющейся внешней среды деятельности организаций определяющими факторами успеха являются развитие и управление эффективностью бизнеса. Привычный способ оценки эффективности деятельности организаций, основанный только на анализе динамики финансовых показателей, в современных условиях не позволяет быстро реагировать на изменяющуюся рыночную ситуацию, поэтому необходима методология, позволяющая переводить стратегические цели организации в четкий