

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК
ТРУДОВ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ
ПОЛОЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

Выпуск 21 (91)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Экономика и управление

Бухгалтерский учет и анализ хозяйственной деятельности

Финансы и налогообложение

Логистика

Социальные коммуникации

Обновляется 1 раз в год

Новополоцк
ПГУ
2018

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор:
проф., д.т.н. Д.Н. Лазовский

Заместитель главного редактора:
доц., к.т.н. Д.О. Глухов

Председатель ред. совета проф., д.э.н. С.Г. Вегера
Зам. председателя ред. совета доц., к.э.н. А.Р. Лавриненко

Экономика и управление:

доц., к.э.н. И.В. Зенькова
доц., к.э.н. Н.Л. Белорусова
доц., к.э.н. Е.П. Лисиченок

Финансы и налогообложение:

доц., к.э.н. И.А. Позднякова
доц., к.э.н. С.В. Бословяк
доц., к.э.н. Л.В. Масько

*Бухгалтерский учет
и анализ хозяйственной деятельности:*

доц., к.э.н. Н.А. Борейко
доц., к.э.н. И.Н. Сапего
к.э.н. Е.Ю. Афанасьева

Логистика:

доц., к.э.н. Е.Б. Малей
доц., к.т.н. М.Ж. Банзекуливахо
доц., к.э.н. О.В. Додонов

Социальные коммуникации:

доц., к.филос.н. И.А. Бортник
доц., к.филол.н. С.М. Сороко
доц., к.и.н. В.В. Якубов

ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК ТРУДОВ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПОЛОЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА [Электронный ресурс]. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2018. – Вып. 21 (91). Экономические науки. – 1 электрон. опт. диск.

Издается с 2014 года (в печатном виде – с 2004 г.)

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061404559 от 30.11.2014 г.

В сборнике представлены труды молодых специалистов Полоцкого государственного университета по направлениям экономических исследований, проводимых в университете: экономика и управление, финансы и налогообложение, бухгалтерский учет и анализ хозяйственной деятельности, логистика и социальные коммуникации.

Предназначен для работников науки, образования и производства, будет полезен студентам, магистрантам и аспирантам университетов экономических специальностей.

Учредитель: учреждение образования «Полоцкий государственный университет»
211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 39 40 46, e-mail: vestnik@psu.by

Компьютерный дизайн *М.С. Мухоморовой*
Техническое редактирование и компьютерная верстка *О.П. Михайловой*

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК:330.5

КОНВЕРГЕНЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ В ИНКЛЮЗИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Р.Д. САРВАРИ

(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.В. ЗЕНЬКОВА)

Рассматривается взаимосвязь и взаимозависимость конвергентных и интеграционных процессов. Определяется роль каждого элемента и составной части структуры инклюзивной экономики. Рассматривается появление нового звена повышения и инклюзивности экономического роста, а именно, инновационных предпринимателей, которые во взаимодействии с результатами интеллектуальной деятельности и научно-технической революции позволят ускорить процессы повышения экономического роста в переходной экономике.

За последние годы в мире произошли значительные изменения, которые оказали существенное влияние на развитие отдельных государств. Среди основных вызовов современной экономики – растущее давление наднациональных структур на развитие национальных экономик, мировой финансово-экономический кризис, ужесточение борьбы за рынки сырья и сбыта, усиливающиеся экологические угрозы и т. д. Данные факторы существенно влияют на экономическую и социальную политику каждого государства, выбор эффективных мер по нейтрализации негативных последствий [1].

К числу мер, прилагаемых для решения основных экономических проблем развития страны, относятся получившая широкую известность за рубежом концепция инклюзивного устойчивого роста. Хотя данная концепция была достаточно быстро воспринята среди академических кругов, сегодня не существует полноописывающего данную ее определения. Так, Всемирный банк определяет инклюзивный рост как высокий и устойчивый (важное условие сокращения бедности), широкий распространенный по всем секторам экономики, вовлекающий значительную часть трудовой силы и характеризующийся равенством возможностей в доступе к рынку и ресурсам.

Акцент на концепцию инклюзивного роста сделан автором неспроста. По нашему мнению, перед экономикой Республики Беларусь на сегодняшний день стоят глобальные вызовы, которые необходимо принимать во внимание при выборе стратегической направленности экономической политики. Кроме того, следует принимать во внимание индикаторы инклюзивного роста, такие как ВВП на душу населения, уровень занятости, уровень оплаты труда и производительности труда. Стоит также отметить международный опыт, который, в свою очередь, может быть полезен при выборе основных индикаторов роста. Исходя из политики белорусского государства, можно сделать вывод, что мы находимся в процессе межстранового сближения экономик, которое в ближайшей перспективе позволит увеличить экономический рост.

В процессе исследования все вышеописанные поинты определяют введение в работу терминологии экономическая конвергенция. В широком смысле данная дефиниция означает устойчивый во времени процесс сокращения межстрановых различий в основных экономических показателях, а также сближения национальных правовых систем и мер политики. Сближение стран, входящих в экономические объединения, является как одной из целей процесса экономической конвергенции [2]. Получив широкую известность в экономических кругах, теория конвергенции исследовалась в различных направлениях представителями институционализма (П. Сорокиным, У. Ростом, Дж. К. Гэлбрейтом (США), Р. Ароном (Франция)), эконометрики (Я. Тинбергом (Нидерланды), Д. Шельским и О. Флехтхаймом (ФРГ)). В данной теории взаимодействие и взаимовлияние двух экономических система капитализма и социализма рассматривались как основополагающий фактор движения к общей точке. Согласно гипотезе конвергенции объединенное (сблизившееся) общество не будет походить ни на капиталистическое, ни на идеалистическое. Оно соединит преимущества обеих систем, что исключит наличие недостатков [3]. Сближение и нахождение общих точек соприкосновения в политике, экономике и многих других направлениях развития общества является одной из целей процесса экономической интеграции, а также предпосылкой ее успешности.

Можно выделить три вида экономической конвергенции: реальную, номинальную и институциональную. Реальная конвергенция означает сближение уровней доходов на душу населения между странами экономических объединений. Номинальная конвергенция представляет собой синхронизацию динамиками важнейших макроэкономических показателей. Институциональная конвергенция предполагает

сближение условий ведения экономической деятельности и уровня развития рыночных институтов [4]. Все три вида взаимосвязаны и сосуществуют в мировой экономике, образуя единое конвергентное пространство.

Помимо процесса конвергенции стоит обратить внимание на взаимосвязь понятий интеграция и конвергенция, которые в совокупности имеют схожие параметры, такие как: обусловленность международных процессов разделения труда; сопряжение интересов и усилий отдельных элементов, как интеграции, так и конвергенции в решении различного рода задач; взаимодействие однородных или разнородных сторон обоих процессов. При этом автор разделяет мнение О. Ю. Челноковой в том, что диалектика соотношения между конвергенцией и интеграцией не исчерпывается прямой связью «базис-надстройка», конвергенция может выступать как необходимым условием интеграции, так и ее результатом. В процессе интеграции ее элементы активно взаимодействуют друг с другом, и даже при отсутствии должной конвергенции хозяйствующих субъектов подобное взаимодействие будет приводить к интеграции за счет многократного повторения взаимосвязей. В то же время углубление хозяйственной кооперации и интеграции требует повышения предсказуемости ведения экономической деятельности и, таким образом, способствует шагам в направлении ее сближения и конвергенции [5].

В качестве критерия определения процесса конвергенции, может выступать «реакция» хозяйствующих субъектов на внутренние либо внешние процессы экономики. Автор разделяет точку зрения А. В. Навого в том, что анализ степени конвергенции на основе количественных показателей применим с минимальными возможностями, так как хозяйствующие субъекты могут использовать различные модели хозяйственной деятельности и опираться на разные ее механизмы.

В процессе определения влияния конвергенции на инклюзивность экономического роста автор уделяет внимание схожести интеграционных и конвергентных процессов. Они в равной степени совершаются в экономике одними и теми же хозяйствующими субъектами, в соответствии либо в противовес с ними. И, вместе с тем, в условия переходной экономики, где инновации занимают лидирующие позиции, а ручной труд замещается автоматами и роботами с целью повышения эффективности деятельности, характерно появление нового класса субъектов хозяйствования. К таковым О. Ю. Челнокова относит инновационных предпринимателей, которых отличают способности, талант, незаурядные данные в части интеллекта и сообразительности. Инновационная деятельность таких субъектов представляет собой самопроизводящуюся систему экономических отношений по поводу создания, распространения, потребления и замены нововведений [5].

Таким образом, при рассмотрении и структурировании механики взаимодействия интеграции и конвергенции в процессах экономического, политического и социального роста, стоит отметить, что новыми звеньями в данной взаимосвязи могут по праву считаться инновационные предприниматели, цель и результат деятельности которых направлены на создание нового, современного, соответствующего потребностям переходной экономики блага, а именно бизнес-продукта. Данный продукт являет собой не просто механизм получения прибыли, но и благо, позволяющее повысить эффективность производственного процесса как на микро-, так и на макроуровне. Данные результаты деятельности впоследствии способны определить новый путь развития экономической системы и оказаться драйвером инклюзивного экономического роста в реалиях экономики 21 века.

Подводя итог анализу процессов взаимодействия интеграции и конвергенции и влияния таковых на инклюзивный экономический рост, стоит отметить, что объединение (инклюзия) всех субъектов процесса роста в экономике, в частности современных субъектов-инновационных предпринимателей, современных объектов, объектов интеллектуальной деятельности (результаты ИД), государственной инициативы, поддержки-создаст предпосылки, по нашему мнению, для ускорения технико-экономической, научно-политической и социальной интеграции и конвергенции, что приведет в перспективе к повышению ключевых показателей экономико-политической активности Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. О состоянии экономики и денежно-кредитной сферы Республики Беларусь / Сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/9997.pdf><http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2017r03.pdf>. – Дата доступа: 06.09.2018.
2. Стюарт, Т. ЮНЕСКО и общества знаний для всех / Т. Стюарт, Е.И. Кузьмин, В.Р. Фирсов // Российский комитет программы ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.ifarcom.ru/>. – Дата доступа: 20.09.2008.
3. Марахина, И.В. Формирование экономики знаний как ключевое условие роста конкурентоспособности страны / И.В. Марахина // Проблемы развития инновационно-креативной экономики : сб. – 2010. – С. 351–356.

4. Послание президента Беларуси – курс на конвергенцию продолжается? [Электронный ресурс] / Интернет-портал «Чеснок». – 2016. – Режим доступа: <https://4esnok.by/bez-rubriki/poslanie-prezidenta-belarusi-kurs-na-konvergenciyu-prodolzhaetsya/>. – Дата доступа: 10.09.2018.
5. Реальная, номинальная и институциональная конвергенция в странах ЕАЭС [Электронный ресурс] / Официальный сайт «Исследовательский центр ИПМ». – 2017. – Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2017r03.pdf>. – Дата доступа: 13.09.2018.
6. Взаимосвязь и взаимообусловленность конвергенции и интеграции в экономике [Электронный ресурс] / Интернет-портал «Киберленинка». – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/vzaimosvyaz-i-vzaimoobuslovlennost-konvergensii-i-integratsii-v-ekonomike>.

УДК 314.7

МИГРАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**Е.С. ХОДУНОВА***(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)*

Систематизированы и обобщены теоретические подходы к определению сущности миграционных установок молодежи. Выявлены социально-экономические причины миграционных процессов. Определена актуальность исследования миграционных намерений молодежи Республики Беларусь. Выявлены основные причины миграционных установок молодежи Республики Беларусь. Рассмотрены направления государственной политики Республики Беларусь в области образования и поддержки молодежи, препятствующие миграционному стремлению.

Актуальность изучения различных аспектов миграционных процессов связана с ростом их влияния на мировую и национальные экономики, политику, культуру, социальные явления. Для стран эту проблему представляет как внешняя, так и внутренняя миграция.

Основные причины миграционных процессов с социальной и экономической точки зрения представлены на рисунке.



Рисунок. – Социально-экономические причины миграционных процессов

Источник: составлено автором на основе [1].

Таким образом, одной из основных экономических причин миграции является неравномерное экономическое развитие регионов, различия в уровне и качестве жизни в разных частях страны. В случае недостаточной удовлетворенности возможностями для реализации мотивов, целей и ценностей на актуальном месте жительства личность испытывает состояние фрустрации (сталкиваясь с какими-либо препятствиями, не может достичь своих целей и удовлетворение какого-либо желания или потребности становится невозможным).

Одна из возможных реакций на это состояние – формирование миграционных намерений (установок). Вместе с тем при современных тенденциях международной миграции для стран существует потенциальная опасность навсегда потерять часть своих наиболее квалифицированных специалистов.

Миграционные намерения (установки) во многом определяются включением человека в социальные группы разного масштаба (малые и большие группы) на том или ином месте жительства.

С точки зрения Кузнецовой С. А. они формируются под влиянием микросоциального окружения (родителей на детей) и макросоциального, то есть более широкого социального окружения. Миграционные намерения определяются удовлетворенностью местом жительства, которая определяется сравнением условий разных мест жительства (актуального и потенциального), что обеспечивается миграционным опытом или знакомством с другими местами.

Включенность в определенную социальную среду формирует специфические стратегии адаптации, включающие миграцию в качестве средства решения проблем. Эти стратегии качественно различны в зависимости от личностных особенностей и преобладающей мотивации (условно говоря, от стремления к успеху или избегания неудач). Безусловно, одним из важных механизмов социального познания является социальное сравнение. Место жительства не может быть оценено личностью безотносительно знаний или представлений о других местах. В современном информационном обществе при интенсивных перемещениях с профессиональными и туристическими целями пространство для сравнения охватывает

весь мир, однако личность сужает его до потенциально возможных мест жительства, которые и сравнивает между собой [2, с. 38].

Миграционные установки – это сформированное представление о том, где индивид хотел бы проживать: если он планирует (думает, заявляет об этом или готовится) переехать, то миграционные установки будут представлять собой (пока) нереализованное желание сменить место жительства. Они могут быть ориентированы на различные направления миграции: в другой район города, в другой город или страну. Сама установка подразумевает лишь наличие желания или планов у индивида, но не означает их обязательной реализации. Об отсутствии миграционных установок у индивида можно говорить, если он не планирует покинуть территорию проживания, не хочет переезжать и вообще не задумывается об эмиграции.

Актуальность изучения различных аспектов миграционных процессов связана с ростом их влияния на мировую и национальные экономики, политику, культуру, социальные явления. Проблема «утечки молодых мозгов» стала очень актуальной во многих странах.

Также не стоит оставить без внимания миграцию научной молодежи за рубеж для учебы и профессиональной деятельности, что является существенной частью международной миграции квалифицированной рабочей силы. С одной стороны, это нормальный процесс, способствующий обмену идеями, опытом, научными подходами, который ведет в целом к обогащению интеллектуального потенциала страны. Вместе с тем при современных тенденциях международной научной миграции для стран существует потенциальная опасность навсегда потерять часть своих наиболее квалифицированных специалистов [2].

Согласно исследованию, проведенного Исследовательским центром ИПМ около половины молодых людей в возрасте 17-21 года хотят работать за границей. Эксперты уверены, что эти данные говорят о том, что система белорусского образования требует серьезных преобразований. На вопросы анкеты ответили 1 тысяча человек от 17 лет до 21 года, которые получили или продолжают получать среднее образование.

Согласно результатам исследования выяснилось, что в настоящее время представители молодого поколения при выборе работы ставят на первое место возможность получать хороший заработок. Далее по значимости следует интерес в работе. Такой фактор, как желание приносить пользу обществу, людям, опрошенные указали как наименее важное требование к работе.

Исследователи отмечают, что важным показателем при анализе рынка труда также являются миграционные установки потенциальной рабочей силы. И как показал опрос, почти половина респондентов (49,10%) готова работать за рубежом при более выгодных условиях, а почти пятая часть (19%) уедет работать за границу при первой возможности. Не станут работать за рубежом ни при каких обстоятельствах, даже если не найдут работу в Беларуси лишь 16%. Такой уровень намерений покинуть страну, по мнению экспертов, можно считать достаточно высоким.

Примечательно, что среди тех, кто готов уехать за границу при более выгодных условиях, доля респондентов с отличными оценками составляет 59% и 48,5% – с хорошими. То есть, получается, что отечественный рынок труда становится недостаточно привлекательным для самых важных и успешных категорий выпускников средних учебных заведений.

Среди различных социальных групп мигрантов, особый интерес также представляют выпускники учреждений высшего образования, – молодые специалисты, которые находятся на этапе выбора жизненной и трудовой стратегии. Если эти представления включают миграционные намерения, то они складываются как из понимания своих потребностей и желаний, так и из осознания своих возможностей и ограничений.

С одной стороны, выпускники университетов представляют одну из наиболее мобильных групп, в силу их слабой укорененности в социальной структуре. Как правило, они еще не обременены социальными обязательствами (семья, работа) и их миграционные намерения менее зависимы от обстоятельств. С другой стороны, в силу своего возраста и отсутствия опыта выпускники традиционно считаются одной из уязвимых групп на рынке труда: в зависимости от объема и качества человеческого, а также социального и культурного капитала одни и те же факторы могут стимулировать или ограничивать миграцию.

В связи с этим, был проведен опрос среди 174 студентов о их будущих намерениях и миграционных установках, на примере студентов Полоцкого государственного университета. Большую часть опрошенных составили девушки.

В результате исследования было выявлено: 72% студентов Полоцкого государственного университета хотели бы переехать в другую страну. В то же время, только почти 12% не имеют намерений переехать.

В ходе исследования, были также выявлены основные причины стремления студентов к переезду: высокий уровень доходов (48,6%); более высокий уровень жизни населения (61,6%); больше возможностей для самореализации (69,2%); там планирую изменить свой семейный статус (7,5%); там живут мои

родственники/знакомые (6,8%); могу найти интересную работу (43,8%). Приоритетной причиной оказалась большее количество возможностей за рубежом.

Одной из причин намерения выезда за границу у молодежи, выявленной в ходе исследования, является недостаточная удовлетворенность качеством образования. Именно по этой причине большинство опрошенных при желании продолжить обучение, хотели бы осуществить это в другой стране.

Почти треть (29,3%) опрошенных студентов полностью довольны качеством образования. Большая часть (43,9%) опрошенных студентов удовлетворена, но не вполне. Это говорит о том, что изменения должны проводиться не только для среднего образования, но и также для высшего.

В области регулирования и поддержки молодежи в Республике Беларусь Государственной политикой по работе с молодежью разработана программа «Образование и молодежная политика».

Основные направления в области поддержки молодежи, согласно данной программы в 2018 году стали: совершенствование работы по закреплению молодых специалистов; улучшение условий жизни; оперативное наполнение официальных Интернет-сайтов актуальной социально значимой информацией по реализации государственной молодежной политики, активизация работы отдела, учреждений образования и культуры, общественных объединений в социальных сетях; при проведении предвыборной кампании особое внимание уделить молодым людям, впервые голосующим; проведение исследований и предоставление больше возможностей для самореализации; не допустить участия молодежи в несанкционированных митингах и акциях.

Однако учитывая миграционные установки молодежи, выявленные в ходе исследования, достаточно сложно оценить работу данной программы. Основным узким местом является недооценка возможностей мобильности современной молодежи

В связи с этим необходима разработка комплекса мероприятий, позволяющих преодолеть проблему миграционного стремления молодежи выехать на постоянное место жительства в другие страны. В особенности это относится к специалистам высокого уровня грамотности, владеющих иностранным языком.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова, С.А. Связь миграционных установок жителей Магадана и особенностей их защитно-совладающего поведения / С.А. Кузнецова // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. – 2017. – Т. 14. – № 1. – С. 64—75.
2. Привлекательность территории и миграционные установки студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nsu.ru/2013/8/1/migracionnye_ustanovki_studentov_nsu.

УДК 314.7

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И МИГРАЦИЯ**Е.С. ХОДУНОВА****(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)**

Изучены предпосылки становления молодежной политики государства, исторический контекст данной категории. Дано определение категории «молодежь» как социально-демографической группы, представляющей научный интерес. Изучен вклад и актуальность молодежной политики со стороны международных организаций. Рассмотрены концептуальные основа и направления молодежной политики Республики Беларусь. В качестве инструмента поддержки и развития молодежи изучены международные программы обмена рабочей силой с зарубежными странами, их основные положительные и отрицательные стороны.

На современном этапе развития белорусского общества, существующие в молодежной среде проблемы являются следствием тех процессов, которые происходят в обществе.

В настоящее время Республика Беларусь находится на этапе перехода к рыночным отношениям. Переходный период требует значительных материальных и финансовых ресурсов, чтобы одновременно развивать экономические и социальные сферы. Государство стремится существенно улучшить положение в здравоохранении, образовании и культуре – в тех сферах, где решается вопрос духовного, нравственного и физического формирования молодого поколения.

Молодежь – специфическая социально-демографическая общественная группа в возрасте от 14 до 31 года, которая имеет общие социально-психологические особенности, обусловленные характером социальных отношений на данном этапе развития общества.

Как социально-демографическая группа молодежь является внутренне дифференцированной. Внутри нее есть группы с характерными для них возрастными, социально-психологическими особенностями, ценностями и интересами. Студенческая и рабочая молодежь, сельская и городская, семейная и несемейная – все эти группы внутри молодежи имеют не только общие, но и специфические потребности и интересы.

Сегодня возрастает необходимость усиления государственного влияния на процессы формирования молодого поколения. Многие страны еще с начала 60-х гг. XX в. начали проводить целенаправленную социальную, экономическую, культурную политику в отношении подрастающего поколения. Государство, ранее традиционно устранявшееся от целенаправленного решения молодежных проблем, начинает активно включаться в жизнь молодых людей. Молодежная политика становится важнейшей частью единой политики многих государств.

Молодежная политика стала предметом дискуссий и обсуждений в международных организациях. Забота о подрастающем поколении была провозглашена одной из важных задач Организации Объединенных Наций, Международной организации труда (МОТ), Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). В 1965 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла «Декларацию о распространении среди молодежи идеалов мира, взаимного уважения и взаимопонимания между народами».

Под эгидой ЮНЕСКО с 1985 г. действует Всемирный конгресс по вопросам молодежи, «Круглый стол» по теме «Молодежь. Образование. Труд». К изучению молодежных проблем и их разрешению подключились Международная организация труда, Детский фонд ООН (ЮНИСЕФ).

В Республике Беларусь проблема формирования молодежной политики стала особенно актуальной в начале 90-х гг. XX в. В это время в стране начали происходить глубокие изменения, вследствие чего возникла необходимость выработки новых приоритетов, определения основных направлений, целей и задач молодежной политики, которая соответствовала бы новым социально-экономическим и политическим условиям.

Концептуальные положения государственной молодежной политики Республики Беларусь определены в Конституции Республики Беларусь: государство как основной субъект молодежной политики ставит своей целью обеспечить полноценный правовой и социальный статус молодым гражданам республики, защитить их права и свободы.

Были приняты такие документы, как Закон Республики Беларусь «Об основах государственной молодежной политики» (от 7 декабря 2009г. № 631)»; Указ Президента Республики Беларусь «О дополнительных мерах по повышению заработной платы и предоставлению льготных кредитов отдельным категориям граждан» (от 27 ноября 2000 года). В этих документах сформулированы основные цели и задачи молодежной политики.

Концепция государственной молодежной политики направлена на создание правовых, экономических и организационных условий и гарантий для самореализации молодых людей, развития молодежных объединений, движений и инициатив. Одной из возможностей самореализации, приобретения уникальных навыков, изучение и укреплении навыков иностранных языков молодежи является возможность и готовность к мобильности и миграции молодежи. Однако стоит учитывать варианты легальной миграции.

В 2018 году в Республике Беларусь появилось больше возможностей для самореализации молодежи. Увеличилось количество международных программ по обмену. В Беларуси наиболее популярными являются программы студенческого обмена.

Наиболее популярной программой по обмену сейчас является программа «Work & Travel USA». Это отличная возможность с пользой провести летние каникулы. Можно запросто поехать в Америку на несколько летних месяцев, чтобы легально работать и путешествовать по всей стране.

Программа Work and Travel действует под покровительством Госдепартамента США и ежегодно студенты из разных стран мира приезжают в Америку на летние каникулы. Это программа довольно интересна для студентов, т.к. стоимость не очень высока, для поездки за океан.

Однако не каждый студент сможет поехать, воспользовавшись данной программой. Языковой барьер один из ключевых составляющих. Знание языка одно из важнейших условий найма на работу в США. Кроме того, стоимость программы достаточно высока, и не каждому доступна. Однако при реализации такой программы возможность успеха довольно высока.

Молодой человек выбирает дату вылета в США, можно ехать в любой день, начиная с конца июня до середины июля. Обязательно до отъезда в Америку, заключается контракт с американским работодателем, который предоставит молодому человеку рабочее место. Этот контракт (job offer) проходит проверку у американской организации-спонсора программы. Всё лето мигрант может работать и получать зарплату точно такую же, как американские коллеги. Как правило, студенты трудятся за 8-9 долларов в час. Некоторые устраиваются и получают по 10-12 долларов в час. Есть и такие энтузиасты, которые трудятся одновременно на двух-трех работах по 60-80 и более часов в неделю, и привозят домой по 5000 долларов, а иногда и больше. И это также одно из достоинств Work and Travel - самостоятельный выбор и каждый самостоятельно решает, как пройдет твоё лето.

Второй не менее интересной программой можно назвать Working Holiday In Germany (Работа для студентов в Германии), которая предоставляет оплачиваемые места работы по всей Германии и подходит для молодых людей, которые желают получить опыт в сфере обслуживания и туризма во время летних каникул.

Стоимость такой программ ниже, чем в предыдущей. Но эта программа не менее интересна. В программе могут принимать участие студенты (в том числе магистранты) не последних курсов университетов и колледжей любой формы обучения от 19 до 30 лет. Как и в предыдущей программе должно быть хорошее знание языка принимающей страны (уровень А2 и выше). Эта программа так же имеет свои минусы: участники программы могут выбрать только вариант программы, место нахождения своей работы и тип работы выбрать нельзя. Все позиции в сфере обслуживания или туризма.

В варианте программы с самостоятельным поиском работы, работу можно искать в любом городе, но обязательно в сфере обслуживания или туризма. Разрешение для работы годно только для одного работодателя, найденного спонсором программы. Менять работодателя или находить вторую работу нельзя. Это является плюсом для спонсора, но минусом, при некоторых обстоятельствах, студент не сможет поменять место работы, то может плохо сказаться на его впечатлении о данной программе.

Длительность программы зависит от конкретного найденного работодателя, может быть от 2 до 3 месяцев, но не может превышать длительность летних каникул учреждению образования, где обучается студент. После окончания программы нужно сразу вернуться в Беларусь.

Около тысячи белорусских студентов каждый год выезжают в США, чтобы зарабатывать и путешествовать. Гораздо больше только грезит огнями Нью-Йорка, Лос-Анджелеса и Сан-Франциско.

Так же в Беларуси во многих университетах предоставляются различные программы по обмену, что является хорошей возможностью для студентов на получение грантов, двойных дипломов, улучшение навыков, как по своей специальности, так и в других.

Эффективная организация системы социального развития молодежи, ее воспитания позволит укрепить духовно-нравственные основы в обществе. Активизация и предоставление возможности молодежи быть мобильными, расширение направлений молодежной трудовой миграции позволит совершенствовать навыки потенциальных трудовых ресурсов Республики Беларусь. Однако государственное регулирование и молодежная политика должны создавать условия внутри национальной экономики с целью не потерять ценные кадры.

Современная концепция государственной молодежной политики в Республике Беларусь в качестве главных направлений выделяет следующие:

1. Улучшение жилищных условий молодежи. Совершенствование законодательно-нормативной базы; развитие различных форм стимулирования и государственной поддержки строительства жилья для молодежи и молодых семей (предоставление субсидий, долгосрочных кредитов, привлечение внебюджетных источников финансирования); поддержка инициатив молодежи, юридических лиц, направленных на решение жилищной проблемы молодежи в регионах республики.

2. Профориентация и трудоустройство молодежи, решение проблем молодежной занятости. Мировая статистика свидетельствует, что доля молодежи в структуре безработного населения высока во всех странах. В нашей стране проблемы с трудоустройством испытывают выпускники средних специальных и высших учебных заведений.

3. Социально-экономическая поддержка молодой семьи. Развитие центров содействия молодой семье в решении экономических, юридических, социально-бытовых, психологических проблем.

4. Деятельность, направленная на гражданское становление, духовно-нравственное, патриотическое и экологическое воспитание молодежи.

5. Поддержка научного и научно-технического творчества, изобретательства и рационализаторства молодежи.

6. Поддержка рабочей молодежи (городской и сельской), вовлечение ее в сельскохозяйственное производство и закрепление молодых специалистов в селе. Создание надлежащих условий труда и быта рабочей и сельской молодежи. Развитие и поддержка молодежного предпринимательства, молодежных фермерских хозяйств.

7. Усиление международного молодежного сотрудничества. Развитие и укрепление контактов молодежи Республики Беларусь со сверстниками из зарубежных стран.

8. Поддержка массового детского и молодежного спорта и туризма. Развитие творческого потенциала и поддержка талантливой молодежи.

9. Государственная поддержка деятельности детских и молодежных общественных объединений. Создание условий для самореализации молодежи, поддержка молодежных инициатив.

В Республике Беларусь действует много общественных и государственных программ по работе с молодежью. Среди них, программа «Дети Беларуси», в структуре которой выделены программы «Дети Чернобыля», «Дети-инвалиды» и т. д. Создан и функционирует специальный Фонд Президента Республики Беларусь по социальной поддержке одаренных учащихся и студентов.

В 2017 году Министерством образования во взаимодействии с республиканскими органами государственного управления, областными и Минским городским исполкомами обеспечивалось выполнение мероприятий Государственной программы «Образование и молодежная политика» на 2016-2020 годы. Государственная молодежная политика реализуется рядом государственных и негосударственных организаций (институтов), которые взаимодействуют между собой. Каждый из этих институтов осуществляет определенную деятельность в пределах своих полномочий и компетенции.

Таким образом, в Республике Беларусь предприняты попытки и создаются институциональные и концептуальные основы формирования молодежной политики. Одной из составляющих поддержки молодежи на современном этапе является популяризация и возможности мобильности молодых людей в различные страны, в рамках академической мобильности, либо с целью стажировок, работы, практики иностранного языка. Однако программы по обмену молодых людей являются достаточно дорогостоящими. Кроме того, необходимы знания иностранного языка, что также является серьезным препятствием для академической мобильности и возможности участия молодежи Республики Беларусь в трудовых программах по обмену. Повышение уровня знаний иностранного языка у молодежи позволит увеличить количество участников миграционных процессов с одной стороны, но с другой стороны может способствовать оттоку высококвалифицированных кадров из Республики Беларусь в зарубежные страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузгалин, А.В. Переходная экономика / А.В. Бузгалин. – М., 1994. – 500 с.
2. Шимов, В.Н. Становление и регулирование рынка рабочей силы в БССР / В.Н. Шимов, Л.Е. Тихонова, А.Ф. Галов // Сб. науч. тр. / НИЭИ Госэкономплана Респ. Беларусь ; науч. ред.: В.Н. Шимов, А.В. Богданович. – Минск : НИЭИ, 1991. – 380 с.
3. Корнюшин, В.Ю. Управление трудовыми ресурсами. Учебный курс : учеб.-метод. комплекс / В.Ю. Корнюшин. – М. : МиЭМП, 2009. – 185 с.
4. Базылев, Н.И. Экономическая теория / Н.И. Базылев. – Минск : Экоперспектива, 2008. – 637 с.
5. Государственная молодежная политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://part.gov.by/management/social/youth-policy/45-2013-01-16-15-16-02>.

УДК 33.330

**ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ.
ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ОБЛАСТИ****К. АТАЕВ***(Представлено: А.А. ТИВАНОВА)*

Рассмотрены основные показатели и тенденции развития Витебской области, а также экономико-географическое описание области. В результате получена таблица основных социально-экономических показателей Витебской области.

Витебская область расположена на севере Беларуси, в среднем течении Западной Двины и верховьях Днепра. Площадь территории области – 40 тыс. км², или 19,4 % общей площади Республики Беларусь. Протяженность территории с севера на юг составляет от 75 до 176 км, с запада на восток – более 300 км. Внешним окружением области являются Литва, Латвия и Российская Федерация (Смоленская, Псковская области). Общая протяженность границ с сопредельными государствами составляет 933,8 км, в том числе с Россией – 575,8 км, Латвией – 165,8 км, Литвой – 192,2 км. На западе область граничит с Гродненской областью, на юге – с Минской и Могилевской областями Республики Беларусь (рис. 1).



Рисунок 1. – Витебская область на карте Республики Беларусь и Европы

Источник: составлено на основании данных [1].

Витебская область является наименее заселенным регионом республики с мелкоселенным типом расселения сельских жителей. На начало 2015 года на территории области проживало 1198,5 тыс. человек. При этом число жителей на 1 км² составляет 30 человек, что в три раза меньше, чем в наиболее заселенной Гродненской области. Из 6259 сельских населенных пунктов области более 81,6 % имеют население до 50 человек, более 30 % – до 10 человек. На один сельский населенный пункт приходится 47 человек, что в 2,5 раза меньше, чем в среднем по Республике Беларусь [3, 5].

В соответствии с принятым административно-территориальным делением в состав области входит 21 район и 2 города областного подчинения – Витебск, в котором на начало 2015 года проживало 373,9 тыс. человек, или 31,2 % общей численности жителей области, и Новополоцк – соответственно 108,2 тыс. человек, или 9,0 %. К крупным городам области относятся также Орша (116,6 тыс. человек,

или 9,7 %) и Полоцк (85,1 тыс. человек, или 7,1 %). Наименьшую численность населения имеют 7 районов, в которых проживает менее 20 тыс. человек (рис. 2).

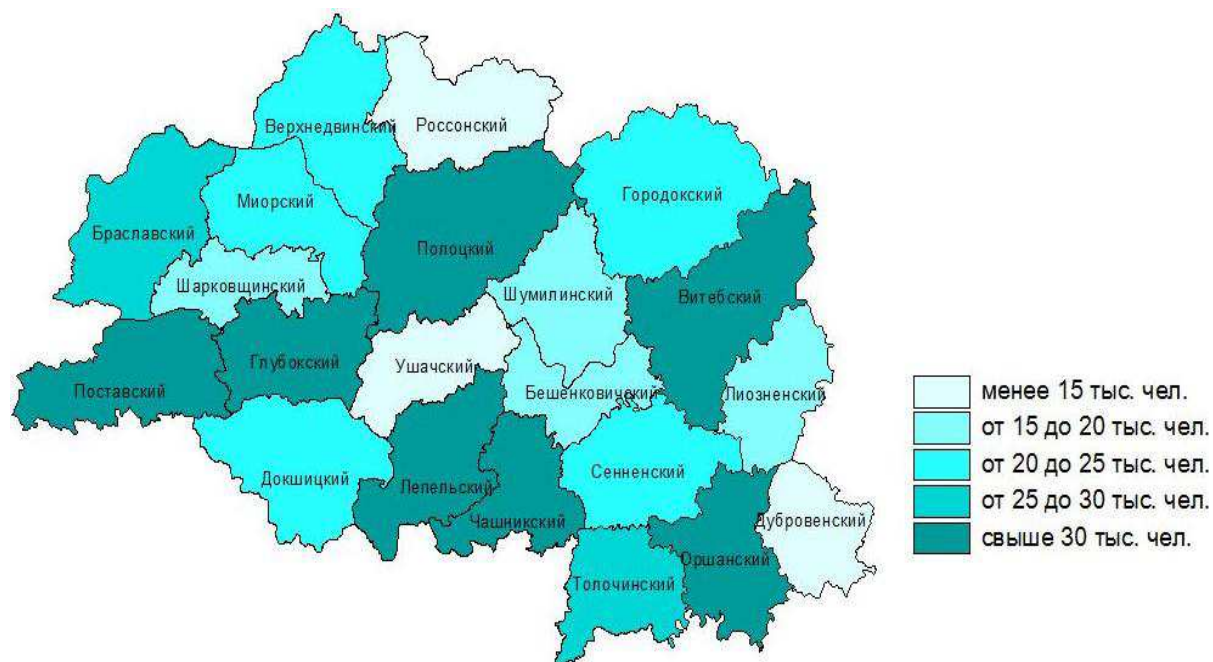


Рисунок 2. – Численность населения районов Витебской области на 01.01.2016 г.

Источник: составлено на основании данных [5].

Регион играет значимую роль в структуре экономики Беларуси, на его территории проживает 12,7 % жителей, сосредоточено 12,3 % трудовых ресурсов страны, 11,8 % ее занятого населения [4]. Доля региона в ВВП Республики Беларусь составляет порядка 8–9 %, в республиканских объемах промышленного производства более 17 %, сельскохозяйственного производства – более 14 %. (табл.).

Таблица. – Основные социально-экономические показатели Витебской области

Наименование показателя	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2015 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Численность населения на конец года, тыс. чел.	1229,4	1221,8	1214,1	1208,0	1202,1	1196,1	1190,3
Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. чел.	572,8	571,7	564,2	545,4	535,6	524,8	508,7
Денежные доходы в расчете на душу населения, млн руб./чел., 2016 – тыс. руб.	672,0	839,8	1299,6	2527,2	3427,6	4 294,9	439,0
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, тыс. руб., 2016 г. – руб.	876,8	1090,0	1709,1	3313,4	4507,3	5 805,3	613,4
Валовой региональный продукт, млрд рублей всего, млрд руб., 2016 г. – млн руб.	12509,3	14570,9	25351,3	50972,6	53937,4	74 669,7	7 496,1
Валовой региональный продукт на душу населения, млн руб./чел. 2016 г. – тыс. руб. на чел.	10,1	11,9	20,8	42,1	44,8	62,4	6,3

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8
Валовой региональный продукт на одного занятого в экономике, млн руб./чел.	21839,0	25487,0	44933,2	93459,0	100704,7	-	-
Объем промышленного производства, млрд руб., 2016 г. – млн руб.	22803,6	29244,3	60781,1	111765,1	95787,3	117 195,5	11 494,5
Продукция сельского хозяйства, млрд руб. 2016 г. – млн руб.	3969	5506	8529	14355	14858	17 268	1 927
Инвестиции в основной капитал, млрд рублей 2016 г. – млн руб.	4731,6	5700,7	8924,5	13677,1	21464,8	17 652,8	1 691,7
Розничный товарооборот, млрд рублей 2016 г. – руб.	6173,4	7757,6	13601,7	24575,3	31854,3	32 944,5	3 446,0

Источник: составлено на основании данных [2].

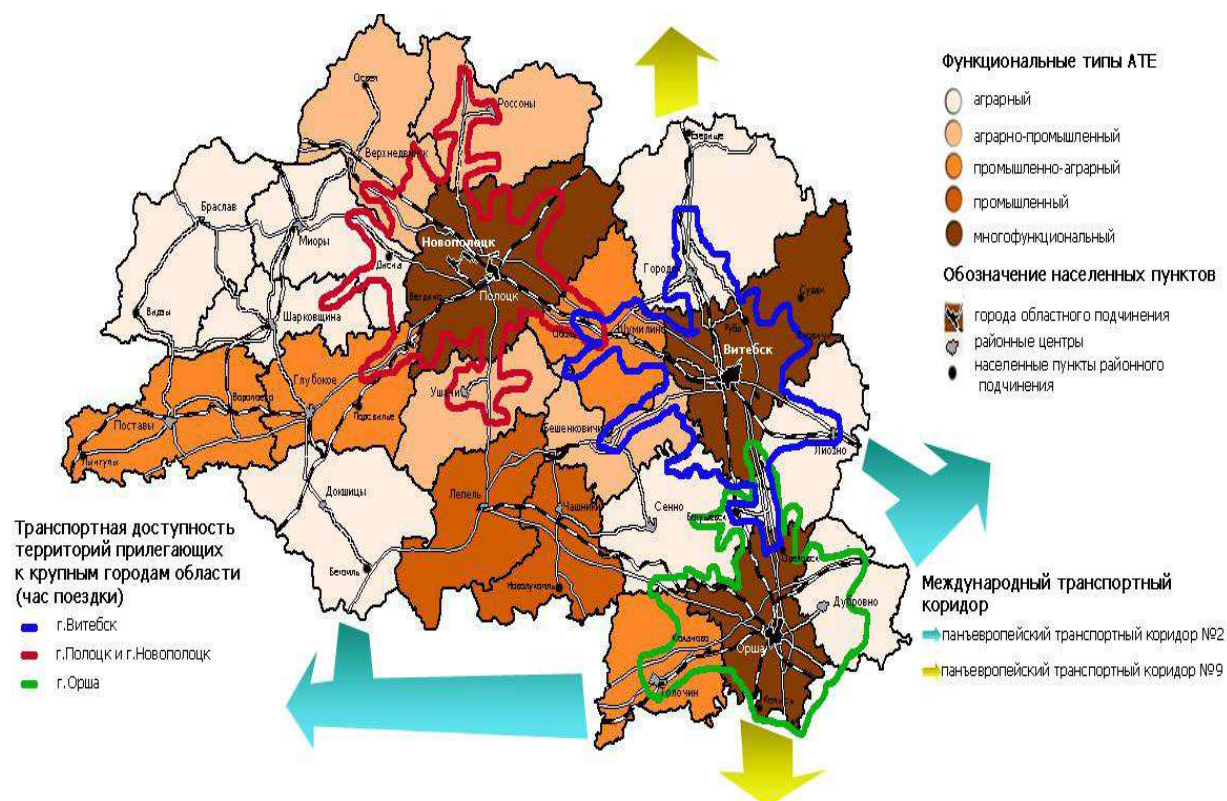


Рисунок 3. – Размещение производительных сил Витебской области

Источник: составлено на основании данных [2].

В результате проводимых исследований в структуре ВРП области основную долю занимают промышленные виды экономической деятельности, сельское хозяйство, строительство, торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования, транспорт и связь (рис. 3). Основной производственный потенциал сосредоточен в крупных городах – Витебске, Новополоцке, Орше и Полоцке, а также Новолукомле Чашникского района (рис. 3).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ридевский, Г.В. Дифференциация регионов Республики Беларусь по уровню жизни населения и необходимость коренной трансформации региональной политики / Г.В. Ридевский // Псковский регионологический журнал. – 2013. – № 15.– С. 26–37.
2. Об утверждении Программы социально-экономического развития Витебской области на 2016–2020 гг.» : решение Витебского областного Совета депутатов от 06.04.2017 №191.
3. Стратегия устойчивого развития Витебской области до 2035 г. – Витебск. – 123 с.
4. Рязанцев, С.В. Влияние миграции на социально-экономическое развитие Европы: современные тенденции / С.В. Рязанцев. – Ставрополь : Книжн. изд-во, 2001. – С. 542.
5. Регионы Республики Беларусь, 2017.

УДК 33.330

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ СИЛ

К. АТАЕВ

(Представлено: А.А. ТИВАНОВА)

В настоящее время существует несколько методов исследования размещения производительных сил. Почему говорим о них, потому что конечной целью экономико-географического описания является создание либо усовершенствование существующей схемы размещения производительных сил, а она в свою очередь будет использована при создании стратегий и концепций развития региона.

Программно-целевой метод в условиях формирования рыночных отношений имеет важное значение для разработки комплексных программ по отраслям и территориям, охватывающим все этапы работы от сбора фактических данных, оценки свойств территориальных систем, установления закономерностей их функционирования, от прогноза развития до экспертизы проектов, связанных с изменением территориальных систем. Каждая программа должна разрабатываться с учетом адресности и временного ограничения, содержать задачи конкретным исполнителям и детально разработанную систему управления.

Метод системного анализа основан на принципе поэтапности, включает определение целей, задач, постановку научной гипотезы, всестороннее изучение каждой из территориальных систем, особенности размещения и развития производительных сил (главным критерием оптимального размещения является эффективность производства, наиболее полное удовлетворение потребностей населения). Метод системного анализа рассматривает целостность системы, ее внутренние и внешние связи, увязывает сложные отраслевые и территориальные проблемы, что особенно важно в условиях повышения экономической самостоятельности регионов в условиях рыночных отношений. Этот метод наглядно показывает хозяйственный комплекс страны в его единстве и многообразии.

Статистические методы. Основываясь на отчетной статистической информации, отраслевых и региональных банках данных, этот метод позволяет обеспечить систематизацию собранных данных, придать количественную характеристику факторам, влияющим на состояние объектов, сравнить между собой сами объекты по конкретным количественным и качественным характеристикам.

Балансовый метод — один из основных методов исследования, который позволяет выбрать наиболее рациональные соотношения между отраслями, определяющими профиль хозяйства экономического района, и отраслями, дополняющими данный территориальный комплекс. Балансы необходимы при разработке вариантов размещения производств, их экономического обоснования, внутрирегиональных и межрегиональных связей. Используя балансовый метод, можно определить потребности регионов в ресурсах и товарах, в рабочей силе, оценить степень удовлетворения региона в продукции за счет собственного производства, объемы ввоза и вывоза необходимой продукции, а также выявить диспропорции в развитии хозяйственного комплекса региона и наметить пути по их устранению. Балансы позволяют оценить целесообразность размещения нового хозяйственного объекта на конкретной территории, определить его мощность и стоимость.

Картографический метод, являясь частью моделирования, имеет в то же время и относительно самостоятельное значение и позволяет наглядно представить как временной срез процессов и явлений, так и их динамику. Любая карта представляет собой мысленное, идеальное создание и выступает как определенная система большей или меньшей сложности, отображающая ту или иную сторону объекта в качестве источника нового знания о нем.

Социально-экономическая карта адекватно отражает пространственные процессы и структуру, несет в себе подробную информацию о пространственной организации общества. Тематика социально-экономического картирования постоянно расширяется. Разработаны карты размещения и пространственно-временного изменения явлений и процессов, появились прогнозные карты, карты взаимосвязей и отношений.

Метод экономико-математического моделирования используется в связи с проблемами размещения производительных сил и развития хозяйства регионов, которые становятся более сложными, а отраслевые и территориальные связи — более трудноуправляемыми. Выделяют такие направления экономико-математического моделирования территориальных экономических процессов, как:

- составление моделей территориальных пропорций развития хозяйственного комплекса страны;
- составление математических моделей по размещению различных отраслей хозяйства;

- моделирование процессов размещения производительных сил в разрезе страны и отдельных регионов;
- моделирование формирования хозяйственных комплексов регионов.

Составляя экономико-математические модели, можно отработать десятки и сотни вариантов территориальных сочетаний производительных сил, что дает оптимальное решение их территориальной организации. Метод математического моделирования вносит значительные изменения и дополнения в существующие экономико-географические методы, которые исследуют пути формирования и развития общественного производства в региональном и отраслевом разрезе.

Однако, при всех его достоинствах, при изучении регионов стоит учитывать, что важную роль играют исторические, географические, и даже этнокультурные особенности. А учет названных факторов практически не поддается математической обработке. Развитие теории невозможно без измерений, проверки, испытаний. Интересное мнение по поводу гносеологического места пространственных построений высказал географ Д. Харвей: «Пока география оставалась номотетической описанной наукой, количественная революция не могла внести особой новизны, кроме бесконечного дробления географической реальности как со стороны анализа вещественного состава, так и со стороны пространственного строения».

Резюмируя изложенное, можно отметить, что пространственные подходы, если они не являются самоцелью, а представляют собой определенный уровень обобщения для последующего конструирования реальных географических регионов, выступают в роли синтетического направления, полезного для формирования конструктивной концепции территории. Однако, увы, часто они используются только для демонстрации силы новейших математических и логических методов, и в конечном итоге они (пространственные подходы) ничего кроме вульгаризации дать не могут.

Таким образом, первый недостаток математического метода в данном случае связан с тем, что данный метод не способен охватить, описать качественные процессы в экономике и социальной сфере региона, и самое главное — дать им адекватное объяснение [1]. Изучение регионов требует знаний в различных областях знаний, и зачастую тесной кооперации с представителями гуманитарных наук, а математический метод с его усложненным математическим аппаратом значительно осложняет восприятие экономических истин и результатов представителями иных наук — в первую очередь гуманитарных и социальных. Так как изучение как регионов, так и размещения производительных сил являются предметами окружающей действительности, а математический метод состоит в том, что он виртуализирует результаты изысканий, отрывает ее от эмпирической почвы. Экономическая наука сейчас зашла так далеко, что пытается работать с трудноуловимыми процессами и механизмами, которые делают не только невозможным, но и отрицают саму возможность тривиальных замеров, традиционной верификации. Все информационно-ментальные процессы, которые сопровождают процессы развития регионов являются чрезвычайно сложными, зыбкими, динамичными и изменчивыми. Главное же — они в большинстве случаев не имеют под собой эмпирической основы.

Еще недостаток математического метода проявляется в том, что он плохо помогает решению практических проблем экономики и неэффективно работает на уровне здравого смысла, и в условиях крайне ограниченного времени на принятие решения.

Итоги нашего обсуждения роли и значения математического метода в экономике можно подвести словами английского естествоиспытателя Т. Хаксли: «Математика, подобно жернову, лишь перемалывает то, что под него засыплют, и, как, засыпав лебеду, вы не получите пшеничной муки, так, исписав целые страницы формулами, вы не получите истины из ложных предположений».

Формализацию экономического знания следует определить как метод, основанный на выявлении и фиксации формальной структуры хозяйственных процессов и явлений, а также как метод, приписывающий содержательным элементам таких процессов (или явлений) некоторые абстрактные символы и значения. Математизация экономического знания — это специфический метод формализации хозяйственных фактов, основанный на использовании процедур измерения, сравнения и счета [2]. Математическая школа — это группа экономистов, живущих в одном регионе и приблизительно в одно и то же время, чья методология явно или неявно утверждает приоритет математических методов над всеми остальными — уже во всех экономических исследованиях. Первой значительной математической школой была маргиналистская математическая школа второй половины XIX века. Математическая формализация пространственных процессов привела к тому, что выводы оторвались от существующей действительности, а в конечном итоге к кризису школы пространственного анализа, который закончился её распадом и забвением. Особое внимание также должно быть уделено математическому эксперименту — как методу более-менее успешно сочетающему в себе теоретический и эмпирический методы познания. Но неспособность охватить качественные процессы в экономике, сложность для восприятия представителями других наук, уход в «виртуализацию» экономического знания и неспособность работать на уровне здравого смысла и житейского хозяйственного опыта и в данном случае остается.

Резюмируя вышесказанное, применение математических методов возможно, но итоги их применения должны быть приняты со скепсисом, обоснование только с применением математических методов является недостаточной доказательной базой для аргументации управленческих решений.

Сравнительный метод дает возможность сопоставить ряд территориальных единиц с помощью математических приемов.

Индексный метод используется для определения специализации экономических районов и экономической эффективности размещения производительных сил.

Метод таксонирования предполагает членение территории на сопоставимые или иерархически соподчиненные таксоны — равнозначные или иерархически соподчиненные территориальные образования (административные районы). Фактически процесс районирования на любом уровне является таксонированием.

Вариантный метод чаще всего используется при разработке схем размещения производства по территории на первых этапах планирования и прогнозирования. Он предусматривает рассмотрение вариантов размещения отдельных отраслей экономики, различных уровней развития хозяйства территорий любого таксономического ранга.

Помимо этого, используются и некоторые другие методы: геоинформационный метод — новейший метод, связанный с накоплением, обработкой, хранением и использованием геоинформации, методы социологических исследований, методы сопоставления уровня жизни населения и прогнозирования развития социальной инфраструктуры.

Применение вышеперечисленных методов позволяет обеспечить рациональное размещение производительных сил, создать более совершенную территориальную структуру хозяйства и способствует повышению эффективности развития отдельного региона и страны в целом.

Объективной основой организации экономики по территории служит общественное территориальное разделение труда, закрепляющее определенные отрасли производства за определенными районами и проявляющееся как в размещении отдельных отраслей хозяйства, формировании их производственных и сбытовых зон, так и в специализации стран, экономических районов и других территориальных единиц, особом сочетании их отраслей, а также в межгосударственных, межрайонных и внутрирайонных хозяйственных связях. Тем самым разделение труда выступает в двух неразрывно связанных между собой формах — размещенческо-отраслевой и районно-комплексной.

И отраслевое, и территориальное разделение труда характеризуются экономической системой, производящей и обменивающей различную продукцию. В первом случае составными звеньями такой системы служат отраслевые единицы, во втором — территориальные. Материальными элементами разделения труда между районами и странами являются промышленные и сельскохозяйственные предприятия, индустриальные центры, узлы и районы, сельскохозяйственные зоны, населенные пункты, транспортная сеть, территориально-производственные комплексы, экономические районы и зоны.

Необходимость в информации и прогнозах территориального характера возникает теперь повсеместно, а не только в органах управления. Поэтому изучению размещения производительных сил принадлежит важное место в таких областях деятельности, как государственное и муниципальное управление, логистика, аналитические исследования, консалтинг. Почти любое крупное экономическое исследование или хозяйственное решение останутся неполноценными и незавершенными, если в них не будет затронута и учтена такая существенная сторона общественного производства, как его размещение.

Таким образом, размещение производительных сил — динамическое состояние, характеризующее распределение производительных сил по территории в соответствии с природными, социальными и экономическими условиями отдельных районов и определяемое особенностями территориального разделения труда, присущими данной социально-экономической системе.

При изучении условий размещения общественного производства особое внимание уделяют природно-ресурсному, производственному и научному потенциалу, населению и трудовым ресурсам, формам организации производства и уровню жизни населения отдельных территорий. Под особенностями размещения понимают структурные качества изучаемого явления (территориальная структура отраслей хозяйства, отраслевая структура хозяйства районов), а под эффективностью — экономическую, социальную и экологическую результативность размещения общественного производства.

Проблема создания всеобъемлющей теории рационального размещения экономики по территории страны пока не решена. Предпринимаются лишь отдельные попытки учесть фактор размещения при налаживании рациональных экономических связей. Это, в свою очередь, требует решения многофакторной оптимизационной задачи, когда факторами выступают все виды ограниченных производственных ресурсов, включая территорию страны, степень ее вовлеченности в хозяйственный оборот, многоаспектные сведения о потенциальных природных богатствах.

В процессе выбора рационального варианта использования наличного производственного потенциала страны решается задача определения наиболее рационального местонахождения предприятий.

Обоснование разумного размещения отраслей и производств базируется на анализе потребностей страны в целом и отдельных районов в определенных видах продукции, наличия производственных мощностей, сырьевых, топливно-энергетических и трудовых ресурсов.

Размещение производства представляет собой географического расположения объектов производства и сбыта, выбираемое фирмой для выполнения своих экономических функций. Факторы размещения производства. Выбор подходящего размещения зависит от многих факторов, из которых можно выделить два наиболее важных:

– природные условия и характеристики производственной деятельности фирмы (добыча полезных ископаемых или выращивание сельскохозяйственных культур, производство промежуточных или конечных продуктов, предоставление услуг);

– относительные затраты на производство на различных территориях, скорректированные с учетом сбытовых затрат, также транспортных расходов при доведении продукции до потребителей как основа создания относительных преимуществ перед остальными конкурентами.

Размещение факторов производства между альтернативными способами использования осуществляется в соответствии со структурой потребительского спроса, которая, в свою очередь, отражает некоторый заданный уровень национального дохода и распределение.

Оптимальное размещение ресурсов достигается, когда пропорции, в которых сочетаются факторы при производстве товаров и услуг, отражают их относительные затраты таким образом, стоимость производства минимальна, и когда выпуск товаров, услуг полностью отражает соотношение потребительских предпочтений в отношении этих товаров и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Изард, У. (Айзард У.) Методы регионального анализа. – М. : Прогресс, 1966. — 660 с.
2. Дергачев, В.А. Регионоведение / В.А. Дергачев, Л.Б. Вардомский. – Второе изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010 — 519 с.
3. Дергачев, В.А. Регионалистика [Электронный ресурс] / В.А. Дергачев. – 2008. – 1 CD-ROM.
4. Исаченко, А.Г. Теория и методология географической науки / А.Г. Исаченко. — М. : Академия, 2004. — 400 с.
5. Балацкий Е.В. О виртуализации экономической науки / Е.В. Балацкий // Науковедение. – 2003. – № 1. – С. 161–162.
6. Раяцкас, Р.Л. Количественный анализ в экономике / Р.Л. Раяцкас, М.К. Плакунов. – М. : Наука, 1987. – 397 с.

УДК 338.24

**ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****М.А. ГУРЧЁНОК***(Представлено: Э.Н. ВОРОНЬКО)*

Рассмотрены понятия и основные подходы к определению экономики знаний. Выявлены особенности формирования экономики знаний в Республике Беларусь. Проанализированы показатели формирования экономики знаний в современном обществе. Выявлены проблемы, которые препятствуют развитию экономики знаний в Республике Беларусь.

В настоящее время передовые в индустриальном отношении страны неуклонно отходят от ориентации на промышленное развитие и берут курс на создание экономики, основанной на знаниях. Новый, постиндустриальный этап развития общества и соответствующий ему тип экономики все больше и больше делает упор на информацию, высокие технологии, инновации, человека с его знаниями и навыками. Подобный переход мировой экономики в новое качественное состояние непосредственно связан с возрастанием роли фундаментального теоретического знания, развитием высокотехнологичных отраслей, увеличением доли сферы услуг, усилением влияния информационно-коммуникационных технологий: сотовой и спутниковой связи, цифрового телевидения и радио, глобальной сети Интернет и др. Переход от «материальной» экономики, основанной на физическом труде, механизации и автоматизации, к «интеллектуальной» экономике, характеризующейся значительным повышением роли человеческого и социального капитала, инноваций, информации, креативного труда: творческой деятельности в сферах науки и образования, корпоративных НИОКР, программирования, маркетинга и рекламы, дизайна, индустрии развлечений и др., институтов и в целом нематериальных активов, рассматривается как глобальный структурный сдвиг, который, охватывая все сферы и отрасли индустриальной экономики, изменяет ее масштаб, динамику и внутреннее содержание.

В 2004 году группой Всемирного банка был разработан индекс экономики знаний. Это комплексный показатель, характеризующий уровень развития экономики, основанной на знаниях, в странах и регионах мира. Данный показатель был разработан в рамках специальной программы «Знания для развития» (Knowledge for Development — K4D) для оценки способности стран создавать, принимать и распространять знания. В основе расчёта Индекса лежит предложенная Всемирным банком «Методология оценки знаний», которая включает комплекс из 109 структурных и качественных показателей, объединённых в четыре основные группы:

- индекс экономического и институционального режима;
- индекс образования;
- индекс инноваций;
- индекс информационных и коммуникационных технологий.

Беларусь активно принимает участие в формировании экономики знаний. Республики Беларусь присоединяется к Болонскому процессу построения общеевропейской системы высшего образования. Болонский процесс – это сближения и гармонизации систем образования стран европейского континента. Его цель – сделать сферу конкурентоспособной и привлекательной, а также создать возможность для мобильности студентов и их дальнейшего трудоустройства. Успешно развивается финансово-экономическое сотрудничество за счет совместного финансирования программ, проектов, создания специальных внеурочных фондов, унификации нормативов налогообложения, льготного кредитования инновационных проектов и предприятий, достойной оплаты труда персонала экономики знаний. Государство поддерживает разработки инновационных проектов и дает им определенную оценку. Совместное обучение, сотрудничество и работа в инновационной и образовательной сферах при отсутствии в стране межрегиональных и национальных проблем позволяет получить специалистов с новым, инновационным, рыночным мышлением и кругозором.

Экономику знаний характеризует в первую очередь постоянный рост доли НИОКР в общих расходах государства и частных фирм, а также стабильный рост капитализации высоконаучных фирм. Задачи строительства экономики знаний, реализация Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. ставят перед образовательными учреждениями страны новые проблемы, требующие решения. Целью Государственной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов, базирующихся на производствах V и VI технологических укладов. В Программе действий правительства на предстоящее пятилетие предусмотрены меры для вхождения Бе-

ларуси в число передовых стран по ведущим международным рейтингам, характеризующим инновационное развитие и конкурентоспособность.

Образование является важным элементом рейтинга экономики знаний, который составляется Всемирным Банком. Проанализировав данные индекса экономики знаний, индекса знаний, экономические стимулы и институциональный режим, инновации, образование, ИКТ, мы получили, что за период 1995-2012 гг. рейтинг Беларуси по формированию и улучшению состояния экономики знаний развивается менее динамично. Ранее Беларусь занимала 55 место в рейтинге, на момент 2012 года -59.

Государство играет большую роль в развитии экономики знаний. Качество образования напрямую зависит от доступности получения всех видов образования и переподготовки кадров, достаточно ли внимания уделяется финансированию данной сферы. Был проведен анализ данных о финансировании из госбюджета образования Республики Беларусь за 2016 г. Из данных видно, что страна небольшое внимание уделяет финансированию образования. Затраты составляют менее 1%. Внутренние затраты на научные исследования в 2016 году составляют 0,5% от ВВП, что ниже уровня расходов в 2010 году на 0,17 процентных пункта.

Исследовали индекс уровня образования в Беларуси. Индекс измеряет достижения страны с точки зрения достигнутого уровня образования её населения по двум основным показателям:

- Индекс грамотности взрослого населения (2/3 веса);
- Индекс совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования (1/3 веса).

Беларусь занимает 26 место с показателем 0,834 в рейтинге стран мира по уровню образования за 2016 г. Принято считать, что развитые страны должны обладать минимальным показателем 0,8.

Инновационное развитие страны, провозглашенное в стратегических программных документах, предполагает формирование инновационных рыночных систем, кластеров, предприятий, нацеленных на внедрение нововведений, обеспечивающих рост эффективности производства и конкурентоспособности компаний. Конкуренция, являясь определяющим фактором инновационной активности, заставляет предприятия и организации финансировать научные исследования, внедрять инновации. В белорусской промышленности сохраняются ограничивающие факторы в форме существующих условий хозяйствования действующих предприятий, вкладывающих инвестиции, как правило, в модернизацию и расширение существующих производственных мощностей. Кроме того, внедрение революционных инноваций, новых продуктов на рынок связано со значительным риском и требует эффективного механизма взаимодействия по всему инновационному циклу: наука — прикладные исследования — внедрение в производство — реализация на рынке. Новые компании потенциально более склонны к инновациям, а для успешного функционирования малых предприятий в рыночной конкурентной среде бизнес-идея должна содержать инновации. Прослеживается

Одними из главных факторов, препятствующих инновационному развитию белорусской экономики, являются:

- 1) слабая предпринимательская активность;
- 2) низкий удельный вес малых и средних предприятий;
- 3) недостаточная эффективность государственных мер по стимулированию нововведений.

В Республике Беларусь необходимо развивать инновационные компании, особенно малые инновационные предприятия как связующее звено между научной сферой и производством, выступающим в качестве потребителя научных разработок и их коммерциализации.

Главной задачей современной экономической политики Беларуси должен стать переход от экономического роста, ориентированного на дешевизну рабочей силы и капитала, на рост, обеспечиваемый высокой производительностью и инновациями. Это требует инвестиций в инфраструктуру и образование завершения создания четких грамотных условий для полноценного развития инновационных процессов, создания стимулов для полноценного участия производственного сектора в развитии науки, а главное — движения результатов НИОКР из науки в производство.

Для Беларуси необходима системная модернизация экономики на основе долгосрочной научно-технической политики. Она должна опираться на глубокий анализ причин недостаточной развитости технологической структуры, механизма активизации инвестиционно-инновационной деятельности и ориентироваться на траекторию устойчивого экономического роста, прежде всего, за счет инновационной составляющей

Указом Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 утверждена Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы.

Государственная программа направлена на достижение приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы в области эффективных инвестиций и ускоренного развития инновационных секторов экономики и является основным документом, обеспечивающим реализацию важнейших направлений государственной инновационной политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обучение в течение всей жизни и профессиональное образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/422196-Obuchenie-v-techenie-vsey-zhizni-i-professionalnoe-obrazovanie.html>. – Дата доступа: 20.07.2018.
2. Экономика знаний: сущность, основные черты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5584713/page:2/>. – Дата доступа: 20.07.2018.
3. Показатели развития экономики знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vestnik.uspu.org/releases/2012_2g/24.pdf. – Дата доступа: 14.08.2018.
4. Проблемы инновационного развития и формирования экономики знаний в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/1903/2/Zabrodsкая%20N.%20Problemy%20innovac.%20razvitiya%20i%20formirovaniya%20ekon.%20znaniy%20v%20RB%20vestnik%20BGEU%203_12.pdf. – Дата доступа: 15.08.2018.
5. Беларусь вступила в Болонский процесс: белорусские студенты могут учиться в ведущих вузах Европы Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ctv.by/belarus-vstupila-v-bolonский-process-belorusskie-studenty-smogut-uchitsya-v-vedushchih-vuzah-evropy>. – Дата доступа: 20.08.2018.
6. Постановление министерства Республики Беларусь 23 мая 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/kompleksn-razvitie-NIS/12-metody.pdf>. – Дата доступа: 23.08.2018.
7. Образование для инновационного развития стран ЕЭП: проблемы и задачи политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://9-elib.bsu.by/bitstream/123456789/41291/1/%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%20%D0%9D.%D0%98.doc>. – Дата доступа: 25.08.2018.
8. Проблемы и достижения экономического развития Республики Беларусь в условиях становления экономики знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/25431/1/Roshchenko_A_V_S_91_92.pdf. – Дата доступа: 27.08.2018.
9. Реализация концепции обучения в течение всей жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/dept/1108/i.122494/?id=788901>. – Дата доступа: 28.08.2018.
10. Социально-ориентированная рыночная экономика: черты, принципы, направления. Особенности белорусской модели развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stud24.ru/economics/socialnoorientirovannaya-rynochnaya-jekonomika-cherty-principy/47007-147218-page3.html>. – Дата доступа: 30.08.2018.

УДК 331.108

**РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА
В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ****С.Н. БАЛАБАШКИНА**
(Представлено: Э.Н. ВОРОНЬКО)

Рассмотрен человеческий капитал и его роль в инновационном развитии Республики Беларусь. Представлены пути развития человеческого капитала в нашей стране на современном этапе. Проанализированы инвестиции в образование, которые обычно разделяют на формальные и неформальные. Указано, что роль государства в инвестировании средств в образование достаточно велика и может быть реализована через побудительные и принудительные меры.

В настоящее время в Беларуси и за рубежом все большее распространение получает теория человеческого капитала. При этом под человеческим капиталом обычно понимается совокупность навыков, умений, способностей, квалификаций и интеллектуального потенциала персонала, обеспечивающих получение прибыли.

Характерной чертой современного мирового хозяйственного развития является переход ведущих стран к новому этапу формирования инновационного общества, т.е. к построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний. Уникальные навыки и способности, умение адаптировать их к постоянно меняющимся условиям, высокая квалификация становятся ведущим производственным ресурсом.

В условиях нарастания международной конкуренции за интеллектуальные ресурсы будущее нашей страны в значительной степени зависит от того, сможет ли она создать условия для развития образования (прежде всего высшего профессионального) и превратить знания в фактор экономического прогресса. Главным условием достижения такого прогресса является накопление и сохранение человеческого капитала, проведение в жизнь стратегий, побуждающих людей совершенствовать свои навыки и умения на протяжении всей жизни посредством непрерывного обучения и профессиональной подготовки.

Основателями теории человеческого капитала по праву можно считать таких известных экономистов-теоретиков, как В.Петти, А.Смитт, Дж.С.Милль и К. Маркс, которые включали полезные способности человека в основной капитал. Аналогичное понимание было и у таких экономистов, как Жан-Батист Сэй, Джордж Маккуллох, Нассау Сениор, Вальтер Рошер, Генри Маклеод, Леон Вальрс, Иоганн фон Тюнен, Ирвин Фишер.

В Республике Беларусь на современном этапе проблематикой формирования и развития человеческого капитала занимаются такие ученые-экономисты, как Бондарь А.В., Шимов В.Н., Корнеев И.В.

В то же время, в большей степени ученые рассматривают процесс формирования человеческого капитала на различных уровнях национальной экономики, не уделяя должного внимания его развитию. При этом более глубокого изучения требуют вопросы зависимости уровня инновационного развития Республики Беларусь не только от наличия (отсутствия) человеческого капитала, но и от созданных условий реализовать данный капитал в стране.

Таким образом, целью данного исследования является определение путей развития человеческого капитала в Республике Беларусь в контексте инновационного развития национальной экономики.

В экономической литературе понятие человеческого капитала рассматривается как в узком, так и в широком смысле. В узком смысле «одной из форм капитала является образование. Человеческим его назвали потому, что эта форма становится частью человека, а капиталом является вследствие того, что представляет собой источник будущих удовлетворений или будущих заработков, либо того и другого вместе» [1, с. 5-11]. В широком смысле в «Экономической энциклопедии» человеческий капитал рассматривается как «особый вид капиталовложений, совокупность затрат на развитие воспроизводственного потенциала человека, повышение качества и улучшение функционирования рабочей силы. В состав объектов человеческого капитала обычно включают знания общеобразовательного и специального характера, навыки, накопленный опыт».

Человеческий капитал – это не просто совокупность навыков, знаний, способностей, которыми обладает человек. Во-первых, это накопленный запас навыков, знаний, способностей. Во-вторых, это такой запас данных черт, который целесообразно используется человеком в той или иной сфере общественного воспроизводства и способствует росту производительности труда и производства. В-третьих, целесообразное использование данного запаса в виде высокопроизводительной деятельности законо-

мерно приводит к росту заработков (доходов) работника. И, в-четвертых, увеличение доходов стимулирует, заинтересовывает человека путем вложений, которые могут касаться здоровья, образования и др., увеличить, накопить новый запас навыков, знаний и мотиваций, чтобы в дальнейшем его вновь эффективно применить [6, с. 8-14].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что результатом является не столько формирование, сколько реализация человеческого капитала для его эффективного применения с целью роста производительности труда и, соответственно – роста дохода как рабочей силы, так и экономической системы. Следовательно, человеческий капитал можно рассматривать в качестве составляющего элемента, и (или) фактора развития экономической системы в случае его реализации.

Данное утверждение вытекает из особенностей человеческого капитала на современном этапе развития экономических систем, а именно: он является главной ценностью общества и главным фактором экономического роста; сам процесс формирования человеческого капитала требует от человека и всего общества значительных затрат (в первую очередь – в получение дополнительных знаний); человеческий капитал в виде навыков и способностей является определенным запасом, т.е. может быть накапливаемым при его формировании, и востребованным при его реализации; человеческий капитал неотделим от его носителя – живой человеческой личности; независимо от источников формирования, которые могут быть государственными, семейными, частными и др., использование человеческого капитала и получение прямых доходов контролируется самим человеком – то есть зависит от уровня его мотивации и стимулов.

При том, что человеческий капитал формируется, прежде всего, за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения (в воспитание, образование, здоровье, знания (науку), предпринимательскую способность, в информационное обеспечение труда, в безопасность граждан, экономическую свободу, а также в культуру, искусство и другие составляющие), результатом его реализации является материализация накопленных знаний, навыков и умений в готовом товаре и (или) услуге с принципиально новыми качествами.

Для дальнейшего инновационного развития Республики Беларусь человеческий капитал является наиболее ценным ресурсом как для экономики, так и для отдельной организации и для общества в целом. Именно человеческий капитал в современных условиях инновационного развития является показателем конкурентоспособности, экономического роста и эффективности.

На современном этапе развития национальных экономик на инновационной основе одним из важнейших компонентов вложений в человеческий капитал в индустриально развитых странах являются расходы на обучение на производстве. В любом обучающем проекте до 80% знаний приходится на самостоятельное обучение. Особенно это относится к профессиям специалистов: исследователей, учителей, инженеров, экспертов по компьютерам и т.д., которые призваны непрерывно обновлять квалификацию через индивидуальное изучение литературы, использование независимых обучающих программ, обучение на примере деятельности, опыта и оценок (мнений) других людей.

Инвестиции в образование по содержательному признаку обычно разделяют на формальные и неформальные. Формальные инвестиции – это получение среднего, специального и высшего образования, а также получение другого образования, профессиональная подготовка на производстве, различные курсы, обучение в магистратуре, аспирантуре, докторантуре и пр. Неформальные – это самообразование индивида, к этому виду относится чтение развивающей литературы, совершенствование в различных видах искусства, профессиональное занятие спортом и пр. [6, с. 223].

Источником вложений в человеческий капитал может выступать государство (правительство), негосударственные общественные фонды и организации, регионы, отдельные фирмы, домохозяйства (индивиды), международные фонды и организации, а также образовательные учреждения.

В настоящее время роль государства в этой области достаточно велика. Государство прибегает как к принудительным, так и к побудительным мерам в этой области. К принудительным мерам относятся обязательное для всех формальное образование в объеме средней школы, обязательные медицинские профилактические мероприятия (прививки) и др. Однако главными мерами являются побудительные. Правительство располагает двумя действенными способами, которые используются с целью изменения размеров частных инвестиций в человека, предпринимаемых автоматически через рынок: оно может повлиять на доходы тех, кто делает (через систему налогов и субсидий), а также в состоянии регулировать цену приобретения человеческого капитала (регулируя цены используемых ресурсов). Особенно велика роль государства в важнейших сферах формирования человеческого капитала – в сфере образования и здравоохранения.

В создании активов человеческого капитала весьма важна роль отдельных компаний (фирм). Они зачастую выступают в качестве самых эффективных производителей этого капитала, поскольку владеют условиями, при которых может быть дана соответствующая текущим потребностям подготовка персонала, а также обладают информацией о наиболее перспективных направлениях вложения средств в

обучение и подготовку. Однако организации осуществляют инвестиции до тех пор, пока эти инвестиции приносят чистый доход.

Инвестируя в своих сотрудников, организации стремятся активизировать их трудовую отдачу, повысить производительность труда, сократить потери рабочего времени и тем самым укрепить свою конкурентоспособность. Средства вкладываются в организацию курсов профессиональной подготовки и переподготовки, идут на оплату расходов работников на лечение и профилактические мероприятия, на строительство физкультурных и оздоровительных центров. По масштабам затрат внутрифирменное обучение в развитых странах сопоставимо с другими секторами подготовки кадров.

Республика Беларусь достигла значительных успехов в повышении охвата образованием и уровня знаний. Основными достижениями являются: в республике функционирует 3038 учреждений общего среднего образования (далее – УОСО) без учета учреждений специального образования, в том числе 3011 УОСО – в системе Министерства образования, 16 – в системе иных министерств, 11 частных учреждений. В текущем учебном году в УОСО обучается 959,7 тыс. человек, в том числе УОСО Министерства образования – 955,4 тыс. учащихся, УОСО иных министерств – 3,6 учащегося, частных УОСО – 754 учащихся. При том, что с 2010 по 2015 года количество УОСО в системе Министерства образования сократилось на 505 (с 3516 учреждений до 3011), контингент учащихся увеличился на 15 тыс. человек (с 940,4 тыс. человек до 955,4 тыс. человек).

Система высшего образования в Республике Беларусь развивается с учетом мировых тенденций в сфере высшего образования, стратегии перехода страны к инновационной экономике и является основным источником формирования кадрового потенциала страны. Учреждения высшего образования УВО обеспечивают подготовку специалистов по всем направлениям экономики и социальной сферы с учетом структуры и потребностей рынка труда. Подготовка кадров с высшим образованием осуществляется по 15 профилям образования, включающим 384 специальности, 317 направлений специальностей и свыше 1000 специализаций. В стране в соответствии с мировыми тенденциями реализована двухступенчатая система высшего образования. На 10000 человек занято в экономике приходится 174 специалиста с высшим образованием.

Положительно на развитие человеческого капитала в Республике Беларусь влияет повышение уровня квалификации учителей: 90% учителей в средней школе имеют специализированное педагогическое образование.

Личные расходы граждан на образование являются умеренными, что свидетельствует о широкой доступности образования в Республике Беларусь. За последние 6 лет в среднем в год расходы на образование составляли от 2 до 3% от общего объема расходов домашних хозяйств.

Государственные расходы на образование составляют около 5 процентов ВВП, однако проблема состоит в повышении эффективности качества образовательных услуг в соответствии с современными потребностями экономики и ее ориентации на инновационный путь развития, что требует подготовку специалистов с высоким уровнем инновационного потенциала.

В то же время, заработная плата учителей и педагогов остается сравнительно низкой, что создает сложности в привлечении и удержании квалифицированных педагогических кадров.

Существующая система финансирования образования не создает стимулов для эффективного распределения ресурсов органами местного управления. Более того, присутствуют признаки озабоченности качеством образования и его соответствия потребностям экономики. Усиливается серьезность проблемы несоответствия квалификации работников требованиям рынка. В Республике Беларусь больше предприятий, чем в любой другой европейской стране отмечают, что сложности с подбором квалифицированных работников являются сдерживающим фактором для их развития.

Таким образом, первоочередным мероприятием для формирования человеческого капитала в Республике Беларусь является повышение эффективности управления качеством и функционирования системы образования. Кроме того, участие в международных программах оценки знаний, таких как Международная программа ОЭСР по оценке образовательных достижений учащихся (PISA), может принести положительный результат.

Таким образом, в нынешней инновационной экономике большую роль играет человеческий капитал.

Человеческий капитал представляет собой накопленный запас навыков, знаний, способностей, который целесообразно используется человеком в той или иной сфере общественного воспроизводства и способствует росту производительности труда и производства. Использование данного запаса в виде высокопроизводительной деятельности закономерно приводит к росту заработков (доходов) работника, стимулирует человека к внедрению инноваций.

Человеческий капитал формируется, прежде всего, за счет инвестиций, которые окупаются после его реализации. Из всех видов инвестиций в человеческий капитал наиболее важными являются вложения в здоровье и в образование. Источником вложений в человеческий капитал может выступать госу-

дарство (правительство), негосударственные общественные фонды и организации, регионы, отдельные фирмы, домохозяйства (индивиды), международные фонды и организации, а также образовательные учреждения.

При этом, проведенное исследование выявило следующие проблемы:

1) в теоретическом плане – это опосредованное рассмотрение процесса развития человеческого капитала учеными, что не позволяет установить непосредственную его связь с инновационным развитием;

2) в практическом плане – это недостаточное финансирование системы образования в Республике Беларусь, что приводит к низкому уровню заработной платы учителей и педагогов, и не способствует в полной мере мотивации труда данной категории работников.

Разрешение данных проблем требует как уточнение самой методологии человеческого капитала, так и практических действий правительства Республики Беларусь в части повышения оплаты труда учителей и преподавателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондарь, А.В. Человеческий капитал – ключевой ресурс постиндустриального общества / А.В. Бондарь, И.В. Корнеев // Вестник БГЭУ. – 2006. – № 1. – С. 5–11.
2. Бондарь, А.В. Человеческий капитал в контексте макроэкономической стабилизации и конкурентоспособности национальной (малой открытой) экономики / А.В. Бондарь [и др.] ; под ред. А.В. Бондаря. – Минск : Ред. газ. «Настаўн. газ.», 2006. – С. 336.
3. Лебедева, С.Н. Инвестиции в человеческий капитал: предпосылки и перспективы / С.Н. Лебедева, Т.В. Малашенко, Э.И. Петрович // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2000. – № 7. – С. 35–40.
4. Казарьян, М. Концептуальные подходы к формированию конкурентоспособного человеческого капитала / М. Казарьян // Человек и труд. – 2008. – № 10. – С. 30.
5. Корнеев, И.В. Концептуальные основы теории человеческого капитала / И.В. Корнеев // Экономика и управление. – 2008. – № 2 (14). – С. 129–133.
6. Корнеев, И.В. Человеческий капитал: проблемы формирования, накопления и использования : моногр. / И.В. Корнеев ; под общ.науч. ред. проф. А.В. Бондаря. – Минск : БГЭУ, 2008. – С. 223.
7. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf>. – Дата доступа: 28.08.2018.
8. Человеческий потенциал Республики Беларусь / С.Ю. Солодовников [и др.] ; науч. ред. П.Г. Никитенко / Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Беларус. навука, 2009. – С. 416.

УДК 330.332

**ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА
И СТИМУЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****А.В. ИГНАТЬЕВА, А.И. МЕДВЕДЬ****(Представлено: канд. экон. наук, доц. С.В. ИЗМАЙЛОВИЧ)**

Рассматриваются зарубежные методики оценки инвестиционного климата регионов, проблемы, препятствующие инновационному развитию Республики Беларусь, а также опыт зарубежных стран к стимулированию внедрения инноваций.

Важнейшими целями и задачами любого государства являются: развитие экономики и повышение качества жизни населения. Для реализации данных целей важным условием является активная инвестиционная и инновационная деятельность, которые в свою очередь зависят от благоприятного инвестиционного климата регионов и страны в целом.

Анализ и оценка инвестиционного климата является важнейшим аспектом принятия любого инвестиционного и инновационного решения. От того как правильно была проведена оценка инвестиционного климата зависят последствия как для инвестора, так и для экономики региона и страны.

В Республике Беларусь методика оценки инвестиционного климата региона не проработана на достаточном методическом уровне, поэтому потенциальный инвестор при принятии инвестиционного решения рассматривает его в целом по стране. А в нынешних условиях развития белорусской экономики должно проявляться соперничество между областями за инвестиционные ресурсы. Властям регионов необходимо реально оценивать свои конкурентные преимущества, сильные и слабые стороны для осуществления инвестиционной деятельности. Так, правильная методика оценки позволит грамотно презентовать преимущества региона в глазах инвесторов.

Существует множество зарубежных методик оценки инвестиционного климата регионов, однако они недостаточно адаптированы под белорусские реалии. К ним относятся:

- методика оценки инвестиционных рисков Institute for Advanced Studies (IAS) по заказу Банка Австрии (1995 г.);
- методика Совета по изучению производительных сил (И.И. Ройзман, И.В. Гришина, А.Г. Шахназаров);
- авторская методика оценки инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата региона В.В. Литвиновой;
- методика Института экономики РАН;
- методика российского рейтингового агентства «Эксперт РА»;
- методика расчётов индексов инвестиционной привлекательности регионов (совместные исследования Экспертного института Центра по изучению России и Восточной Европы Бирмингемского университета) и др.

Каждая методика характеризует инвестиционный климат регионов страны с разных точек зрения, что связано с различием целей, которые ставили перед собой разработчики. На наш взгляд, наиболее комплексный новый подход относительно данной проблемы был предложен Литвиновой В.В. Но стоит учитывать тот факт, что методика разработана для регионов Российской Федерации, для которой характерна другая социально-экономическая ситуация, поэтому ее следует адаптировать под условия нашей страны.

Методика в той или иной степени применяет все методы оценки инвестиционного климата. К ним относятся:

- экономико-математические методы,
- факторный анализ,
- метод экспертных оценок.

Основные этапы комплексной методики оценки выглядят следующим образом [1]:

1. Определение целей оценки инвестиционного климата региона и форм планируемых инвестиций.
2. Оценка инвестиционной привлекательности региона.
 - 2.1. Определение частных индикаторов и формирующих их показателей.
 - 2.2. Определение значимости каждого индикатора и показателя.
 - 2.3. Сбор необходимой информации.
 - 2.4. Проведение расчётов.
 - 2.5. Определение итоговой величины инвестиционной привлекательности региона.
3. Построение рядов динамики.

4. Использование статистических методов анализа динамического ряда

5. Формулировка выводов

Основные изменения в данной методике, для адаптации ее к процедуре оценки регионов Республики Беларусь, на наш взгляд будут отражаться:

- в выборе частных индикаторов и формирующих их показателей,
- в выявлении для перечня выбранных факторов весовых коэффициентов приемлемых для нашей экономики.

Далее перейдем к рассмотрению опыта зарубежных стран к стимулированию инноваций. В Республике Беларусь существует ряд проблем, которые затормаживают, а иногда и вовсе препятствуют инновационному развитию. Среди этих проблем главными, безусловно, остаются:

- a) Недостаточность собственных средств и отсутствие финансирования;
- b) Отсутствие квалифицированных кадров;
- c) Отсутствие точной законодательной базы.

Страны – не лидеры инноваций должны сначала внедрить организационные и управленческие инновации. В этом вопросе интересен опыт Китая: в Китае в течение многих лет внедряли одну за другой инновации организационной и кадровой политике, в государственном управлении и культуре. Инновации в области управления полностью отвечали национальной и социально-экономической специфике на данном этапе развития и внедрение осуществлялось как плавный переход от старых привычных способов управления к новым. Примерами таких инноваций являются переход от сельских народных коммун к семейному подряду, создание специальных зон двухколейной системы в экономике, в политике – консультативная демократия. Это позволило КНР создать необходимую инфраструктуру для развития, а потом уже осуществлять это развитие и избежать традиционной утечки собственных продуктовых инноваций на Запад.

Интересным может быть анализ опыта Сингапура. Сингапур был небольшим сельскохозяйственным островом, а сейчас является одним из самых высокоразвитых и конкурентоспособных государств в мире. Всё потому, что ещё в середине XX века Сингапур решил сделать акцент на человеческом капитале как главном источнике для развития экономики государства, были увеличены расходы на образование в 2 раза.

В нашем государстве отсутствуют возможности для получения опыта и проведения исследований ещё на ранних стадиях получения образования. Интересным в этом вопросе может быть опыт Сингапура, где была создана программа «Fast Track @School», целью которой было поощрение школ к работе с промышленными предприятиями для развития и тестирования мультимедиа-контента на широкополосной сети.

Самыми большими проблемами при ведении бизнеса в Республике Беларусь являются инфляция, валютное регулирование, налоговые ставки, трудный доступ к кредитным ресурсам. Для решения последней проблемы также можно опереться на опыт Сингапура. В Сингапуре существует грантовая поддержка для предпринимателей, впервые создающих бизнес-проект. Помимо гранта программа также подбирает проекту наставника, который будет поддерживать устойчивый рост в течение первого года проекта.

Для более эффективного создания инновационной продукции необходимо создавать коллаборации единомышленников, что возможно при проведении хакатонов.

В части изменения налогового законодательства, опираясь на зарубежный опыт, могут быть применены вычеты расходов на НИОКР из годового дохода. Например, в Австралии и Сингапуре из налогооблагаемого дохода вычитаются суммы, в 1,5 – 2 раза превосходящие затраты на НИОКР. А в Нидерландах данную скидку применяют только к сумме заработной платы учёных и инженеров, занятых НИОКР [2].

В Японии используются специальные механизмы финансовой поддержки инновационных предприятий. Основу их составляют «мягкие займы». Если обычный займ в современной Японии можно получить под 4–8%, то «мягкий займ» для инновационных предприятий означает половину этой процентной ставки за использование кредита. Стимулирование кооперативной деятельности инновационных предприятий производится путем объединения малых предприятий в кооперативы (сугубо японский подход, означающий, что можно получить землю, льготные кредиты под развитие новых технологий, под транспорт, общую стоянку для автомашин и пр.) [2].

Французский опыт в инновационном развитии связан с созданием кластеров. Важнейшим преимуществом кластерного подхода для целей инновационного развития, является то, что этот подход фокусирует внимание на использовании продукта одной отрасли для нужд других. В региональных кластерах сокращается время на разработку инноваций ввиду того, что организации имеют доступ к информации по усовершенствованию производственного процесса, а образовательные и научно-исследовательские центры новые знания.

Также необходимо внедрить изменения в амортизационную политику, главное правило – применение ускоренной амортизации. Ускоренная амортизация – главное средство ухода предприятий от негативных последствий инфляции и морального износа основных фондов. Следует расширить возможность применения ускоренной амортизации, особенно для малых предприятий, для ускоренного формирования амортизационного фонда с целью инновационного развития за счёт ускоренного внедрения новой техники и технологий. Массовое применение ускоренной амортизации позволит увеличить налоговые поступления для государства, расширить производство на новой технической основе, не увеличивая при этом издержки. Ускоренную амортизацию необходимо рассматривать как главное средство инновационного развития предприятий и экономики страны в целом.

Таким образом, мероприятия по улучшению инвестиционного климата, в частности по совершенствованию методики его оценки на региональном уровне, а также подходы к стимулированию инновационной деятельности могут стать мощным фундаментом дальнейшего развития экономики Республики Беларусь в ближайшей перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литвинова, В.В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона : моногр. / В.В. Литвинова. – М. : Финансовый университет, 2013. – 116 с.
2. Рюмина, Ю. Зарубежный опыт налогового стимулирования инновационной деятельности / Ю. Рюмина // Весник Томского гос. ун-та [Электронный ресурс]. – 2012. – № 3 (19). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/zarubezhnyu-opyt-na>. – Дата доступа: 21.09.2018.

УДК 331.104

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ОАО «ВИТЕБСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»**А.В. БАРАНОВА***(Представлено: Э.Н. ВОРОНЬКО)*

Сформулированы основные составляющие материальной и нематериальной мотивации сотрудников. Проведен анализ социального развития организации и выявлены его основные проблемы. Проведено анкетирование сотрудников организации.

ОАО «Витебский мясокомбинат» является одним из крупнейших производителей мясной продукции в Республике Беларусь.

Социально-экономические отношения между нанимателем и работниками в ОАО «Витебский мясокомбинат» регулируются коллективным договором.

Система вознаграждения за труд в организации - это материальное и нематериальное вознаграждения, получаемые сотрудником за предоставление организации своего времени, здоровья и профессиональных знаний, навыков и опыта.

Социальная составляющая в деятельности организации является важным элементом ее кадрового, производственного, экономического потенциала. Основное назначение социальной политики заключается в том, что предоставляемые организацией социальные услуги могут способствовать обеспечению роста производительности, эффективности и качества труда работников.

К материальной мотивации сотрудников относятся:

- регулирование оплаты труда в соответствии с законодательством Республики Беларусь и на основе Единой тарифной сетки Республики Беларусь;
- доплата за совмещение профессий (должностей), расширение зоны обслуживания (увеличение объема выполняемых работ) и выполнении обязанностей временно отсутствующего работника;
- доплата за работу в ночное время или в ночную смену при сменном режиме работы;
- доплата за руководство бригадой;
- доплата за работу во вредных условиях труда;
- вручение премии или ценного подарка работникам за успехи в труде, в честь праздника Дня работника сельского хозяйства, юбилей организации;
- новогодние подарки для детей сотрудников;
- премирование работников за экономию и рациональное использование топливно-энергетических и материальных ресурсов.

К нематериальной мотивации сотрудников в ОАО «Витебский мясокомбинат» относятся:

- руководители лично поздравляют каждого работника с юбилейными датами и в присутствии коллег отмечают его достижения. Обстановка получается одновременно праздничная и душевная;
- гибкий график работы;
- обучение за счет организации;
- дополнительные выходные дни;
- благоприятная атмосфера в рабочем коллективе;
- возможность продвижения по службе;
- лояльное отношение руководства к стилю одежды;
- возможность открыто говорить с руководителем о своих трудностях и достижениях;
- оздоровление детей в загородных лагерях в летний период;
- предоставление спецодежды, спецобуви;
- предоставление спецпитания (молоко) за вредные условия;
- предоставление специально транспорта, привозящего сотрудников к месту работы и обратно.

В ОАО «Витебский мясокомбинат» есть свое общежитие, в котором живут сотрудники организации, приехавшие с села, других городов, беженцы с Украины. Также организация помогает приобрести свое жилье, а если кто-то уже строит его, то его заработная плата не облагается подоходным налогом.

В ОАО «Витебский мясокомбинат» денежные средства на социальные выплаты распределяются следующим образом (табл.).

Как видно из таблицы, основная заработная плата работников состоит из месячных тарифных ставок и должностных окладов, работников с повременной оплатой труда и сдельных расценок для работников сдельной оплатой труда, что составляет в 2016 году 49,07 % в фонде оплаты труда.

Таблица. – Динамика фонда оплаты труда за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г. (тыс. руб.)	2015 г. (тыс. руб.)	2016 г. (тыс. руб.)	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2015 г. – 2014 г.	2016 г. – 2015 г.	2015 г. /2014 г.	2016 г. /2015 г.
Фонд оплаты труда (ФОТ)	10 628,30	11 676,20	12 184,40	1 047,90	508,20	109,86	104,35
Зарплата, начисленная на основе часовых и (или) месячных тарифных ставок (окладов) за отработанное время, включ. индексацию	5 199,00	5 707,40	5 978,60	508,40	271,20	109,78	104,75
Выплаты стимулирующего характера:							
*профмастерство, классность, стаж и др.	1 557,40	1 592,90	1 774,40	35,50	181,50	102,28	111,39
* ежемесячные и ежеквартальные премии и вознаграждения	2 212,50	2 632,70	2 667,20	420,20	34,50	118,99	101,31
* денежная компенсация всем или большинству работников на питание, проезд и др.	51,00	113,20	63,40	62,20	- 49,80	221,96	56,01
* единовременные премии и вознагражд., в т. ч. за стаж и по итогам работы за год	5,20	11,30	9,70	6,10	- 1,60	217,31	85,84
* мат. помощь всем или большинству (к отпуску, на овощи и др.), затраты на подарки к юбилеям и др.	16,50	28,30	34,10	11,80	5,80	171,51	120,49
Выплаты компенсирующего характера	707,60	653,20	611,80	- 54,40	- 41,40	92,31	93,66
Оплата за неотработанное время (отпуск, учеба, материнские, гос. с/х работы, пов.квалиф, медосмотр, вынужденный прогул и др.)	879,10	937,10	1 045,10	58,00	108,00	106,60	111,52

Выплаты стимулирующего характера составляют 37,33 %, из них 58,64 % - ежемесячные премии и вознаграждения и 39,01 % - выплаты за профессиональное мастерство, надбавки за стаж и классность, что позволяет заинтересовать работников в выполнении особо важных работ, повышении уровня механизации и автоматизации процессов, за выполнение работы в сжатые сроки, за другие показатели труда и виды работ.

Выплаты компенсирующего характера составляют 5,02 % фонда оплаты труда, так как технологический процесс производства мясопродуктов связан с работами во вредных условиях труда и режимом работы в ночные смены.

За исследуемый период наблюдается положительная динамика выплат стимулирующего характера (в 2016 году выросли на 3,89 %) и выплат за неотработанное время (в 2016 году выросли на 11,52 %). Также наблюдается небольшое снижение выплат компенсирующего характера, а именно, на 6,34 %.

В целом, можно сделать вывод, что исследуемая организация заботится о своих работниках и выделяет достаточно денежных средств для их мотивации и безопасных условий труда.

Администрация и профсоюзный комитет организации постоянно уделяют внимание охране и организации труда, соблюдению техники безопасности.

Функции отдела охраны труда и окружающей среды ОАО «Витебский мясокомбинат» включают в себя:

- оснащенность организации современной техникой, степень механизации и автоматизации работ, применение эффективных технологий и материалов;
- организация труда с учетом внедрения современных научно-технических достижений в производство, поддержки автономности рабочих групп, укрепления трудовой, производственной и технологической дисциплины, усиления самостоятельности;
- сокращение тяжелых и вредных для здоровья работ, выдача при необходимости специальной одежды и других средств индивидуальной защиты;
- соблюдение санитарно-гигиенических норм, в том числе по состоянию производственных помещений и оборудования, чистоте воздуха, освещенности рабочих мест, уровню шума и вибрации;
- наличие (и удобства) бытовых помещений (раздевалок, душевых), медпункта, буфетов, туалетов и т.п.

Социальную защиту работников организации составляют мероприятия по социальному страхованию и соблюдению других социальных гарантий, установленных действующим законодательством, коллективным договором, трудовыми соглашениями и иными правовыми актами.

Соблюдение норм социальной защиты работников организации на должном уровне позволит организации снизить текучесть кадров, участвовать в государственных программах развития, что также будет способствовать повышению эффективности производства, стабилизации социальной ситуации и увеличению прибыли организации.

Стимулирование требуемого уровня результативности труда работников можно добиться двумя путями: либо подбирая персонал с соответствующей внутренней мотивацией, для которого важное значение имеет свое внутреннее удовлетворение достигаемыми результатами, либо путем внешней мотивации, при которой происходит удовлетворение желаний и потребностей человека через систему его стимулирования, как материального, так и морального.

Для оценки эффективности социальной политики ОАО «Витебский мясокомбинат» было проведено анкетирование работников, в котором приняли участие 37 человек. Работникам была предложена анонимная анкета, состоящая из 9 вопросов, основными вопросами в которой были следующие.

1. Устраивает ли Вас заработная плата, которую Вы получаете?
2. Устраивают ли Вас условия труда (шум, освещенность, температура, чистота и др.)?
3. Устраивает ли Вас обеспечение рабочего места всем необходимым?
4. Устраивает ли Вас состояние бытовых помещений (раздевалка, столовая и др.)?
5. Часто ли в Вашей работе возникают конфликтные ситуации с другими работниками.

Им предлагалось выбрать следующие варианты ответов на указанные выше вопросы: «да», «скорее да», «скорее нет», «нет».

На основании ответов, полученных на первый вопрос, можно сказать, что заработная плата устраивает лишь 70 % опрошенных, а остальные 30 % не удовлетворены ее. Таким образом, следует предпринять меры для того, чтобы удовлетворить эти 30 % и тем самым повысить производительность их труда.

Исходя из ответов на второй вопрос, можно сделать вывод, что условия труда в организации вполне устраивают ее работников, так как положительные ответы дали 99 % респондентов из 100 % опрошенных.

Анализируя ответы на третий вопрос, можно сказать о том, что у работников есть все необходимое для эффективной работы, так как положительные ответы работников составляют 98 % от общего числа опрошенных.

На четвертый вопрос ни один из опрошенных работников не дал отрицательный ответ, следовательно, можно сделать вывод о том, что их устраивает состояние бытовых помещений организации.

Исходя из ответов работников на пятый вопрос, можно сделать вывод о том, что 73 % ответов имеют положительную оценку, и это говорит о том, что между работниками организации присутствует напряжение, которое мешает эффективности их работы.

К сожалению, опрос сотрудников ОАО «Витебский мясокомбинат» выявил случаи неполного удовлетворения социальной политикой в организации (особенно это касается заработной платы и наличия конфликтных ситуаций). Следовательно, она нуждается в доработке и совершенствовании, так как уро-

вень развития социальных услуг в организации влияет на определение его положения на рынке труда. Если организация представляет своему персоналу значительный объем социальных услуг, необходимых работникам, то она будет выгодно отличаться от других организаций. Это, в свою очередь, является хорошей основой для привлечения новых работников и сохранения существующего персонала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шимов, В.Н. Национальная экономика Беларуси: учебник/ В.Н. Шимов [и др.]; под ред. В.Н. Шимова. – 3-е изд. – Минск: БГЭУ, 2009 - 751 с.
2. Бизнес-план ОАО «Витебский мясокомбинат» за 2016 год.

УДК 331.104

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В ОАО «ВИТЕБСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

А.В. БАРАНОВА

(Представлено: Э.Н. ВОРОНЬКО)

Предложены мероприятия по совершенствованию социального развития исследуемой организации, которые включают создание документа «Социальная политика», участие работников в прибыли организации и мероприятия по сплочению коллектива.

Социальное развитие организации означает изменение к лучшему в ее социальной среде. В целом, оно включает в себя весь сложный механизм, приводящий в действие человеческую активность, последовательно развертывающуюся цепь потребностей, интересов, мотивов и целей, которые побуждают людей к труду, конкретизируют деловую ориентацию и ценностные установки персонала [1].

Для того, чтобы совершенствовать социальное развитие в организации предлагаются следующие мероприятия:

I. Формирование такого документа в исследуемой организации, как «Социальная политика», который позволит упорядочить предоставление социальных льгот, создать гибкие рычаги управления персоналом (путем изменения существующих систем нематериального стимулирования) и формировать отчетность, позволяющую вести финансовый и количественный учет денежных средств, а также предоставляемых льгот.

Социальная политика – базовый документ, на основании которого могут создаваться локальные нормативные акты, расширяющие понятие тех или иных льгот, определяющие и вносящие изменения в схемы их предоставления и учета [2]. Принимая во внимание, что социальная политика – это во многом концептуальный документ, предельно конкретизировать его нецелесообразно, т. к. при изменении финансового положения организации переутвердить социальную политику намного сложнее, чем вносить изменения в локальные акты.

После утверждения социальной политики, в рамках существующих направлений вводятся конкретные локальные акты, которые в деталях определяют схему реализации льгот, ответственность по каждой из них и структуру финансирования. Структуру механизма работы документа «Социальной политика» представим на рисунке.

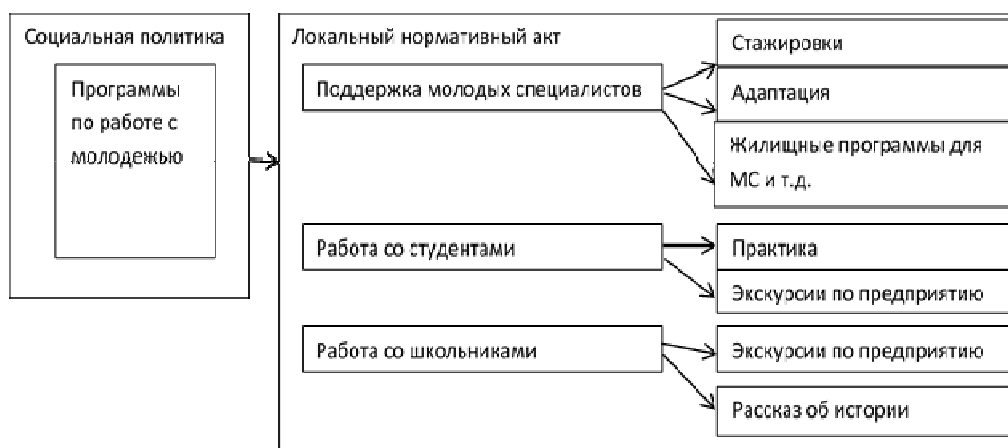


Рисунок. – Структура механизма работы документа «Социальной политика»

Правильно организованная социальная структура позволяет не допустить социальной напряженности и возникновения конфликта в организациях с уже оформившейся корпоративной культурой, а также поддерживает стабильность в стартующих и активно развивающихся.

Очень важно, чтобы методы социальной политики были правильными, а их применение - своевременным, т. к. сегодняшний работник часто не понимает, за что ему предоставляются льготы - просто воспринимает их как должное. Подобные допущения являются одной из главных причин увеличения затрат организации и потока жалоб, а также объясняют, почему принятая и всеми утвержденная социальная политика не приносит ожидаемых результатов.

Итак, при разработке социальной политики необходимо представлять себе не только ее структуру, но и пути дальнейшего развития. Важно помнить, что на основе этого документа предполагается принимать локальные нормативные акты, где в максимально персонифицированной форме будут обозначены предоставляемые социальные льготы и гарантии. Это обеспечит их финансовый мониторинг и сформирует отчетность по их использованию. Последняя может быть задействована организацией как в качестве статистических данных, так и базы для учета существующих и расчета будущих затрат.

II. Далее, предлагается применить на заводе практику участия работников в распределении прибыли от деятельности ОАО «Витебский мясокомбинат», что будет способствовать повышению их мотивации к высокопроизводительному труду.

Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности организации. Наличие прибыли в организации означает, что его доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.

Прибыль обладает стимулирующей функцией, одновременно являясь финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов организации.

Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении организации после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития организации, материального поощрения работников.

Существующий в настоящее время порядок финансирования мероприятий социального характера осуществляется за счет фондов потребления и накопления.

Фонд накопления, образуемый за счет прибыли, используется на приобретение и строительство основных фондов производственного и непроизводственного назначения и осуществление других капитальных вложений, которые не носят безвозвратный характер; кроме того, этот фонд используется для финансирования мероприятий безвозвратного характера:

- проведение научно-исследовательских работ;
- природоохранная деятельность;
- расходы сверх установленных норм включения в себестоимость для налогообложения (повышение квалификации, командировочные, представительские расходы и др.);
- уплата штрафных санкций в случае сокрытия (занижения) прибыли, нарушений требований по охране окружающей среды и ряд других расходов.

Все большая весомость социального фактора производства - многопланово развивающегося наемного работника - актуализируется в последнее время большинством научных школ и, главное, практикой. Социально ориентированный, гуманитарный подход, учитывающий влияние глобальных факторов на экономику персонала, признающий глубокую взаимозависимость и взаимопроникновение таких сфер человеческой деятельности, как экономика, политика, мораль, культура, право и т.д., учитывающий возможность эффективного решения экономических задач неэкономическими средствами, осуществляется посредством использования термина «социально-трудовые отношения».

Преимущества и недостатки участия работников в прибыли организации представлены в таблице [3].

Таблица. – Аргументы «за» участие и «против» участия работников организации в прибыли

Аргументы «за» участие работников в прибыли	Аргументы «против» участия работников в прибыли
<p>Применение данных программ в виде пенсионных или инвестиционных программ для сбережения средств сотрудников. Применение в качестве одной из составляющих развития привлекательной компенсационной системы, которая удерживала бы имеющихся сотрудников и позволяла фирме привлекать новых. Применение в качестве средства повышения продуктивности компании путем увеличения у сотрудников мотивации, приверженности, склонности к сотрудничеству и интереса к компании</p>	<p>Некоторые владельцы не видят для себя значительной выгоды от дележа с таким трудом заработанной прибыли. Существуют философские причины: если участники не принимают участия в рисках компании (т.е. не инвестируют свой собственный капитал), то почему они должны получать право на прибыль? Многие, особенно частные корпорации, не желают обнародовать любую финансовую информацию, что необходимо делать в случае распределения прибыли. Большая часть фирм верит, что или их прибыль, или их рабочая сила слишком нестабильны, чтобы применять программы участия в прибыли. Многие фирмы могут принять эту идею, но необходимы квалифицированные эксперты, чтобы разработать и внедрить программу</p>
<p>Философские причины (некоторые владельцы компаний верят, что следует делиться своей прибылью с теми, кто помогает ее получить)</p>	

III. При планировании социального развития организации необходимо учитывать такой важный фактор, как морально-психологический климат в коллективе. Снижение напряженности в коллективе может быть достигнуто в результате проведения определенной работы.

Кадры являются основой любой организации. Без людей нет организации. В условиях современной научно-технической революции постоянно растет интерес к явлению социально-психологического климата коллектива.

Совершенствование социально-психологического климата коллектива – это задача развертывания социального и психологического потенциала общества и личности. Формирование благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда. Вместе с тем, социально-психологический климат является показателем уровня социального развития коллектива и его психологических резервов, способных к более полной реализации. А это, в свою очередь, связано с перспективой возрастания роли социальных факторов, с совершенствованием как организации, так и условий труда. От уровня оптимальности социально-психологического климата каждого отдельного трудового коллектива во многом зависит и общая социально-политическая, идеологическая атмосфера общества, страны в целом.

Иногда люди забывают о том, что организация – это нечто большее, чем просто совокупность отдельных работников. Организация не является социальным вакуумом, совместная работа порождает свой собственный динамизм. Если вы хотите добиться устойчивых результатов, то прежде чем что-то получить, вы должны что-то вложить. Меры по повышению эффективности труда отдельных работников должны дополняться определенными действиями по укреплению солидарности членов трудового коллектива.

Поэтому необходимо, чтобы менеджеры имели фундаментальные знания по психологии. Искусство мотивации заключается в освобождении эмоциональной энергии человека и требует от мотиватора чувствительности и терпения. Знание психологии необходимо даже для маленького, но важного изменения позиции руководителей по отношению к их персоналу. Персонал, в свою очередь, также изменит свое отношение к руководителям. «Что посеешь, то и пожнешь».

Удача в бизнесе приходит к тому, кто обеспечил все условия для ее привлечения и сохранения.

Для оздоровления климата необходимо применить ряд организационных и социально-психологических приемов.

Организационные приемы предполагают:

1) приглашение профессионального психолога. Этот шаг диктуется простыми соображениями: если человек почувствовал себя больным, он обращается к врачу; если менеджеры пришли к выводу, что в их организации сложился нездоровый социально-психологический климат, необходимо обратиться к специалисту;

2) проведение конкретного эмпирического исследования с целью определения причин неблагоприятных взаимоотношений сотрудников;

3) информирование организации о результатах исследования (на собрании, совещании и пр.);

4) принятие коллективного решения об устранении объективных факторов, негативно влияющих на климат;

5) контроль за реализацией коллективного решения и состоянием социально-психологического климата.

Социально-психологические приемы опираются на результаты проведенного исследования и предполагают в основном следующее:

1) определение неформальной структуры группы, выявление лидера и его роли в группе. Необходимо дать ответ на вопрос о том, направлена ли деятельность лидера на благородные цели – защита интересов членов своей группы, создание благоприятного климата, повышение уровня развития группы, или, напротив, лидер преследует эгоистические цели – повышение своего статуса, престижа в ущерб интересам группы;

2) определение уровня развития группы, социально-психологическая коррекция групповых процессов и состояний;

3) определение причин конфликтов в группе и применение социально-психологических способов их конструктивного разрешения;

4) коррекция формальной и неформальной структуры группы (например, посредством перевыборов формального лидера – бригадира, профсоюзного деятеля);

5) социально-психологическая коррекция взаимоотношений в трудовом коллективе (проведение социально-психологических тренингов и психологических консультаций).

Также одним из современных направлений по улучшению социально-психологического климата в коллективе является новаторская ориентация целей коллектива, формирование приоритета ценностей творчества, гуманизация целей коллектива – усиление внимания к проблемам отдельной личности, удо-

влетворение ее потребностей, развитие творческих способностей, создание условий для более полной реализации творческого потенциала личности, рационализация содержания и условий основной предметной деятельности, сознательное отношение к поиску наиболее адекватных форм организации деятельности, к формированию коллектива как некой социальной целостности с учетом психологической совместимости его членов и принципа дополнительности, совершенствование системы подведения итогов деятельности и оплаты труда, дополнительное стимулирование наиболее продуктивного труда, совершенствование методов управления коллективом, введение элементов самоуправления, изучение неформальных лидеров и структур в коллективе и учет их при организации жизнедеятельности коллектива, обеспечение продвижения коллектива в направлении достижения поставленных целей; совершенствование внешней для данного коллектива среды, явно и опосредованно индуцирующей свое влияние на отдельных членов и коллектив в целом.

Таким образом, характер социально-психологического климата в целом зависит от уровня группового развития. Установлено, что между состоянием социально-психологического климата развитого коллектива и эффективностью совместной деятельности его членов существует положительная связь.

Итак, главная задача проводимой политики - достижение такого состояния трудового потенциала, которое обеспечивало бы определенный экономический и социальный эффект, а не максимальную экономию затрат на рабочую силу, так как известно, что дешевая рабочая сила не всегда самая лучшая, особенно для выпуска высококачественной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальная политика компании как часть системы мотивации // HR – Journal [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://www.hr-journal.ru/articles/ov/ov_1267.html. – Дата доступа: 21.03.2018.
2. Управление человеческими ресурсами / под. ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб. : Питер, 2005. – С. 104–108.
3. Социальное развитие трудовых коллективов // Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://studbooks.net/1324043/menedzhment/suschnost_rol_sotsialnogo_razvitiya_organizatsii_sovremennyh_usloviyah. – Дата доступа: 21.03.2018.

УДК 330.34

**РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ГОСУДАРСТВ,
РЕГИОНОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ****Е.С. ГАРБУКОВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

Обоснована необходимость изучения экономических категорий, связанных с использованием Интернет-технологий, в частности категории «интернет-потенциал». Изучена роль интернет-технологий в развитии государств, регионов и отдельных организаций. Представлены данные, характеризующие скорость развития интернет-технологий в мире, что обуславливает необходимость более глубокого изучения данных процессов.

В настоящее время информационные технологии в том или ином виде охватывают практически все сферы жизнедеятельности человека. Мировая экономика постепенно переходит в интернет-пространство. Начало этому было положено в 1985 году, когда был зарегистрирован первый домен. С этого момента масштаб проникновения информационных технологий только увеличивается. В условиях глобализации экономики конкурентоспособность региона или страны в целом все больше определяется степенью освоения и практического использования информационных технологий и обеспечивающей их телекоммуникационной инфраструктурой.

Переход экономики в интернетпространство обусловил появление такого нового понятия, как «интернет-экономика», которая представляет собой сетевую системно организованную многоуровневую пространственную структуру взаимоотношений в сети Интернет между экономическими агентами, включающую в себя индустрию создания новых информационных технологий и информационных продуктов, телекоммуникационные и провайдерские услуги, электронный бизнес, электронные рынки, электронные биржи, телебанкинг, телеработу и другие составляющие и развивающуюся в соответствии со своим специфическими целями и критериями эффективности.

Становление новой «интернет-экономики» позволяет компаниям снижать цены на свою продукцию, осуществлять деятельность в пространстве с минимальными барьерами для входа на рынок, а также иметь возможность работы в режиме онлайн. Все это позволяет, с одной стороны, увеличивать производительность труда, с другой – ведет к снижению инфляции [1].

Всплеск глобальной информационной сети Internet наблюдается сейчас повсеместно. В сложившихся условиях потребность в информации о сети Internet становится особенно острой. В настоящее время по Internet распространяется множество документов, касающихся как функционирования сети и работы в ней пользователей, так и связанных с различными сферами жизни: наукой, культурой, экономикой и т. д. Причём обновление информации в Internet, обширной разветвленной сети, которая включает в себя компьютерные узлы, разбросанные по всему миру, происходит, практически, в режиме реального времени [2].

Основные тенденции развития мирового рынка информационных технологий с позиции ведущих мировых компаний представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Тенденции мирового IT-рынка

Компания	Прогноз развития
Компания IBM	Аналитики IBM считают, что к 2023 году квантовые вычисления станут мейнстримом в технологической отрасли. Они будут широко использоваться новыми категориями специалистов и разработчиков для устранения проблем, которые прежде считались неразрешимыми
Аналитическая компания Juniper Research	Эксперты говорят, что периферийные вычисления будут использоваться для быстрого развертывания IoT-решения. Их поставщики все чаще рассматривают Edge Computing в качестве модели удаленного мониторинга и обработки данных непосредственно на IoT-оборудовании
Аналитическая компания IDC	К 2021 году не менее 50 % мирового ВВП будет связано с цифровыми технологиями, а дальнейшему росту показателя будут способствовать улучшенные за счет цифровых средств продукты, производственные процессы и взаимоотношения. К 2020 году при оценке инвестиционной привлекательности любых предприятий будут учитываться такие факторы, как внедрение в компании платформ и экосистем, ценность данных и степень вовлеченности клиентов.
Консалтинговая компания Deloitte	Совершенствование квантовых технологий позволит наладить выпуск устойчивых к разрушению материалов нового типа, тогда как волновые функции квантового состояния станут основой для создания нового типа компьютерных вычислений

Источник: составлено автором на основе [3].

Сегодняшние процессы, происходящие на интернет-рынке, который уже оценивается в 3 трлн долл., несомненно, будут сказываться на развитии самой Всемирной сети. Среди множества тенденций, влияющих на технологический прогресс в целом и Интернет в частности, эксперты считают наиболее важными следующие [4].

1. Глобальное управление Сетью останется на нынешнем уровне и не претерпит заметных изменений.
2. Наибольший рост интернет-рынка будет происходить за пределами стран с высоким доходом и развитой экономикой.
3. QWERTY-клавиатура перестает быть основным интерфейсом взаимодействия человека с Интернетом.
4. На смену фиксированной плате за услуги доступа придут совершенно иные схемы монетизации участия в виртуальной жизни Всемирной сети.

Аналитическое агентство WeAreSocial и крупнейшая SMM-платформа Hootsuite совместно подготовили пакет отчетов о глобальном цифровом рынке GlobalDigital 2018 [5]. По представленным в отчетах данным, сегодня во всем мире интернетом пользуется более 4 миллиардов человек.

Больше половины населения земного шара теперь онлайн, и около четверти миллиарда из них вышли в сеть впервые в 2017 году. Самые высокие темпы роста наблюдаются в Африке: количество пользователей Интернет на континенте увеличилось больше, чем на 20 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Одними из ключевых факторов роста интернет-аудитории в этом году стали доступные смартфоны и недорогие тарифы на мобильный интернет. В 2017 году более 200 миллионов человек впервые стали владельцами мобильных устройств, и теперь две трети из 7,6 млрд мирового населения имеют мобильный телефон.

Представим данную информацию в таблице 2:

Таблица 2. – Основные показатели отчетов о глобальном цифровом рынке GlobalDigital 2018

Показатель	Значение	Показатель	Значение
1. Число интернет-пользователей в мире, чел.	более 4 млрд	4. Количество человек, впервые ставших владельцами мобильных устройств в 2017 году	более 200 млн
2. Число пользователей впервые вышедших в сеть в 2017 г., чел.	около четверти миллиарда	5. Количество человек, имеющих мобильные телефоны	две трети из 7,6 млрд мирового населения
3. Самые высокие темпы роста числа пользователей в 2016-2017 гг.	Африка Более 120 %		

Источник: составлено автором на основе [5].

Огромное значение в экономическом отношении уделяется состоянию и уровню развития интеллектуального ресурса, трудового потенциала страны или отдельных регионов. В условиях массового внедрения во все сферы деятельности человека информационно-телекоммуникационных технологий информационное взаимодействие с окружающей средой (природной, социальной, культурной и др.) становится для человека одним из главных факторов формирования и развития его как личности, обеспечения условий его успешной деятельности, так как позволяет получать актуальную информацию. Информационные ресурсы страны, в том числе каждого отдельного региона, в настоящее время рассматриваются как стратегически важный фактор социально-экономического развития. Именно интеллектуальные ресурсы и социальная сфера призваны обеспечить дополнительный потенциал экономического роста. Значительное место в этом процессе занимает развитие Интернет-технологий, которые создают условия для повышения образовательного уровня трудовых ресурсов.

Информационно-коммуникационные технологии становятся неотъемлемой частью развития современных социально-экономических отношений. Использование возможностей Интернет-технологий и Интернет-ресурсов создает благоприятные условия для реализации потенциала малого и среднего бизнеса, домашних хозяйств в условиях информационной экономики, повышая тем самым эффективность общественного воспроизводства отдельного региона или страны в целом. Растет «информационная зависимость» всех стадий общественного воспроизводства от наличия и доступности актуальной, достоверной информации и средств ее получения и применения [6].

Таким образом, на современном этапе роль интернет-технологий в развитии государств, регионов и организаций не вызывает сомнений. В связи с этим возникает необходимость в уточнении сущности экономических категорий, характеризующих уровень использования интернет-технологий. Одна из таких категорий, как нам представляется, интернет-потенциал, который может рассматриваться на микро-, мезо- и макроуровне. Одним из наименее изученных уровней управления является мезоуровень. В связи с этим значительная роль интернет-технологий предопределяет важность решения такой задачи как разработка теоретико-методических основ оценки интернет-потенциала региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зиганшин, Р.А. Роль информационных технологий в развитии экономики страны [Электронный ресурс] / Р.А. Зиганшин, М.В. Райская // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-informatsionnyh-tehnologiy-v-razvitii-ekonomiki-strany>. – Дата доступа: 21.06.2018.
2. Принципы работы глобальной сети [Электронный ресурс] // Образовательная социальная сеть KazEdu.kz. – Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/92804>. – Дата доступа: 21.06.2018.
3. Авдеева, Е.А. Особенности развития малого и среднего бизнеса в информационной среде [Электронный ресурс] / Е.А. Авдеева, У.А. Чаплыгина // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № S13. – Режим доступа: <http://e-kon-sept.ru/2017/470166.html>. – Дата доступа: 21.06.2018.
4. Интернет будущего: что год 2025-й нам готовит [Электронный ресурс] // ИТС.UA – ведущий украинский информационный ресурс об ИТ. – Режим доступа: https://its.ua/articles/internet_budushhego_web_3_0_49139/. – Дата доступа: 21.06.2018.
5. DIGITAL IN 2018: WORLD'S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK [Электронный ресурс] // WE ARE SOCIAL. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. – Дата доступа: 21.06.2018.
6. Зайцева, Н. Е. Влияние потенциала интернет-технологий на развитие субъектов малого и среднего бизнеса, домашних хозяйств в условиях информационной экономики [Электронный ресурс] / Н.Е. Зайцева // Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27124627>. – Дата доступа: 21.06.2018.

УДК 330.34

СУЩНОСТЬ И МЕСТО ИНТЕРНЕТ-ПОТЕНЦИАЛА В СИСТЕМЕ ПОТЕНЦИАЛОВ РЕГИОНА

Е.С. ГАРБУКОВА

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)

Обоснована необходимость изучения интернет-потенциала региона. Выявлено, что интернет-потенциал чаще всего рассматривают в контексте изучения информационного потенциала, который в свою очередь рассматривается авторами при изучении структуры экономического потенциала региона. Представлены некоторые подходы авторов к характеристике сущности категории «информационный потенциал региона». Показано место интернет-потенциала в структуре ресурсного потенциала региона, а также в структуре интеллектуального потенциала региона. Приведено определение категории «интернет-потенциал региона».

Повышение роли интернет-технологий в развитии экономики государств, регионов и отдельных субъектов хозяйствования предопределяет важность изучения категорий, которые отражают процессы, связанные с воздействием интернет-технологий на экономическое развитие на всех уровнях управления. Одна из таких категорий, как нам представляется, Интернет-потенциал. При этом формирование интернет-потенциала осуществляется на всех уровнях управления. В данной статье особое внимание уделяется изучению категории «интернет-потенциал региона» поскольку региональный уровень зачастую в меньшей степени охвачен исследованиями.

Поскольку чаще всего интернет-потенциал рассматривают в контексте изучения информационного потенциала, возникает вопрос об актуальности и сущности данной категории.

Финансовый словарь определяет *информационный потенциал* как совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно использовать информационные ресурсы [1].

Опыт развитых стран показывает, что высокие технологии, использующие самые современные достижения науки и техники, их распространение внутри страны и продвижение на внешние рынки дают заметное экономическое преимущество и социальную стабильность. На этом основании *информационный потенциал* можно представить как сформированное в формализованном виде и конкретных проектных формах концентрированное выражение научных знаний и практического опыта, позволяющее наиболее рациональным образом организовать процессы создания информационных продуктов и услуг. При этом, результат оценивается по совокупной экономии затрат труда, энергии, материальных и информационных ресурсов, необходимых для реализации этих процессов [2].

Существует значительное количество определений информационного потенциала, некоторые из них представлены в таблице.

Таблица. – Подходы к определению информационного потенциала

Категория	Определение
Проскура Д. В. [3]	<i>Информационный потенциал</i> – это совокупность ресурсов и возможностей региона в реализации деятельности в информационной сфере
Корсукова С. А. [4]	<i>Информационный потенциал</i> представляет собой основную сущностную характеристику информационной системы и ее составляющих. В него включены все реальные и виртуальные информационные ресурсы системы. Ядром информационного потенциала является информация. Информационный потенциал общества базируется на различных информационных системах. Это может быть информационная система общества, личности, социальных групп и институтов
Калинникова И. О. [5, с. 223]	<i>Информационный потенциал</i> – это составная часть творческого потенциала коллектива, отражающая его способность рационально использовать имеющиеся ресурсы, новые наиболее эффективные средства для достижения поставленной цели
Муфтахутдинова Х. Р. Горинов М. Н. [6]	<i>Информационный потенциал региона</i> – это возможность экономической системы применять информационные ресурсы с целью совершенствования процесса производства благ
Илларионова Е. А. [7]	<i>Информационный потенциал</i> – совокупность информационных ресурсов, которые обеспечивают прямые и обратные связи между элементами региональной системы через обмен, распределение и распространение соответствующей информации

Источник: составлено автором на основе анализа экономической литературы.

Обращает на себя внимание тот факт, что информационный потенциал региона авторы преимущественно рассматривают в контексте изучения его экономического потенциала.

Следует согласиться с тем, что Internet-потенциал региона следует включать в состав информационного потенциала как составную и неотъемлемую его часть.

Так, Зайцева Н.Е. следующим образом рассматривает структуру ресурсного потенциала региона, отражая в нем место информационного потенциала (рис. 1).

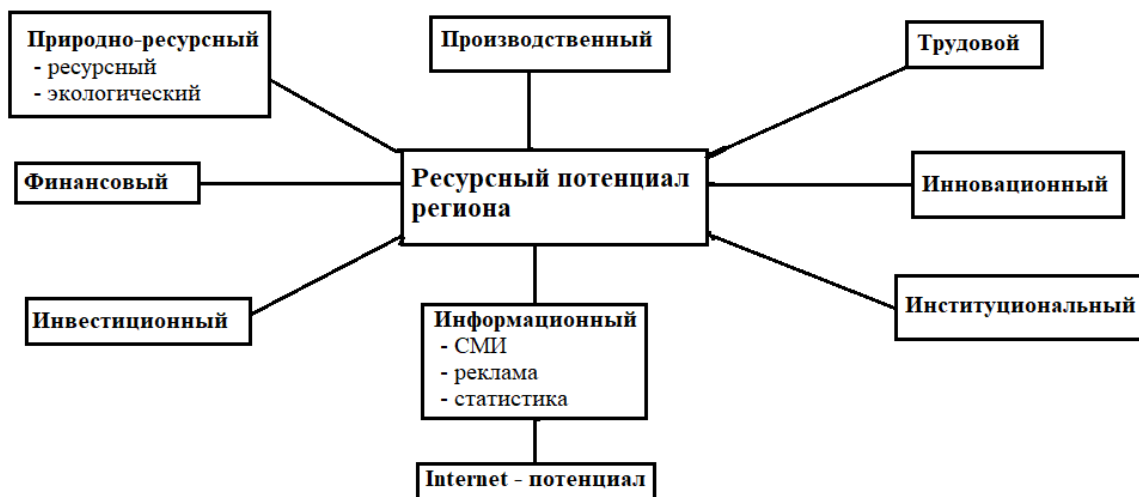


Рисунок 1. – Структура ресурсного потенциала региона

Источник: [2].

Авторы Богдан Н. И. и Лисиченок Е. П. [8] интернет-потенциал рассматривают в составе инновационного потенциала региона, который в свою очередь включен в состав интеллектуального потенциала региона, как это представлено на рисунке 2:

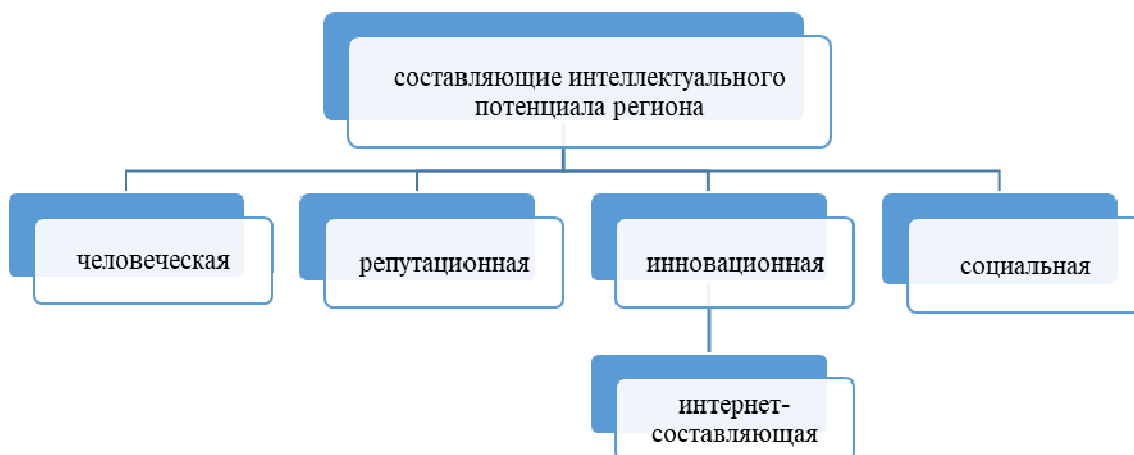


Рисунок 2. – Структура интеллектуального потенциала региона

Источник: [8].

Немного авторов занимается изучением данной темы. Зайцева Н. Е. [2] предлагает данное определение: в рамках модели информационной экономики *Internet-потенциал* – это фактор, определяющий состояние и возможности развития рыночных отношений и хозяйственных систем различного уровня, основанный на широком применении информационно-телекоммуникационных технологий в рамках модели информационной экономики [2].

В качестве основных аспектов отметим в определении потенциала принципиальную значимость информации как фактора, широкое применение информационных технологий, в частности Internet в экономической деятельности субъектов хозяйствования региона.

На наш взгляд, данное определение, представленное Зайцевой Н. Е., можно конкретизировать исходя из того как трактуется категория «потенциал». Таким образом, *интернет-потенциал региона* можно рассматривать как совокупность средств и возможностей, порождаемых всемирной компьютерной сетью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Финансово-кредитный энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / под общ. ред. А.Г. Грязновой. – Режим доступа: <https://istina.msu.ru/collections/7058620>. – Дата доступа: 23.06.2018.
2. Зайцева, Н.Е. Место Internet-потенциала в системе потенциалов региона [Электронный ресурс] / Зайцева Н. Е. // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – Режим доступа: <https://www.isuct.ru/e-publ/snt/ru/node/1280>. – Дата доступа: 23.06.2018.
3. Проскура, Д.В. Информационный потенциал регионов России [Электронный ресурс] / Д.В. Проскура. – Режим доступа: http://fmk.bseu.by:8080/bitstream/edoc/60634/1/Proskura_D._V.._s._429_431.pdf. – Дата доступа: 24.06.2018.
4. Корсукова, С.А. Информационный потенциал как ресурс экономического развития России в современных условиях : автореф. ... дис. [Электронный ресурс] / С.А. Корсукова. – Режим доступа: www.dissercat.com > ... > Экономическая социология и демография. – Дата доступа: 24.06.2018.
5. Калининкова, И.О. Управление социально-экономическим потенциалом региона : учеб. пособие / И.О. Калининкова. – СПб. : Питер, 2011. – 240 с.
6. Муфтахутдинова, Х.Р. Экономический потенциал региона: социально-экономическая сущность и модель оценки / Х.Р. Муфтахутдинова, М.Н. Горинов // Вестник ИжГТУ. – 2007. – № 4. – С. 30–36.
7. Илларионова, Е.А. Экономический потенциал региона: содержание, оценка, предпосылки сбалансированного развития : автореф. ... дис. [Электронный ресурс] / Е.А. Илларионова. – Режим доступа: <https://swsu.ru/ds/disser/ob-zashita-k-d/ob-2014/Illarionovaea%20avtoref.pdf>. – Дата доступа: 25.06.2018.
8. Богдан, Н.И. Управление интеллектуальным потенциалом региона в условиях перехода к экономике знаний [Электронный ресурс] / Н.И. Богдан, Е.П. Лисиченок // Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: http://elib.psu.by:8080/bitstream/123456789/19989/2/Лисиченок%20Е.%20П._Монография__2014-глава1.pdf. – Дата доступа: 23.06.2018.

УДК 330.34

**РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ПОТЕНЦИАЛА
В УКРЕПЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСУДАРСТВ И РЕГИОНОВ****Е.С. ГАРБУКОВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

Рассмотрены основные локальные и мировые тенденции, определяющие развитие интернет-потенциала. Изучены основные программные документы Республики Беларусь и Витебской области, характеризующие направления развития интернет-потенциала и ИКТ-сектора. Выделены ключевые направления создания программ и планов развития интернет-потенциала Витебской области: формирование единой информационной среды в регионе, разработка и продвижение региональных отраслевых программ развития с использованием интернет-технологий.

В условиях перехода к экономике нового типа информационно-коммуникационные технологии и Интернет становятся основными факторами, определяющими конкурентоспособность организаций, регионов и государств. Как отмечает Зайцева Н.Е., в рамках модели информационной экономики Интернет-потенциал – это фактор, определяющий состояние и возможности развития рыночных отношений и хозяйственных систем различного уровня, основанный на широком применении информационно-телекоммуникационных технологий в рамках модели информационной экономики [1, с. 32].

Характер развития потенциала Интернет-технологий обусловлен совокупностью мировых и локальных тенденций. К их числу стоит отнести мировую глобальную стратегию перехода к информационному обществу (WSIS), Государственную программу развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 гг. [2], Стратегию «Наука и технологии: 2018-2040» (проект) [3], Национальную стратегию устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [4], Программу социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 гг. [5].

В Республике Беларусь принята Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы. Ответственным заказчиком Государственной программы определено Министерство связи и информатизации. Созданы основные базовые компоненты электронного правительства. Это платформа интеграции ведомственных информационных ресурсов и систем, и система межведомственного электронного документооборота, позволяющая повысить скорость прохождения документов, оперативность принятия управленческих решений, единое расчетно-информационное пространство, позволяющее, не отходя от компьютера, оплачивать более 60 000 услуг.

В настоящее время в стране создаются условия для формирования цифрового пространства, реализации и функционирования цифровой экономики, в основе которой лежит надежное и безопасное взаимодействие при осуществлении коммерческих транзакций всех участников хозяйственной деятельности [2].

Реализация Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы направлена на достижение одного из приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь – эффективные инвестиции и ускоренное развитие инновационных секторов экономики («Инвестиции»).

Государственной программой предусмотрено выполнение работ на базе современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, направленных на оказание государственных услуг и осуществление административных процедур в электронном виде, повышение их доступности, а также стимулирование экспорта услуг в сфере ИКТ, внутреннего спроса реального сектора экономики, сферы услуг, социальной сферы, сферы государственного управления на качественные IT-услуги [2].

В стратегии «Наука и технологии: 2018-2040» предлагается обозначить мероприятия для трех этапов – 2018-2020 годы, 2020-2030, 2030-2040. В документе будут прописаны ориентиры и индикаторы развития для каждого из них. Планируется, что финансирование науки будет увеличиваться. Одним из важных мероприятий станет подготовка к новой промышленной революции, или «Индустрии 4.0» [3].

Стратегия предусматривает два этапа. На первом, в 2016-2020 годах, предстоит переход к сбалансированному росту экономики на основе ее структурной трансформации с учетом принципов экологичности, приоритетов развития высокотехнологичных производств. Второй этап – это 2021-2030 годы. Главная его цель – поддержание устойчивости развития, в основе которого повышение качества человеческого потенциала, ускоренное развитие наукоемких производств и услуг, дальнейшее становление зеленой экономики.

Ожидаемыми результатами реализации намеченных Стратегией задач должны стать увеличение продолжительности жизни до 77 лет, рост ВВП за 2016-2030 годы в полтора–два раза, рост удельного веса затрат на охрану окружающей среды до 2–3 % к ВВП в 2030 году [3].

В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. отражены следующие аспекты, характеризующие развитие интернет-технологий [4]:

- создание систем обмена электронными медицинскими картами и электронными историями болезни, формирование системы Интернет-вызова служб скорой медицинской помощи;
- использование сети Интернет для предоставления онлайн-диагностики и назначения лечения, расширение экспорта медицинских услуг;
- расширение использования в производстве цифровых, сетевых и интеллектуальных технологий, аналогичных немецкой концепции «Индустрии 4.0», китайской стратегии «Интернет +» и др.;
- цифровизация промышленного производства путем расширения использования информационных сетей, внедрения передовых технологий автоматизации выпуска продукции, развития цифрового проектирования деталей и технологических процессов;
- создание «дорожной карты» по интеграции сети Интернет в производственные системы, такие как интеллектуальные системы мониторинга, дистанционная диагностика и управление, отслеживание цепочек поставок, краудсорсинговое проектирование и облачное производство;
- разработка высокотехнологичного промышленного программного обеспечения для интеллектуального проектирования, моделирования, промышленного Интернета вещей, обработки больших объемов данных и др.

Развитие получит интеллектуальное промышленное производство, что предполагает широкую интеграцию сети Интернет в производственные системы, использование интеллектуального технологического оборудования высокого класса, интеллектуальное управление процессом производства и качества продукции, создание новых промышленных интернет-приложений, таких как интеллектуальные системы мониторинга, дистанционная диагностика и управление процессом встраивания в глобальные цепочки создания добавленной стоимости.

Особое внимание будет уделяться ускоренному продвижению применения информационных технологий, таких как интернет, «интернет-вещей», QR-коды и RFID-технологии. Предполагается создание непрерывной системы отслеживания всего технологического процесса производства сельскохозяйственной продукции и ее перемещения «от поля к столу».

Главной целью развития ИТ-услуг, как отмечено в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г., является обеспечение растущих информационно-коммуникационных потребностей граждан, бизнеса и государства.

Критериями достижения поставленной цели выступают [4]:

- рост количества интернет-пользователей на 100 жителей с 62,2 в 2015 году до 71 в 2030 году;
- увеличение количества абонентов сотовой подвижной электросвязи на 100 жителей со 121 в 2015 году до 130 в 2030 году;
- повышение доли сектора ИКТ в валовом внутреннем продукте с 3,5 процентов в 2015 году до 6 процентов в 2030 году;
- вхождение Беларуси в тридцатку ведущих стран мира в рейтинге государств по развитию ИКТ.

Программа социально-экономического развития Беларуси на 2016-2020 годы предполагает проведение цифровой трансформации (информатизацию) экономики. Кроме того, запланировано комплексное развитие национальной инновационной системы; ускоренное формирование высокотехнологичного сектора; снижение затрат и повышение качества продукции; повышение конкурентоспособности традиционных отраслей промышленности; развитие транзитной привлекательности и индустрии гостеприимства. Предполагается создание одной из самых современных инфраструктур телекоммуникаций в Восточной Европе и полноценного электронного правительства. Повысится роль отраслевой и фундаментальной науки, будет обеспечена ее интеграция с производством. Ставка будет сделана на индустрию информационно-коммуникационных технологий; атомную и возобновляемую энергетику; био- и нанотехнологии [5].

Рассмотрим, как представленные выше направления реализуются в регионах Республики Беларусь, в частности в Витебской области.

Стратегия устойчивого развития Витебской области отражает потенциал, основные проблемы региона, приоритеты и практические шаги, которые необходимо предпринять для достижения устойчивого развития области в среднесрочной (2016-2020 гг.) и долгосрочной (до 2025г.) перспективе. Стратегия направлена на обеспечение баланса в решении экономических, социальных и экологических проблем путем наиболее рационального и эффективного использования имеющихся ресурсов и возможностей. Ключевыми составляющими успеха разработанной Стратегии определены развитие человеческого по-

тенциала, концентрация ресурсов в наиболее перспективных областях экономической деятельности и сотрудничество [6].

В составе приоритетных направлений и точек роста Витебской области определено повышение качества и доступности услуг интернет-связи, для чего предполагается поэтапное расширение сети оптоволоконных линий; создание инфраструктуры беспроводной связи четвертого поколения 4G(LTE), построение гибридных сетей WiMAX/LTE; расширение сети Интернет-центров в агрогородках области с оказанием консультационных и сопутствующих услуг. Также планируется расширение количества удаленных точек доступа к библиотечным фондам с помощью сети Интернет.

В Витебской области проживает 15 % всех интернет-пользователей Беларуси. При этом только в Витебске зарегистрировано больше 350 тысяч посетителей глобальной сети, из которых большая часть (52 %) – женщины [7].

В качестве одного из индикаторов устойчивого развития Витебской области рассматривается, как и на уровне Республики Беларусь, количество Интернет-пользователей на 100 жителей.

Как определено в Программе социально-экономического развития Витебской области на 2016-2020 годы, главная цель развития области – повышение качества жизни населения на основе роста конкурентоспособности экономики, привлечения инвестиций и инновационного развития. Достижение поставленной цели основывается на нескольких приоритетах, в числе которых инвестиции, занятость, экспорт, *информатизация*, создание условий для самореализации молодежи.

К Интернет-ресурсам Витебской области относятся: Единый портал государственных электронных услуг, официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь, Витебского областного центра маркетинга и др. Также регион имеет свой информационно-инновационный ресурс.

В процессе создания программ и планов развития интернет-потенциала с учетом социально-экономических особенностей региона можно выделить два ключевых направления: формирование единой информационной среды в регионе, разработка и продвижение региональных отраслевых программ развития с использованием интернет-технологий.

В рамках первого направления приоритетными задачами на региональном уровне выступают: развитие информационной и телекоммуникационной инфраструктуры (ИКТ-инфраструктуры); организация единого информационного пространства, в том числе за счет внедрения и широкого использования современных информационно-коммуникационных и инновационных технологий; развитие институциональной среды реализации потенциала интернет-технологий.

В качестве одного из инструментов управления интернет-потенциалом в регионе и создания единой информационной среды следует отметить формирование региональных институтов по развитию инноваций и стимулированию применения интернет-технологий в различных сферах деятельности.

Особая роль в процессе информатизации принадлежит развитию кадрового потенциала региона (профильное образование и популяризация профессий отрасли ИКТ, совершенствование методов подготовки специалистов с использованием интерактивных технологий, развитие дистанционного образования), повышению информационной грамотности населения региона.

Второе направление предусматривает разработку программ и механизмов развития отраслей экономики региона с использованием потенциала интернет-технологий. Перспективным направлением для развития бизнес-среды региона с использованием Интернет-потенциала можно отметить внедрение и популяризацию таких видов услуг как аутсорсинг. Основанием данному направлению послужила развитая сеть компаний в регионе, занимающихся вопросами автоматизации бизнес-процессов и информационным сопровождением бизнеса. Кроме того, в кризисных условиях развития сферы материального производства региона аутсорсинг может выступать одновременно как качество инструмента сохранения конкурентоспособности в рамках развивающейся информационной экономики, так и снижения финансовых затрат на внедрение и сопровождение информационных технологий, оплату труда ИТ-специалистов.

Другим перспективным направлением развития потенциала интернет-технологий является создание условий на региональном уровне для функционирования компаний, занимающихся Интернет-программированием и разработкой Интернет-сервисов. Отсутствие в сети территориальных интернет-границ и развитость платформ разработки приложений позволит программным продуктам этих компаний удовлетворять основные информационные потребности бизнеса, социальной сферы, государственного управления, населения. Особенно успешными могут стать разнообразные высокотехнологичные пользовательские и бизнес-сервисы, а также услуги по продвижению информационных продуктов (консалтинг, сервисное обслуживание, продвижение web-сайтов и др.). Использование разработчиками бесплатного свободного программного обеспечения позволит компаниям масштабировать бизнес на широкую аудиторию без значительного увеличения затрат на лицензионные отчисления.

Таким образом, разработка и реализация региональных программ информатизации позволит максимально эффективно использовать интернет-технологий в производственных, научных, образовательных и социальных целях. С учетом формирования единой информационной среды региона возможности

интернет-потенциала и дополнительные преимущества развития будут доступны каждому экономическому субъекту региона. Эффективное использование потенциала современных интернет-технологий в единстве с целенаправленной политикой органов местного самоуправления выступает в условиях информационной экономики одним из решающих факторов усиления роли материального производства, информационного производства в системе регионального воспроизводства. Совершенствование условий реализации интернет-потенциала региона будет способствовать росту инвестиционной привлекательности региона, качества предоставляемых информационных услуг и сокращению информационной дифференциации населения [8].

Итак, активное развитие информационно-коммуникационных технологий и формирование интернет-потенциала будет способствовать росту конкурентоспособности государства и его регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцева, Н.Е. Место Internet-потенциала в системе потенциалов региона // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2014. – № 3 (39). – С. 26–34.
2. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 235. – Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 15.07.2028.
3. Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040» (Проект) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 16.07.2018.
4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Беларуси на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 17.07.2018.
5. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: pravo.by. – Дата доступа: 18.07.2018.
6. Стратегия устойчивого развития Витебской области на 2016 – 2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vstu.by/ftpgetfile.php?id=1687&module=files. – Дата доступа: 19.07.2018.
7. Программа конференции «Деловой интернет» в Витебске [Электронный ресурс] // Витебский городской портал. – Режим доступа: http://gorodvitebsk.by/news/29-04-2013/delovoi_internet_v_vitebske – Дата доступа: 10.04.2018.
8. Зайцева, Н.Е. Тенденции развития потенциала Интернет-технологий в регионе (На примере Ивановской области) / Н.Е. Зайцева // Вестник Ивановского государственного университета. – 2017. – № 3 (33). – С. 95–100.

УДК 657

МЕТОДИКА АНАЛИЗА РИСКОВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**Н.Н. ГИМРО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)*

Рассмотрены этапы проведения анализа рисков коммерческих организаций, а также методы воздействия на риск. Разработана методика проведения анализа рисков коммерческих организаций.

Риск – это один из неизбежных, но достаточно важных элементов любой деятельности, которая осуществляется под влиянием многих факторов.

Анализ хозяйственной деятельности любой организации имеет большое значение, т.к. играет важную роль в принятии управленческих решений. Он позволяет определить результаты, достигнутые в отчетном периоде, а также достоверно определить факторы, повлиявшие на их изменения.

Общей задачей анализа риска является обоснование решений, касающихся риска. Эти решения могут приниматься как часть более крупного процесса управления рисками посредством сопоставления результатов анализа с критериями допустимого риска.

Анализ рисков коммерческих организаций должен быть направлен на оценку последствий риска и их влияния на результаты деятельности и капитал организации.

В целях оценки риска коммерческих организаций, заключающегося в возможности получения убытка или банкротства организации в будущем, предложено использовать методы экономического анализа, позволяющие оценить степень финансовой устойчивости и финансовое состояние организации. Результаты подобного анализа должны дополняться анализом последствий влияния рисков на капитал организации, а также анализом эффективности затрат на снижение рисков.

К затратам на снижение рисков следует отнести:

- затраты на страхование, позволяющее снизить определенные виды рисков до допустимого уровня;
- затраты на проведение внешнего аудита и иных аудиторских услуг, а также организацию службы внутреннего аудита (внутреннего контроля), способствующие усилению контроля за деятельностью бухгалтерской службы и снижению риска искажений в бухгалтерском учете [1].

Рассмотрим содержание этапов анализа, представленных на рисунке 1.



Рисунок 1. – Этапы проведения анализа рисков

Выявление риска.

На начальном этапе исследования рисков необходимым является определение конкретных рисков и их группировка по основным видам. Методами выявления потенциальных рисков в организации являются: опросные (оценочные) листы, метод структурных диаграмм, карты потоков или потоковые диаграммы, анализ финансовой и управленческой отчетности. В результате использования данных методов в организации выявляются основные риски, сопутствующие его деятельности.

Оценка риска.

Цель данного этапа – формирование количественных показателей риска, на основе которых будут базироваться оставшиеся этапы.

В настоящее время наиболее распространенными методами оценки рисков являются статистический метод и метод экспертных оценок.

Выбор конкретных методов оценки определяется следующими факторами:

- видом риска;
- полнотой и достоверностью информационной базы, сформированной для оценки уровня вероятности различных рисков;
- уровнем квалификации работников, осуществляющих оценку; степенью их подготовленности к использованию современного математического и статистического аппарата проведения такой оценки;
- технической и программной оснащенностью организации, возможностью использования современных компьютерных технологий для проведения такой оценки;
- возможностью привлечения к оценке квалифицированных экспертов и др.

Выбор метода воздействия на риск.

Главной задачей при выборе метода воздействия на риск является уменьшение вероятности риска до максимально низкого уровня.

Методы воздействия на риск:

- Удержание (сохранение) от риска:
 - Принятие риска без финансирования. Фирма сознательно идет на риск и занимается бизнесом до тех пор, пока убытки не приведут к невосполнимым потерям. Одни риски принимаются из-за потенциала, другие из-за неизбежности. Потери покрываются из любых ресурсов, оставшихся после наступления рискованного события.
 - Самострахование. Предприниматель создает обособленные фонды возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств.
- Снижение риска:
 - Диверсификация – распределение риска за счет распределения капитала, активов между разнообразными объектами вложения или сочетания в пределах уставного капитала различных видов деятельности.
 - Лимитирование – установление норматива (удельных сумм расходов, продаж, кредита).
 - Повышение уровня информационного обеспечения для более точных прогнозов деятельности организации.
- Передача (трансфер) риска:
 - Страхование – передача риска страховой компании за определенную плату.
 - Хеджирование – система мер, позволяющих исключить или ограничить риск финансовых операций в результате неблагоприятных изменений в будущем курса валют, цен на товары, процентных ставок и т.д.
 - Прочие договорные формы передачи ответственности (путем заключения контрактов): строительные контракты, аренда, договор факторинга, валютная оговорка.

Контроль результатов.

На данном этапе определяют остаточные риски и оценивают эффективность принятых мер по снижению рисков. Оценка эффективности применения того или иного метода управления риском зависит от критерия, который положен в основу сравнения. Есть два наиболее употребляемых подхода к разработке критериев:

1. Выбор критического параметра, который не должен выходить за допустимые пределы (различные мероприятия по управлению риском оцениваются исходя из предположения, что все они снижают уровень критического параметра до требуемой величины).

2. Расчет экономической выгоды. Различные методы организации мероприятий по управлению риском оцениваются по тому же принципу, что и инвестиционные проекты, т.е. определяются затраты, абсолютная прибыль или норма прибыли на единицу затрат.

Применение любого из методов управления риском приводит к перераспределению текущих и ожидаемых финансовых потоков внутри организации [2].

Под методикой анализа рисков коммерческих организаций понимается анализ последствий влияния рисков на объекты бухгалтерского учета, которые проявляются в изменении стоимости объектов бухгалтерского учета. Анализ последствий рисков в бухгалтерском учете включает способы и приемы, позволяющие выявить влияние рисков на показатели деятельности организации и, прежде всего, на капитал. При этом необходимо анализировать влияние каждого вида (или каждой группы) рисков в отдельности.

Автор предлагает для коммерческих организаций следующую методику анализа рисков (табл.).

Таблица. – Методика анализа рисков коммерческих организаций

Показатели	Расчет показателей	Характеристика показателя
Предварительный анализ		
Инвестиционная привлекательность	$IP = (IC, P_1, P_2, P_3, \dots, P_n, n, r),$ где IC - инвестиционные затраты; P - доходы в 1-ом, 2-ом, n-ом периоде; n - число периодов; r - ставка наращения, по которой элементы денежного потока будут приводиться к одному моменту времени.	Совокупность объективных и субъективных характеристик объекта инвестирования
Предполагаемая рентабельность инвестиций	$R = \frac{P}{I},$ где P - ожидаемая сумма дохода; I - сумма предполагаемых инвестиций.	Характеризует в относительном выражении рентабельность инвестиционного проекта (сколько рублей прибыли придется на вложенный рубль инвестиций)
Риск в части возможного недополучения / неполучения дохода	$R = \frac{In_{min}}{Iv},$ где In_{min} – возможный минимальный доход от вложений; Iv - сумма предполагаемых инвестиций.	Показывает риск недополучения / неполучения дохода, в части полной / частичной потери капитала
Последующий анализ		
Риск в части недополучения / неполучения дохода	$R = \frac{In_{min}}{I},$ где In_{min} – возможный минимальный доход от вложений; I - сумма вложенных инвестиций.	Показывает риск недополучения / неполучения дохода, в части полной / частичной потери капитала
Риск в части упущенной выгоды	$R = \frac{In_{av}}{I},$ где In_{av} - сумма возможного дохода, равно-го вложенным денежным средствам; I - сумма вложенных инвестиций.	Показывает риск неполучения ни прибыли, ни убытков

Проведенный анализ будет способствовать грамотному управленческому решению по выбору метода воздействия на риск с целью его снижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балдин, К.В. Управление рисками : учеб. пособие / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – М. : Гардарики, 2005. – 238 с.
2. Чернова, Г.В. Управление рисками : учеб. пособие / Г.В. Чернова, А.А. Кудрявцев. – М., 2005. – 157 с.

УДК 657

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н.Н. ГИМРО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)

Рассмотрены существующие методы оценки рисков в деятельности коммерческих организаций, понятие степени риска. Приведены основные меры риска.

Ряд операций (венчурное инвестирование, покупка акций, кредитные операции и др.) связаны с существенным риском и требуют оценки степени риска и определения его величины.

Степень риска - это вероятность наступления случая потерь, а также размер возможного ущерба от него.

Риск может быть:

- допустимым - имеется угроза полной потери прибыли от реализации планируемого проекта;
- критическим - возможны непоступление не только прибыли, но и выручки и покрытие убытков за счет средств предпринимателя;
- катастрофическим - возможны потеря капитала, имущества и банкротство.

В настоящее время существует множество методов оценки рисков (табл. 1).

Таблица 1. – Методы оценки рисков

Название метода	Описание	Разновидности
1	2	3
Статистические методы [1]	Позволяют выявить потенциальную вероятность появления убытков, базируясь на статистической информации предыдущего периода, и определить области возможного ущерба. Дают возможность систематизировать разные возможные ситуации и параметры в пределах одного подхода. Нуждаются в применении вероятностных характеристик	Метод оценки вероятности. Оценщик может получить схематичную оценку возможности применения какого-то решения через вычисление доли выполненных и невыполненных решений во всем количестве принятых решений
		Метод анализа вероятностных распределений потоков платежей. При установленном разделении вероятностей для любой составляющей потока платежей возможен анализ потенциальных изменений стоимостей потоков платежей от ожидаемых
		Деревья решений. Применяются для оценки рисков ситуаций с отслеживаемым или допустимым количеством возможностей развития. К ним прибегают, если решения, принимаемые в момент времени, опираются на решения, принятые ранее, и задают схему развития для следующих ситуаций
		Имитационное моделирование. Актуальны, если реальные эксперименты невозможны ввиду их затратности или невозможности, либо нет возможности собрать статистическую информацию. Метод предполагает замену фактических данных величинами, которые генерирует компьютер
		Технология «Risk Metrics». Изначально создана для оценки риска ценных бумаг и предполагает установление уровня воздействия риска на ситуацию посредством определения «меры риска» (наиболее допустимого возможного колебания стоимости портфеля, включающего в себя комбинацию инструментов, с соответствующей вероятностью и за соответствующий период)
Аналитические методы [2]	Помогают спрогнозировать возможный ущерб с помощью математических моделей, поэтому обычно нужны для оценки рисков инвестиционных проектов.	Анализ чувствительности. С помощью него изучается взаимосвязь итогового показателя и вариации значений показателей, включенных в его определение. По сути, назначение этого метода оценки рисков – показать, как изменится итоговый показатель при изменении начальных параметров

Окончание таблицы

1	2	3
		<p>Метод корректировки нормы дисконта с учетом риска. Базовый и самый частый метод оценки рисков. Его особенность – изменение базовой нормы дисконта, оцениваемой как минимально рискованная. Регулирование происходит посредством прибавления величины требуемой премии за риск</p> <p>Метод достоверных эквивалентов. Осуществляют корректировку предполагаемых значений денежных потоков путем умножения их на специальные понижающие коэффициенты (коэффициенты достоверности или определенности)</p> <p>Метод сценариев соединяет анализ чувствительности результирующего показателя с анализом вероятностных оценок его отклонений. В итоге формируется удобная в работе структура для разных вариантов ситуаций</p>
Метод экспертных оценок [2]	Совокупность логических и математико – статистических методов для анализа ответов нескольких специалистов. Позволяет применить профессиональные знания и чутье самих экспертов. К данному методу прибегают, если нет другого источника информации. Существует определенная проблема в выборе специалистов для опроса	–
Метод аналогов [3]	К нему прибегают, если прочие методы невозможны. В работе оценщик анализирует базу данных схожих объектов, чтобы отследить характерные взаимосвязи и спроецировать их на объект оценки	–

Наиболее распространенными являются статистический метод оценки рисков, метод экспертных оценок и построения карты рисков.

Статистический метод оценки рисков.

Содержание статистического метода заключается в изучении доходов и потерь от вложений капитала и определении частоты их возникновения. На основе полученных данных составляют прогноз на будущее. В процессе применения этого метода осуществляют расчет среднеквадратического отклонения, дисперсии и коэффициента вариации.

Анализ целесообразности затрат ориентирован на выявление потенциальных зон риска.

Наиболее очевидным способом оценки риска является вероятностная оценка. Вероятность означает возможность получения определенного результата.

Вероятность наступления события может быть определена объективным или субъективным методом. Объективный метод основан на вычислении частоты, с которой происходит данное событие. Субъективный метод определения вероятности основан на использовании субъективных критериев, которые базируются на различных предположениях, в том числе: суждениях оценивающего, его личном опыте, мнении финансового консультанта и т. д.

Степень риска измеряется двумя критериями:

- 1) Среднее ожидаемое значение;
- 2) Изменчивость возможного результата.

Среднее ожидаемое значение является средневзвешенным для всех возможных результатов, где вероятность каждого результата используется в качестве частоты или веса соответствующего значения. Среднеожидаемое значение представляет собой обобщенную количественную характеристику.

Для принятия окончательного решения необходимо измерить Изменчивость показателей, т.е. определить меру изменчивости возможного результата.

Изменчивость представляет собой степень отклонения ожидаемого значения от среднего. Для ее оценки на практике обычно применяют два близко связанных критерия – дисперсию и среднее квадратическое отклонение.

Дисперсия представляет собой средневзвешенное значение квадратов отклонений действительных результатов от средних ожидаемых.

Среднее квадратическое отклонение является именованной величиной и указывается в тех же единицах, в каких измеряется варьирующий признак. Дисперсия и среднее квадратическое отклонение являются мерами абсолютной изменчивости.

Для анализа результатов и затрат, отражающих относительную оценку, как правило используется коэффициент вариации. Он представляет собой отношение среднего квадратического отклонения к среднему ожидаемому значению и показывает степень отклонения полученных значений от среднеожидаемых.

Коэффициент вариации – относительная величина, на значение которой не влияют абсолютные значения изучаемого показателя. С помощью коэффициента вариации можно сравнивать изменчивость признаков, выраженных в разных единицах. Коэффициент вариации может изменяться от 0% до 100 %. Чем больше коэффициент, тем сильнее изменчивость.

Принята следующая качественная оценка различных значений коэффициента вариации:

- до 10% - слабая изменчивость и низкая степень риска;
- 10-25% - умеренная изменчивость и средняя степень риска;
- свыше 25% - сильная изменчивость и высокая степень риска.

Метод экспертных оценок.

Для определения качественной оценки риска уместно использовать метод экспертных оценок.

Экспертный метод применяется, когда специалисты оценивают вероятность потерь в трёх характерных точках риска: допустимых, критических и катастрофических потерь. Происходит обработка их мнений о величине риска. Используется при отсутствии большого количества данных. Недостаток этого метода заключается в том, что на исходный результат оценки оказывает влияние индивидуальные особенности эксперта, его субъективность [1].

Метод экспертных оценок применяется в случаях, когда:

- длина исходных динамических рядов недостаточна для оценивания с использованием экономико-статистических методов;
- связь между исследуемыми явлениями носит качественный характер и не может быть выражена с помощью традиционных количественных измерителей;
- входная информация неполная и невозможно предсказать влияние всех факторов;
- возникли экстремальные ситуации, когда требуется принятие быстрых решений.

Суть экспертных методов заключается в организованном сборе суждений и предположений экспертов с последующей обработкой полученных ответов и формированием результатов.

Существует масса методов получения экспертных оценок. В одних с каждым экспертом работают отдельно, он даже не знает, кто еще является экспертом, а потому высказывает свое мнение независимо от авторитетов. В других - экспертов собирают вместе, при этом эксперты обсуждают проблему друг с другом, учатся друг у друга, и неверные мнения отбрасываются. В одних методах число экспертов фиксировано, в других - число экспертов растет в процессе проведения экспертизы.

Метод экспертной оценки базируется на проведении опроса нескольких независимых экспертов в качестве единственного источника информации о характеристиках уровня риска или определения влияния различных факторов. Данный метод используется, как правило, при отсутствии статистических данных, необходимых для расчета соответствующих показателей статистическими методами или же когда это связано с оценкой объекта.

Экспертная оценка может осуществляться как по балльной системе, так и в конкретных количественных показателях. Полученная информация анализируется и используется для достижения поставленной цели. Этот метод также вполне может быть использован для оценки бюджетного риска, однако основным ограничением в его использовании является сложность в подборе необходимой группы экспертов [2].

Метод экспертных оценок реализуется путем обработки мнений опытных предпринимателей и специалистов. Он отличается от статистического лишь методом сбора информации для построения кривой риска. Данный способ предполагает сбор и изучение оценок, сделанный различными специалистами, которые строятся на учете всех факторов финансового риска, а также статистических данных. Существует довольно большое число способов проведения экспертизы и обработки экспертной информации.

Результаты экспертной оценки представляются в табличной форме (табл. 2).

Таблица 2. – Пример оформления результатов экспертной оценки рисков

Наименование и виды рисков	Значимость	Экспертная оценка, балл			Средняя оценка риска с учетом значимости
		эксперт 1	эксперт 2	эксперт 3	

В каждой группе рисков проставляется ее значимость в пределах от 0 до 1 с точки зрения возможного ущерба для предприятия при наличии этого вида риска.

Экспертная оценка проставляется в баллах (от 1 до 10 – чем выше риск, тем больше величина балла) каждым из принимающих в оценке экспертов.

Средняя оценка риска с учетом значимости определяется как среднеарифметическая, умноженная на значимость риска. В результате по каждой группе рассчитывается средняя оценка риска.

Построение карты рисков.

Карта риска – графическое и текстовое описание ограниченного числа рисков организации, расположенных в прямоугольной таблице, по одной «оси» которой указана сила воздействия или значимость риска, а по другой вероятность или частота его возникновения.

В общем случае процесс картографирования рисков позволяет:

- выделить риски
- расположить риски по приоритетам
- оценить количественно (разбить на классы) риски организации.

Рассмотрим меры риска. Появление мер риска явилось естественной попыткой оценить одним числом возможные потери портфеля финансовых инструментов при колебаниях рынка. Они также дают возможность оценить размер капитала, который необходимо резервировать для покрытия этих потерь.

К мерам риска относятся:

- дисперсия;
- среднеквадратическая характеристика риска;
- оценка риска акции во времени;
- коэффициент вариации;
- среднее абсолютное отклонение;
- дисперсионные характеристики риска;
- размах (разность между наибольшим и наименьшим значениями).

ЛИТЕРАТУРА

1. Гончаренко, Л.П. Риск-менеджмент : учеб. пособие / Л.П. Гончаренко, С.А. Филин. – М., 2006 – 340 с.
2. Ступаков, В.С. Риск-менеджмент : учеб. пособие / В.С. Ступаков, Г.С. Токаренко. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 125с.
3. Фирсова, О.А. Способы оценки степени риска : учеб. пособие / О.А. Фирсова. – М. : ФГБОУ, 2000. – 257 с.

УДК 338.1

**АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ:
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ****А.П. ГОЛУБ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.Л. БЕЛОРУСОВА)*

Проблемы уровня и качества жизни являются одними из наиболее актуальных. Причиной служит экономический кризис, на фоне которого в обществе произошло глубокое падение уровня и качества жизни основной массы населения [1].

Наше благосостояние напрямую зависит от правильной социальной политики государства, которая, в свою очередь, зависит от того, достаточно ли информации, и насколько она полно показывает проблемы в современном российском обществе. От решения проблем уровня и качества жизни во многом зависит направленность и темпы дальнейших преобразований в стране и, в конечном счете, политическая, а, следовательно, и экономическая стабильность в обществе. Решение этих проблем требует определенной политики, выработанной государством, центральным моментом которой был бы человек, его благосостояние, физическое и социальное здоровье. Именно поэтому все преобразования, которые, так или иначе, могут повлечь изменение уровня жизни, вызывают большой интерес у самых разнообразных слоев населения [2].

Целью данной статьи является изучение методов, определяющих оценку качества жизни населения, анализ степени их влияния и роли в повышении данного показателя.

Исходя из сложности исследуемого объекта, большого числа анализируемых показателей, можно утверждать, что здесь необходим не один, а целый комплекс методов исследования.

Основные методы оценки, используемые при расчете показателя качества жизни.

1. Методы нормирования: рейтинговый метод (порядковое шкалирование) - самый простой и широко применяемый метод. Его дефекты, влияющие на итоговую оценку, связаны с искажениями, получаемыми в частных рейтингах: чрезмерной дифференциацией регионов срединной группы со схожими значениями показателя и недооценкой поляризации крайних значений. Но у этого метода есть и содержательная проблема - он не позволяет оценить реальное изменение качества жизни в регионе, так как показывает только перемещение регионов относительно друг друга [4].

2. Метод линейного масштабирования, используемый при расчете индекса развития человеческого потенциала. Он основан на определении референтных точек (максимальных и минимальных значений индикаторов) и тем самым показывает реальное расположение показателя каждого конкретного региона между ними.

3. Методы агрегирования. Суммирование индексов (баллов) всех индикаторов. Вычисление среднеарифметического значения всех индикаторов, которые берутся с равным весом, то есть признается равный приоритет всех компонентов качества жизни.

Вычисление среднеарифметического значения всех индикаторов, учитывая весовые коэффициенты, значение которых определяют эксперты.

Таким образом, на сегодняшний день для объективной оценки качества жизни применяется целый ряд методов нормирования и агрегирования. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки, но не один не является общепринятым. И это свидетельствует о необходимости дальнейшего поиска и разработки методов оценки качества жизни совместно с математиками [5].

4. Балльный метод. При использовании данного метода значения используемых показателей сравниваются с определенными нормативами, и исходя из полученных результатов по каждому показателю начисляются баллы. Недостатком метода балльных оценок является опасность необъективности и формализма и при сопоставлении шкалы, и при ее применении.

5. Метод динамического анализа является наиболее эффективным методом оценки качества и уровня жизни населения в регионе.

Одним из свидетельств в пользу такой адекватности является медленное изменение оценок качества жизни от года к году. Очевидно, что качество жизни - это не такая переменная, которая может скачкообразно меняться во времени [6].

Первыми исследования проблем оценки качества жизни начали зарубежные ученые. Наиболее известные методики, их достоинства и недостатки представлены в табл. 1.

Изучение проблем качества жизни населения было начато еще в XIX в. Необходимо подчеркнуть, что первоначально речь шла именно об уровне жизни, народном благосостоянии или положении населения, а не о качестве жизни в современном его понимании. Работы Д. П. Журавского (1810-1856) были

посвящены выявлению дифференциации людей по условиям их жизни, по состоятельности. Ф. А. Щербина (1849-1936) исследовал крестьянские бюджеты. А. В. Чайнова (1888-1937) раскрыла и исследовала факторы благосостояния семей.

Таблица 1. – Зарубежные методики оценки качества жизни населения

Наименование	Показатель	Основное достоинство	Основной недостаток
Система национальных счетов (СНС)	Внутренний национальный продукт, внутренний валовой продукт, чистый национальный доход, личный и располагаемый личный доходы	Дает возможность измерить личный доход членов общества, связать воедино формирование доходов и расходов, определить тенденции регионального экономического развития	Методика учитывает лишь экономические аспекты жизнедеятельности, определяющие уровень жизни, который выступает только одним из критериев качества жизни
Индекс физического качества жизни RQLI и его модификация PSLI разработаны Американским советом зарубежного развития	Ожидаемая продолжительность жизни по достижении возраста одного года, уровень младенческой смертности, распространение грамотности среди взрослого населения (в модификации PSLI заменена на потребление продуктов питания)	Индексы качества жизни, получаемые при помощи этой методики просты, доступны, но ориентированы на низкую степень удовлетворения естественных потребностей. Широко применялись США и Мировым банком при оказании помощи развивающимся странам	Не учитываются социальные индикаторы. Личность рассматривается как пассивное существо. Открытым остался вопрос о том, какой смысл вкладывается в понятие «физическое качество жизни»
Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) и его модификация с учетом тендерного фактора (ИРГФ) разработаны специалистами ООН	Ожидаемая продолжительность жизни, образование, индекс уровня жизни	Методика дает возможность проведения сравнительного анализа социально-экономического развития по странам и регионам, позволяет отслеживать динамику, сопоставлять достижения. Методика отличается простотой и доступностью	Не учитываются субъективные показатели качества жизни, социальный аспект представлен лишь уровнем образования, отсутствуют такие срезы, как степень развития науки, социальная напряженность, состояние окружающей среды и др.
Треугольный индекс благосостояния нации	Уровень развития экономической сферы, социальной среды, информационной инфраструктуры	С помощью данной методики не только оценивается уровень развития указанных сфер жизнедеятельности общества, но и их сбалансированность	Необходимость сбора большого количества показателей, а также то, что не учтены политическая и духовная сферы

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы.

Работы этих и многих других авторов заложили основы социальной статистики в нашей стране. Их труды имели достаточно объективный и достоверный характер [5].

Проблемы оценки и измерения качества жизни в современном его понимании в отечественной литературе получили развитие в последние годы. Это связано, во-первых, с тем, что качество жизни объявлено стратегической целью развития государства; во-вторых, актуальной становится проблема оценки результатов социальной политики [7].

Рассмотрим наиболее известные отечественные методики, их достоинства и недостатки (табл. 2).

Анализ зарубежных и отечественных методик оценки качества жизни позволил сформулировать следующие выводы:

- зарубежные и отечественные ученые ведут активную работу в сфере разработки методов оценки качества жизни;
- мировое сообщество с каждым годом все больше внимания уделяет качеству жизни населения; достижение и поддержание ее высокого качества являются целью всех развитых стран мира;
- существующие методики значительно отличаются по количеству и составу показателей (количество показателей варьируется от трех до нескольких десятков, а по составу включают индикаторы экономической, социальной и физиологической составляющих качества жизни);
- большинство рассмотренных методик оценивают только объективные показатели качества жизни и не учитывают субъективные;
- все рассмотренные методики позволяют оценить лишь отдельные составляющие качества жизни населения и не могут претендовать на универсальность.

Таблица 2. – Отечественные методики оценки качества жизни населения

Автор	Показатель	Достоинство	Недостаток
Н.М. Римащевская (отмечает недостаточность показателей И РЧП и предлагает их дополнить)	Продолжительность жизни (рассматривается в контексте анализа физического, психического и социального здоровья), профессионально-образовательные ресурсы, интеллектуальный потенциал, уровень жизни, культурно-нравственные и духовные ценности, социокультурная активность граждан	Позволяет достаточно полно охарактеризовать основные составляющие качества жизни	Сложность сбора данных для проведения оценки, ряд показателей не является общепринятыми статистическими данными, соответственно возникает проблема их определения и достоверности
П.С. Мстиславский (метод сравнения социальных параметров)	Сопоставление Республики Беларусь с рядом наиболее крупных стран, имеющих наиболее высокий уровень социальных параметров	Позволяет определить пути достижения высокого качества жизни, использовать опыт социального развития передовых стран	Не определены критерии - основания для сравнения, метод не учитывает национальных особенностей
Г.В. Осипов (методика сравнения предельно допустимых показателей с реальными, устанавливаемыми в процессе социологического исследования)	Контрольные показатели, охватывающие социальные изменения, намеченные на определенный период; показатели средств или социальных процессов, используемые для реализации планируемых целей; показатели ресурсов, применяемых для решения социальных задач, неманипулируемые показатели, отражающие средства воздействия на социальные процессы; показатели побочных процессов; индикаторы эффективности реализации экономико-социальных программ	Позволяет провести всестороннюю оценку эффективности реализуемых социальных программ; выявить причины, детерминирующие те или иные социальные уровни; определить пути достижения намеченных социальных показателей	Сложность сбора данных для проведения оценки, ряд показателей не является общепринятыми статистическими данными, соответственно возникает проблема их определения и достоверности
А.И. Субетто	Интегральные индикаторы: уровень жизни, качество среды, образование и его доступность, население, культура	Позволяет оценивать качество жизни на уровне индивида, социальных групп, общества в целом	Основное внимание уделяется субъективным показателям оценки качества жизни
С.А. Айвазян	Интегральные индикаторы: качество населения, благосостояние населения, качество социальной сферы, качество экологической ниши, природно-климатические условия	Использование только доступной информации, возможность межрегионального сравнения, выявление проблемных областей	Не учитываются субъективные показатели

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы.

На сегодняшний день представляется возможным создание унифицированной методики оценки качества жизни применительно к регионам Республики Беларусь. Оценивать качество жизни необходимо по показателям, отражающим наиболее существенные факторы жизнедеятельности в данном регионе [9].

Построение любого интегрального индикатора начинается с определения совокупности показателей, которые в дальнейшем будут использоваться [6]. Классификация основных методов стандартизации, применяемых при построении интегрального показателя в работах современных авторов, свидетельствует, что используются в основном следующие пять методов: рейтинговый метод (порядковое шкалирование) - самый простой и широко применяемый динамический метод.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анимица, Е.Г. Качество жизни населения / Е.Г. Анимица, А.М. Елохов, В.А. Сухих. – Екатеринбург, 2000. – Ч. 1. – 408 с.

2. Афанасьев, В.Г. Научное управление обществом: опыт системного исследования / В.Г. Афанасьев. – М., 1973. – 392 с.
3. Беккер, П.Г. Человеческое поведение: экономический подход / Г. Беккер ; пер. с англ.: Е.В. Батраков // Избранные труды по экономической теории. – М., 2003. – 671 с.
4. Бестужев-Лада И.В. Методологические проблемы исследований качества, уровня и образа жизни / И.В. Бестужев-Лада // Современные концепции уровня, качества и образа жизни. – М., 1978. – 98 с.
5. Бойцов, Б.В. Системная целостность качества жизни / Б.В. Бойцов, Ю.В. Крянев, М.А. Кузнецов // Форум «Качество жизни», Стандарты и качество. – 1999. – № 5. – С. 37–56.
6. Венцов, Н.В. Категория «Качество жизни» и территориальное планирование / Н.В. Венцов // Стандарты и качество. – 2003. – № 2. – С. 25.
7. Давыдова, Е.В. Измерение качества жизни / Е.В. Давыдова, А.А. Давыдов. – М., 1993. – 52 с.
8. Лига, М.Б. Методология и методика оценки качества жизни : учеб. пособие / М.Б. Лига, И.Л. Софронова. – Чита, 2004. – 89 с.
9. Антонова, Н.Б. Государственное регулирование экономики / Н.Б. Антонова. – Минск, 2011. – 452 с.

УДК 338.1

**КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
КРИТЕРИИ И ОЦЕНКА****А.П. ГОЛУБ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.Л. БЕЛОРУСОВА)*

Раскрывается содержание понятия «качество жизни», определяются основные критерии его оценки. Рассматриваются рейтинговые таблицы лидеров и аутсайдеров среди регионов Республики Беларусь по качеству жизни в целом и по определяющим его показателям в отдельности.

Главенствующим показателем, который характеризует уровень развития стран и наций является качество жизни.

Качество жизни – это показатель, характеризующий удовлетворение социальных, культурных, духовных, материальных и других потребностей, оказывающих непосредственное влияние на уровень жизни каждого человека [1].

Наряду с понятием «качество жизни» используется понятие «уровень жизни», и зачастую данные понятия считаются взаимозаменяемыми, так как перечни показателей, описывающие их, во многом совпадают. Однако, это неверно и данные понятия следует различать. Под уровнем жизни подразумевается более узкая категория в отличие от качества жизни. Уровень жизни (или уровень благосостояния) представляет собой уровень материального благополучия, который характеризуется объемом реальных доходов на душу населения и соответствующим объемом потребления [3, с.34].

В свою очередь, «качество жизни» - это показатель общего благополучия человека, включающий степень удовлетворения не только материальных потребностей, но также социальных и духовных потребностей человека. Понятие «качество жизни» является сложным и неоднозначным, подразумевающим учет экономических, социальных, политических природных и других факторов. Характеристика данного понятия включает в себя ряд показателей, характеризующих возможности человека трудиться в хороших условиях, получать высококачественное медицинское обслуживание, учиться, пить чистую воду, дышать чистым воздухом, иметь возможности доступа к различным культурным ценностям, осуществлять жизнедеятельность в условиях безопасности и др [4].

Именно повышение качества жизни – стратегическая задача развития Республики Беларусь на перспективу.

Качество жизни в Республике Беларусь неоднородно:

- 1) различный уровень развития всех регионов;
- 2) количество стратегически важных предприятий;
- 3) географическое положение регионов;
- 4) уровень развития инфраструктуры;
- 5) различные климатические особенности;
- 6) уровень развития традиций.

Ввиду особенностей развития государства, обусловленного многообразием природно-климатических, экономических, социально-культурных аспектов в диспропорции именно показатели качества являются объектом пристального внимания органов власти.

Определяющие ориентиры политики государства в улучшении рассматриваемого показателя – инвестирование в человеческий капитал. В данном контексте большую роль играют мероприятия, такие как: снижение масштабов бедности, контроль адресности социальной поддержки, социальная защита социально уязвимых слоев населения.

В рамках государства: проводить эффективную государственную финансовую политику, регулировать экономические процессы, способствовать развитию малого бизнеса [2].

Кроме этого необходим и такой комплекс мер:

- стабилизировать покупательную способность доходов населения и уровень заработной платы на всей территории Республики Беларусь;
- минимизировать межотраслевое и территориальное колебание уровней доходов населения;
- борьба с бедностью.

Ранее показатель качества жизни рассматривался с позиции расчета ожидаемой продолжительности жизни. Однако, этот показатель недостаточно полно раскрывает все аспекты исследуемого явления. Поэтому интегральные показатели мониторинга различных социально-экономических процессов дают более подробную характеристику уровня качества жизни.

Белорусские ученые предлагают при исследовании качества жизни опираться на следующие характеристики.

1. Благополучие. Материальный аспект благополучия характеризуют показатели доходов, текущего потребления и сбережений населения, а также такие макроэкономические показатели, как ВВП на душу населения, фактическое потребление домашних хозяйств, индекс потребительских цен, уровни безработицы и бедности.

2. Социальная защита, отражающая условия труда, социальное обеспечение и социальную защиту, физическую и имущественную безопасность.

3. Качество населения, интегрирующее такие его свойства, как способность к воспроизводству (рождаемость, смертность, заболеваемость, инвалидность, ожидаемая продолжительность жизни и т.п.), способность образовывать и сохранять семьи (брачность, разводимость), уровень образования и квалификации (доля населения, охваченного обучением в соответствующих возрастных группах, достигнутый уровень образования и т.п.).

4. Условия жизни населения. Понятие «условия жизни» включает в себя характеристики жилищных условий, обеспеченность населения мощностями здравоохранения, образования, культуры, использования свободного времени, социальной и географической мобильности и т.п.

5. Информированность населения, характеризующая доступность к средствам телекоммуникации и информационных инфраструктур (операторы мобильной радиосвязи, информационные ресурсы, интернет-технологии и т.д.).

6. Качество окружающей среды (или качество экологической ниши), аккумулирующее данные о загрязнении воздушного пространства, воды, о качестве почвы, уровне биоразнообразия территории и т.п.

7. Природно-климатические условия, характеризующиеся климатическими условиями, частотой и спецификой форс-мажорных ситуаций (наводнений, землетрясений, ураганов и других стихийных бедствий) [6].

Учитывая данные показатели, в таблице произведена градация регионов по качеству жизни, а также представлен рейтинг регионов Республики Беларусь по качеству жизни. Каждому региону присваивается рейтинговый балл (один из семи) по группе каждого показателя, который характеризует качество жизни населения. Чем ближе значение показателя к 1, тем лучше качество жизни населения в данном регионе.

Таблица. – Рейтинг регионов Республики Беларусь по качеству жизни

Позиция	Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	г. Минск	Минская	Могилевская
1. Позиция по группе показателей «Благополучие»	4,50	5,30	5,83	4,00	1,30	2,17	4,50
2. Позиция по группе показателей «Социальная защита»	7	5	2	6	1	3	4
3. Позиция по группе показателей «Население и здоровье»	2,3	6	3	4	3,5	4	4
4. Позиция по группе показателей «Образование»	3,8	4,6	2,8	6,4	3,2	3,4	5,4
5. Позиция по группе показателей «Жилищные условия»	4	5	6	2	7	1	3
6. Позиция по группе показателей «Качество продукции и услуг»	4,14	3,71	4,14	3,29	4,57	3,14	4,43
7. Позиция по группе показателей «Экологическая ситуация»	6	7	5	3	4	1	2
8. Позиция по группе показателей «Правовая защищенность»	4	3	5	1	7	6	2
9. Позиция по группе показателей «Культура»	4	2	3	5	7	6	1
Сводный рейтинговый балл	4,42	4,62	4,09	3,85	4,29	3,3	3,37

Источник: собственная разработка автора.

Самые лучшие позиции в рейтинге занимают Минская (сводный рейтинговый балл равен 3,3), а также Могилевская область (сводный рейтинговый балл равен 3,37). В основном, эти регионы лидируют по таким позициям как: экологическое состояние региона и обеспеченности населения жильем. Слабое экономическое положение некоторых регионов рейтинга (Брестская и Витебская области) может быть обусловлено географическим положением, слаборазвитой инфраструктурой и др.

Графическое изображение распределения регионов Республики Беларусь по рейтинговой шкале представлено на рисунке.

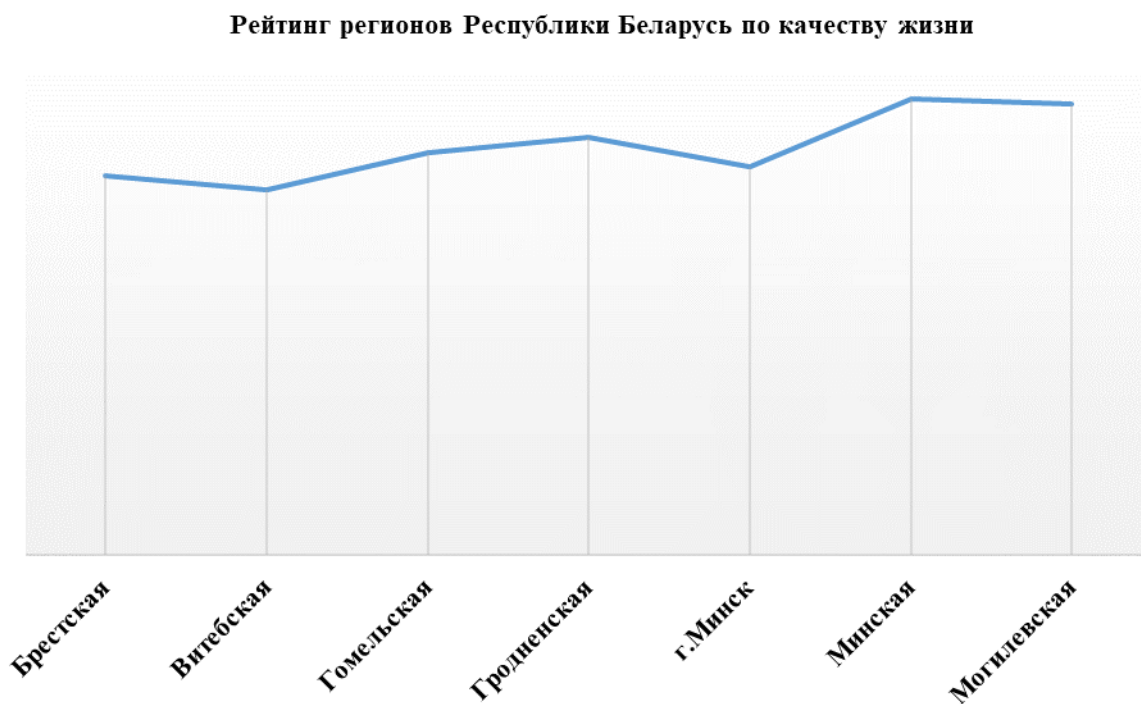


Рисунок. – Рейтинг регионов Республики Беларусь по качеству жизни

Источник: собственная разработка автора.

Безусловно определяя качество жизни населения, любые исследования ориентируются на экономическую составляющую и материальные блага человека. Однако, не стоит исключать, что качество жизни – это также интегрированный социальный показатель. И свое проявление он должен находить в объективной и субъективной удовлетворенности человека всеми показателями его жизни [7].

Определяющая роль в этом процессе отводится государству. Социальная направленность развития государства – это вектор качества жизни населения. С этой целью необходимыми составляющими со стороны государства следует считать такие направления как:

- способствование развитию регионов с низкими показателями жизни населения;
- сглаживание колебаний в уровне доходов регионов;
- создание комфортной среды проживания;
- реализация программ по охране окружающей среды;
- создание условий для досуга в отдаленных регионах;
- осуществление дополнительных программ в области здравоохранения в регионах с низкими показателями качества жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айвазян, С.А. Интегральные индикаторы качества жизни населения: их построение и использование в социально-экономическом управлении и межрегиональных сопоставлениях / С.А. Айвазян. – М. : ЦЭМИ РАН, 2013. – 118 с.
2. Бутов, В.И. Основы региональной экономики : учеб. пособие / В.И. Бутов. – М. ; Ростов н/Д, 2014. – 302 с.

3. Левашов, В.К. Уровень и качество жизни / В.К. Левашов // Энергия: экономика, техника, экология. – 2014. – № 5. – 78 с.
4. Баженов, С.А. Качество жизни населения: теория и практика / С.А. Баженов. – М. : ЭКОС, 2002. – 178 с.
5. Бобков, В.Н. Качество жизни: вопросы теории и практики / В.Н. Бобков, П.С. Масловский-Мстиславский, Н.С. Маликов. – М. : ВЦУЖ, 2000.
6. Антонова, Н.Б. Государственное регулирование экономики / Н.Б. Антонова. – Минск, 2011. – 452 с.
7. Бушуев, В.В. Качество жизни и его индексы: мир и Россия / В.В. Бушуев // Уровень жизни населения регионов России. – 2010. – № 1. – С. 18–22.
8. Васильев, В.П. Качество и уровень жизни населения Республики Беларусь. – М. : ЭКОС, 2007. – 117 с.

УДК 332.146

**ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА НОВОПОЛОЦКА
В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ ГОРОДАМИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ****И.В. ГРАБЛЕВСКАЯ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

Обоснована необходимость оценки инвестиционной привлекательности региона (города). Представлены методы оценки инвестиционной привлекательности региона (города). Выбран метод ранжирования для оценки инвестиционной привлекательности г. Новополоцка в сравнении с другими городами Витебской области (Витебск, Орша, Полоцк). Представлены результаты оценки инвестиционной привлекательности г. Новополоцка. Выделены факторы, негативно влияющие на инвестиционную привлекательность города.

В условиях ограниченности собственных финансовых средств, требующихся для обеспечения устойчивого социально-экономического развития регионов (городов), необходимо привлекать дополнительные средства за счет инвестирования, создания условий для привлечения средств, в том числе и из-за рубежа, в объекты на территории региона (города). Оценка инвестиционной привлекательности региона (города) позволит выявить проблемные моменты в развитии региона (города), которые препятствуют привлечению инвестиций в регион (город) и требуют скорейшего решения.

В качестве объекта исследования автором выбран город Новополоцк.

Новополоцк – крупнейший промышленный и бюджетообразующий регион области. Его удельный вес в областном объеме промышленного производства по итогам 2017 года составил 48,6 процентов.

Основу промышленного производства составляют: производство нефтепродуктов, химическое производство, производство минеральных продуктов, текстильное и швейное производство. Развита также деревообрабатывающая, пищевая промышленность, издательская деятельность, производство металлоизделий, машин и оборудования.

Визитной карточкой города является ОАО «Нафтан», который занимает лидирующее положение на Европейском континенте в области нефтепереработки. Также в городе функционируют такие крупные организации как ОАО «Нафтан» завод «Полимир», ОАО «Измеритель», ОАО «Белсплат» и т.д.

Автором выявлено наличие достаточно большого разнообразия существующих методов оценки инвестиционной привлекательности региона (города), среди которых можно выделить такие как: экономико-математические методы, методы экспертных оценок, факторный анализ, метод суммы баллов, ранжирования и т.п.

Для проведения анализа и выделения слабых сторон города Новополоцка воспользуемся методом ранжирования.

Суть метода ранжирования заключается в следующем: по выбранным параметрам определяются места регионов по каждому показателю. Суммарный рейтинг регионов определяется по сумме мест, занимаемых регионом по всем параметрам. Наиболее высокий рейтинг присваивается региону, набравшему минимальные значения суммы мест. При использовании метода ранжирования г. Новополоцк сравнивался с другими крупными городами Витебской области, такими как Витебск, Полоцк и Орша.

Инвестиционную привлекательность города мы формируем из двух групп показателей, которые определяют индексы: инвестиционный потенциал и инвестиционные риски. Данный подход следует признать наиболее широко представленным среди отечественных и зарубежных авторов. Данного подхода, например, придерживаются Михаил Ковалев и Алина Якубович [1]; Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА») [2].

Инвестиционный потенциал города отражает степень возможности вложения средств в активы длительного пользования, включая вложения в ценные бумаги с целью получения прибыли.

Основными составляющими инвестиционного потенциала города выступают четыре микроиндекса-потенциала (частные потенциалы): ресурсно-трудовой, институциональный, потребительский и финансовый, каждый из которых характеризуется своей группой показателей.

Инвестиционный риск города – совокупность факторов, под воздействием которых складывается вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в условиях неопределенности результатов осуществления инвестиций. Основными составляющими инвестиционных рисков города выступают три микроиндекса-риска (частные риски): социальный, экологический и финансовый, каждый из кото-

рых характеризуется своей группой показателей. Алгоритм расчета каждого из показателей, входящего в состав частных инвестиционных потенциалов и инвестиционных рисков представлен в источнике [1].

Анализ проведен на основе статистических данных за 2016 год. Приведем результаты инвестиционного рейтинга городов Витебской области в таблице 1.

Таблица 1. – Частные инвестиционные потенциалы и ранги городов Витебской области

Показатель	Города			
	Витебск	Полоцк	Новополоцк	Орша
Ресурсно-трудовой потенциал				
Индекс населения в трудоспособном возрасте	0,603	0,578	0,609	0,567
<i>Ранг региона</i>	2	3	1	4
Индекс населения в возрасте моложе трудоспособного	0,159	0,162	0,154	0,154
<i>Ранг региона</i>	2	1	3,5	3,5
Индекс обеспеченности жильем	22,2	25,1	22,3	23,6
<i>Ранг региона</i>	4	1	3	2
Индекс ввода жилья	0,310	0,226	0,238	0,167
<i>Ранг региона</i>	1	3	2	4
Индекс темпа роста инвестиций в основной капитал	74,5	108,2	74,2	163,3
<i>Ранг региона</i>	3	2	4	1
Индекс темпа роста подрядных работ	93,6	69,5	79,1	83,1
<i>Ранг региона</i>	1	4	3	2
Сумма рангов	13	14	16,5	16,5
<i>Итоговый ранг</i>	1	2	3,5	3,5
Институциональный потенциал				
Индекс обеспеченности организациями торговли и питания	18,492	18,792	11,074	30,386
<i>Ранг региона</i>	3	2	4	1
Индекс уровня развития малого предпринимательства	24,4427	23,7630	11,7343	25,6812
<i>Ранг региона</i>	2	3	4	1
Индекс обеспеченности банками	0,8841	0,6271	0,5568	0,3084
<i>Ранг региона</i>	1	2	3	4
Сумма рангов	6	7	11	6
<i>Итоговый ранг</i>	1,5	2	3	1,5
Потребительский потенциал				
Индекс розничного товарооборота	3978,337	4385,114	3460,102	3690,184
<i>Итоговый ранг</i>	2	1	4	3
Финансовый потенциал				
Индекс рентабельности реализованной продукции	6,2	5,9	1,5	7,6
<i>Ранг региона</i>	2	3	4	1
Индекс номинальной заработной платы	0,910	0,855	1,151	0,804
<i>Ранг региона</i>	2	3	1	4
Индекс прибыльности предприятий	693,071	237,508	488,093	-73,004
<i>Ранг региона</i>	1	3	2	4
Индекс чистого экспорта	0,192	0,441	-9,377	0,072
<i>Ранг региона</i>	1	2	4	3
Сумма рангов	6	11	11	12
<i>Итоговый ранг</i>	1	2,5	2,5	3

Источник: расчеты автора на основе статистических данных [3].

Анализ полученных значений ресурсно-трудового потенциала выявил слабые стороны города Новополоцка: индекс населения города в возрасте моложе трудоспособного, индекс темпа роста инвестиций в основной капитал. Что касается институционального потенциала, то Новополоцк занимает последнее место по индексу обеспеченности организациями торговли и питания, а также по индексу уровня развития малого предпринимательства. Анализ потребительского потенциала показал, что город занял 4 место по индексу розничного товарооборота. Проанализировав финансовый потенциал, мы видим, что Новополоцк на последнем месте по индексу рентабельности реализованной продукции и по индексу чистого экспорта.

Затем был проведен анализ частных инвестиционных рисков. Результаты приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Частные инвестиционные риски и ранги городов Витебской области

Показатель	Города			
	Витебск	Полоцк	Новополоцк	Орша
Социальный риск				
Индекс миграционного прироста (убыли) населения	0,5	-2,7	0,5	-3,7
<i>Ранг региона</i>	1,5	3	1,5	4
Уровень безработицы	1,2	1,1	0,9	1,2
<i>Ранг региона</i>	3,5	2	1	3,5
Коэффициент смертности	10,5	14,2	9,8	14
<i>Ранг региона</i>	2	4	1	3
Сумма рангов	7	9	3,5	10,5
<i>Итоговый ранг</i>	2	3	1	4
Экологический риск				
Индекс уровня загрязнения окружающей среды	8	26	472	19
<i>Итоговый ранг</i>	1	3	4	2
Финансовый риск				
Индекс просроченной дебиторской задолженности	40	20,6	5,1	26,5
<i>Ранг региона</i>	4	2	1	3
Индекс просроченной кредиторской задолженности	16,1	21,7	2,8	24,9
<i>Ранг региона</i>	2	3	1	4
Индекс убыточных предприятий	20,6	20,5	18,4	16
<i>Ранг региона</i>	4	3	2	1
Сумма рангов	10	8	4	8
<i>Итоговый ранг</i>	3	2,5	1	2,5

Источник: расчеты автора на основе статистических данных [3].

Как показал анализ, город Новополоцк занимает самую слабую позицию по экологическому риску, а именно по индексу загрязнения окружающей среды.

Таким образом, мы можем выявить слабые стороны города Новополоцка, к числу которых относят:

- меньший относительно других исследуемых городов удельный вес населения в возрасте моложе трудоспособного, что в будущем может затруднить формирование трудового потенциала региона;
- наименьшие среди исследуемых городов темпы роста инвестиций в основной капитал, что не позволит усовершенствовать структуру основного капитала;
- незначительное количество организаций (предприятий) торговли и питания, что привело к невысоким позициям города по объему розничного товарооборота. Это свидетельствует о недостаточно высоком уровне развития сферы торговли;
- невысокий уровень развития малого предпринимательства, что требует поиска направлений для активизации его роста;
- невысокая эффективность реализации продукции, что проявляется в незначительном уровне рентабельности реализованной продукции и свидетельствует о необходимости поиска резервов ее роста
- невысокая эффективность внешнеторговой деятельности;
- высокий уровень загрязнения окружающей среды, что может создать проблемы со здоровьем населения данного региона.

Исходя из этих слабых сторон, мы можем сделать вывод, что именно в этом направлении нужно улучшать позиции города Новополоцка и направлять усилия местных органов власти и управления. Что позволит повысить инвестиционную привлекательность г. Новополоцка относительно других городов и активизировать его социально-экономическое развитие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалев, М. Инвестиционная привлекательность городов / М. Ковалев, А. Якубович // Вестник Ассоциации белорусских банков. – 2011. – № 11–12. – С. 39–49.
2. Методика составления рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России компании «РАЭКС-Аналитика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/ratings/regions/2015/method>. – Дата доступа: 01.04.2018.
3. Регионы Республики Беларусь [Электронный ресурс]: статистический сб. – Т. 2. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_8017/. – Дата доступа: 03.04.2018.

УДК 332.146

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ГОРОДА НОВОПОЛОЦКА

И.В. ГРАБЛЕВСКАЯ

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)

Обоснована необходимость оценки инвестиционной привлекательности города, что предполагает значимость разработки соответствующего методического подхода. Рассмотрены подходы отдельных отечественных и зарубежных авторов к методам оценки инвестиционной привлекательности города. Основываясь на наиболее известном методе, включающем интегральную характеристику инвестиционного потенциала города на базе расчета показателей инвестиционного потенциала и инвестиционного риска, автором сделан вывод о необходимости применения данного подхода при оценке инвестиционной привлекательности г. Новополюцка. По результатам анализа выделены основные факторы, снижающие инвестиционную привлекательность города Новополюцка.

Любой объект для своего устойчивого развития должен быть обеспечен необходимыми ресурсами. В связи с этим вопросы повышения инвестиционной привлекательности являются актуальными и требуют постоянного изучения. Это связано с тем, что инвестор при принятии решения об инвестировании в объект, прежде всего, заинтересован в информации об уровне его инвестиционной привлекательности.

Инвестиционная привлекательность региона – это интегральный показатель, который определяется по совокупности ее экономических и финансовых показателей, показателей государственного, общественного и законодательного, политического и социального развития. Инвестиционная привлекательность определяет вектор движения физического, финансового, интеллектуального и человеческого капиталов в страну и за ее рубежи [1].

Важность оценки инвестиционной привлекательности региона (города) предопределяет необходимость изучения методических подходов к ее проведению.

В таблице 1 представлены точки зрения авторов на состав методов, которые могут быть использованы при оценке инвестиционной привлекательности региона (города).

Таблица 1. – Точки зрения авторов на состав методов, которые могут быть использованы при оценке инвестиционной привлекательности региона (города)

Автор, источник	Предлагаемые методы
Ахтариева Л. Г. [1]	– метод сравнения количественных и качественных показателей; – анализ структуры инвестиций по горизонтали и вертикали; – расчет интегрального показателя надежности; – расчет агрегированного показателя надежности; – рейтинговая оценка показателей
Жадан А. Э. [2]	– экономико-математические методы; – методы факторного анализа; – методы экспертных оценок.
Мурашко Н. Н. [3]	– экономико-математические методы: метод суммы мест; метод балльных оценок; метод многомерной средней; метод относительных разностей; метод помощи планированию посредством относительных показателей технической оценки; – метод анализа факторов (метод регрессионного анализа; метод факторного анализа); – метод экспертных оценок (метод мозговой атаки; дельфийский метод)
Чернышов А. Г. Челмакина Л. А. [4]	– интегральная оценка инвестиционной привлекательности региона на основе выбора системы показателей и присвоения им соответствующих весовых коэффициентов; – метод составления рейтингов.
Ковалев М., Якубович А. [5]; Зюмалина А. Р. [6]	– интегральная характеристика инвестиционного потенциала города на базе расчета показателей инвестиционного потенциала и инвестиционного риска
Титова В. А., Хаджаева И. А. [7]	– метод предвидения «форсайт», как технология работы с будущим. Территориальный форсайт – это выбор научно-технологических приоритетов, поддержка которых позволит обеспечить устойчивый рост экономики города в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Источник: составлено автором на основе анализа экономической литературы.

Как показал анализ, наиболее распространенным является метод расчета интегрального показателя, характеризующего инвестиционную привлекательность региона (города). При этом чаще всего такую оценку проводят, основываясь на расчете показателей инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Таковой, например, является методика авторов Ковалев М. и Якубович А. [5].

Инвестиционный потенциал города отражает степень возможности вложения средств в активы длительного пользования, включая вложения в ценные бумаги с целью получения прибыли.

Основными составляющими инвестиционного потенциала города, по мнению М. Ковалева и А. Якубович, выступают четыре микроиндекса-потенциала (частные потенциалы): ресурсно-трудо­вой, институциональный, потребительский и финансовый, каждый из которых характеризуется своей группой показателей (рис. 1). Алгоритм расчета каждого из показателей, входящего в состав частных инвестиционных потенциалов, представлен в источнике [5].



Рисунок 1. – Система показателей для оценки инвестиционного потенциала города

Источник: составлено автором на основе [5].

Инвестиционный риск города – совокупность факторов, под воздействием которых складывается вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в условиях неопределенности результатов осуществления инвестиций. Основными составляющими инвестиционных рисков города выступают три микроиндекса-риска (частные риски): социальный, экологический и финансовый, каждый из которых характеризуется своей группой показателей (рис. 2). Алгоритм расчета каждого из показателей, входящего в состав частных инвестиционных рисков, представлен в источнике [5].

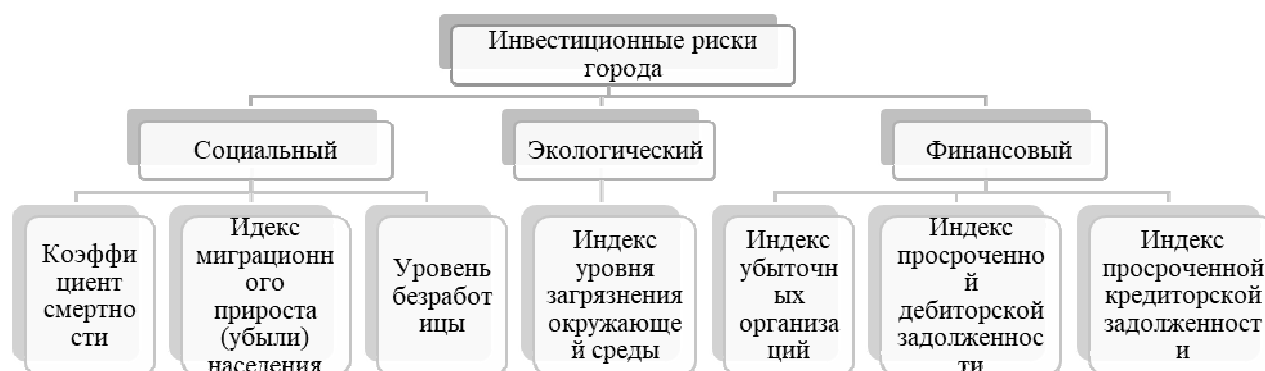


Рисунок 2. – Система показателей для оценки инвестиционных рисков

Источник: составлено автором на основе [5].

Основной сложностью при применении данной методики для городов Витебской области (прежде всего Новополоцка) является отсутствие отдельных статистических данных. В связи с этим состав показателей был откорректирован нами в соответствии с имеющейся статистической базой.

Для проведения оценки инвестиционной привлекательности города Новополоцка, основанной на расчете показателей инвестиционного потенциала и инвестиционного риска, автором проведено сравнение города Новополоцка с другими крупными городами Витебской области (Витебск, Полоцк и Орша). Такое сопоставление позволит, на наш взгляд, более четко выделить сильные и слабые стороны исследуемого региона, т.е., то, что способствует укреплению инвестиционной привлекательности г. Новополоцка, и то, что ее ослабляет.

В расчетах использованы статистические показатели Национального статистического комитета, представленные на официальном сайте в различных статистических сборниках [8].

Итак, на основе представленной методики с учетом некоторой корректировки состава показателей был проведен анализ инвестиционной привлекательности г. Новополоцка в сравнении с такими городами Витебской области, как Витебск, Орша, Полоцк.

Проведенный автором анализ инвестиционной привлекательности г. Новополоцка позволил выявить ее слабые стороны, т.е. те факторы, которые снижают привлекательность региона. Это следующие факторы:

- меньший относительно других исследуемых городов удельный вес населения в возрасте моложе трудоспособного, что в будущем может затруднить воспроизводство трудовых ресурсов региона;
- наименьшие среди исследуемых городов темпы роста инвестиций в основной капитал, что не позволит усовершенствовать структуру основного капитала. Это составляет особую проблему для г. Новополоцка, как крупнейшего промышленного центра Республики Беларусь с высоким уровнем износа основных средств в промышленности;
- незначительное количество организаций (предприятий) торговли и питания, следствием которого являются невысокие позиции города по объему розничного товарооборота. Этот факт демонстрирует недостаточно высокий уровень развития сферы торговли;
- невысокий уровень развития малого предпринимательства, что требует поиска направлений для активизации его роста;
- невысокая эффективность реализации продукции, что проявляется в незначительном уровне рентабельности реализованной продукции и свидетельствует о необходимости поиска резервов ее роста;
- невысокая эффективность внешнеторговой деятельности при достаточно высоком экспортном потенциале региона (города);
- высокий уровень загрязнения окружающей среды, что может создать проблемы со здоровьем населения данного региона и ослабить трудовой потенциал.

Исходя из этих слабых сторон, мы можем сделать вывод о том, в каких направлениях нужно улучшать позиции города Новополоцка и направлять усилия местных органов власти и управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахтариева, Л.Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов / Л.Г. Ахтариева // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2014. – № 1 (7). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-otsenke-investitsionnoy-privlekatelnosti-regionov>. – Дата доступа: 03.07.2018.
2. Жадан, А.Э. Методика оценки инвестиционной привлекательности региона (на примере ЮФО) / А.Э. Жадан // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 5 (57). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-regiona-na-primere-yufo>. – Дата доступа: 03.07.2018.
3. Мурашко, Н.Н. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Республики Беларусь и возможности ее прогнозирования / Н.Н. Мурашко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.bntu.by/.../Ocenka_investicionnoj_privlekatelnosti_regionov_Respubliki_Belarus_i_vozmozhnosti_ey_o_prognozirovaniya.pdf?. – Дата доступа: 01.04.2018.
4. Чернышов, А.Г. Методы оценки инвестиционной привлекательности регионов [Электронный ресурс] / А.Г. Чернышов; Л.А. Челмакина. – Режим доступа: docplayer.ru/52740301-Metody-otsenki-investicionnoy-privlekatelnosti-regionov.html. – Дата доступа: 03.04.18.
5. Ковалев, М. Инвестиционная привлекательность городов / М. Ковалев, А. Якубович // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2011. – № 11/12. – С. 39–49.
6. Зюмалина, А.Р. Инвестиционная привлекательность города: понятие, определения, способы оценки / А.Р. Зюмалина // Молодой ученый. – 2011. – № 8. – Т. 1. – С. 133–137.
7. Титова, В.А. Оценка инвестиционной привлекательности города с применением территориального форсайта / В.А. Титова; И.А. Ходжаева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2013. – № 1 (11). – С. 91–94.
8. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.05.2018.

УДК 339.5

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С. ДРБАС

(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)

Внешняя торговля определена как фактор устойчивого экономического роста и развития национальной экономики. Проанализированы показатели открытости экономики Республики Беларусь. Проанализирована динамика показателей внешней торговли товарами Республики Беларусь. Изучены и проанализирована структура экспорта и импорта товарами и услугами Республики Беларусь. Определены направления торговли и экономические отношения Республики Беларусь в рамках ЕАЭС. Сделаны основные выводы относительно состояния внешней торговли Республики Беларусь.

Внешняя торговля традиционно относится к одному из основных факторов устойчивого экономического роста и развития национальной экономики. Это особо справедливо для Беларуси, имеющей высокую степень внешнеэкономической открытости вследствие узости внутреннего рынка, а также необходимости импортировать, в первую очередь, промежуточные и инвестиционные товары. В таблице 1 представлена динамика открытости экономики Республики Беларусь:

Таблица 1. – Динамика открытости экономики Республики Беларусь

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста (снижения), %
Экспорт товаров и услуг, млн долларов США	37203	36392	26660	23573	29212	78,5
ВВП, млн долларов США	68255,63	65662,03	46836,23	48384,12	53607,32	78,5
Индекс открытости национальной экономики	0,545	0,554	0,569	0,487	0,545	–

Источник: собственная разработка на основе [3].

Данные таблицы 1 показывают, что экономика Беларуси имеет высокую степень открытости – доля экспорта товаров и услуг в ВВП превышает 50 %. Однако отмечается нестабильная динамика индекса открытости национальной экономики. Если до 2015 года показатель возрастал, то в 2016 индекс открытости национальной экономики сократился до 0,487, однако в 2017 году вновь вырос до 0,545.

В значительной степени открытость экономики к мировым рынкам обусловлена проводимой внешнеэкономической политикой, в том числе, мерами таможенной, тарифной, валютной, налоговой, кредитной, инвестиционной политик, влияющих на формы и масштабы внешнеэкономической деятельности, степень ее либерализации.

Беларусь экспортирует минеральное топливо, нефть и нефтепродукты, черные металлы, грузовые автомобили (МАЗ, БелАЗ), трактора (Беларус), дорожно-строительную и коммунальную технику (Амкордор), телевизоры (Горизонт, Витязь), холодильники (Атлант), химические волокна и нити (Полимир), калийные удобрения (Беларуськалий), продукцию текстильной и легкой промышленности. Основой белорусского экспорта в страны Евросоюза являются энергетические товары, такие как нефть, нефтепродукты, сжиженный газ. Также в ЕС экспортируются удобрения, черные металлы и древесина.

Беларусь импортирует минеральное топливо, продукцию химпрома, черные металлы, пластмассы и изделия из них, транспортные средства, машины и оборудование. Большую часть нефти, природного газа и нефтепродуктов Беларусь закупает в России.

Большая часть товарооборота Беларуси приходится на страны СНГ. Беларусь, в основном, сохранила хозяйственные связи с российскими предприятиями и значительный промышленный экспорт в Россию. В Россию, в частности, поступает 50-60 % всего экспорта средств транспорта, машин и оборудования из Беларуси [5].

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходилось 26,9% белорусского экспорта и почти пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Италия, Латвия, Бельгия, Франция, Норвегия, Чехия.

Возрос экспорт во все страны-члены ЕАЭС: в Кыргызстан – в 2,5 раз, в Казахстан – на 63%, в Армению – на 57%, в Россию – на 17%.

Динамично развиваются торговые отношения с партнерами в Латинской Америке – Венесуэлой, Аргентиной, Эквадором, в Азиатском регионе – ОАЭ, Катаром, Пакистаном, Ираном, Японией, Южной Кореей, Китаем.

В таблице 2 представлена динамика показателей внешней торговли товарами Республики Беларусь.

Таблица 2 – Динамика показателей внешней торговли товарами Республики Беларусь за 2013–2017 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста (снижения), %
Оборот внешней торговли, млн долларов США	80226	77180	56952	51183	63446	79,0
Экспорт товаров, млн долларов США	37203	36392	26660	23573	29212	78,5
Импорт товаров, млн долларов США	43023	40788	30292	27610	34234	79,6
Сальдо внешней торговли, млн долларов США	-5820	-4396	-3632	-4073	-5023	–

Источник: собственная разработка на основе [3].

По данным таблицы 2.2, в Республике Беларусь объем внешней торговли товарами (внешнеторговый оборот) в 2017 года составил 63,4 млрд долл. США, что на 23,9 % больше, чем в январе-декабре 2016 года. В целом за 2013-2017 гг. внешнеторговый оборот сократился на 21 %.

На всем протяжении анализируемого периода 2013-2017 гг. складывалось отрицательное сальдо. При этом, начиная с 2015 года его величина возрастает. В 2017 году по итогам внешнеторговой деятельности отрицательное сальдо составило 5023 млн долларов США, в 2016 г. – отрицательное сальдо составляло 4073 млн долл. США).

В структуре экспорта наибольший удельный вес занимают минеральные продукты – 24,6 %. Одно из первых мест в экспорте занимают калийные удобрения. Большая их часть – 90,2 % – идёт на экспорт, и только оставшая часть – 9,8 % – идёт на внутренний рынок. На долю «Беларуськалия» приходится около 16 % мирового экспорта калийных удобрений. Основные поставки данного товара осуществляются в Китай, Индию, Бразилию, США, Малайзию.

На втором месте – продукция химической промышленности (18,4 %), далее – машины, оборудование и транспортные средства – 18,1 %. Большую часть в белорусском экспорте занимают шины – 10 % экспорта химической промышленности. Главным производителем шин в Беларуси является «Белшина», которая экспортирует за рубеж столько шин, сколько целая промышленность СНГ. В настоящее время фабрика производит около 185 видов шин для легковых и грузовых автомобилей, автобусов, троллейбусов, тракторов, сельскохозяйственных и строительных машин (65% их продукция идёт на экспорт).

В импорте товаров основной удельный вес приходится также на минеральные продукты (29 %), на втором месте машины, оборудование и транспортные средства (23,1 %), потом остальные товары.

Среди продуктов химической промышленности наибольшую долю в белорусском импорте занимают пластмассы и изделия из нее, каучук и резиновые изделия, органические вещества, фармацевтические продукты, косметические и парфюмерные средства.

Среди товаров лёгкой промышленности наибольшую долю в белорусском экспорте занимают такие товары, как лён и хлопок, синтетические ткани, ковры. Предприятия лёгкой промышленности поддерживают деловые отношения с более 90 предприятиями из стран ЕС. Большинство экспорта данного вида товаров осуществляется в Великобританию, США и Нидерланды. Среди импортируемых товаров лёгкой промышленности в Беларусь преобладают хлопок, шерсть, ткани, текстильные изделия, трикотажная продукция. Крупнейшими получателями белорусской продукции древесной промышленности – это Польша (36,9%), Украина (21,7%), Финляндия (18%). В товарной структуре экспорта данной промышленности преобладает мебель и составляет 45-50% всего экспорта древесной промышленности.

Направления торговли: исходя из анализа направлений взаимодействия государств – членов ЕАЭС в системе мировой торговли, наиболее ориентированной на рынок Союза является Республика Беларусь. Доля взаимной торговли с государствами – членами ЕАЭС во внешней торговле страны по итогам 2016 года составила 52,2%, в том числе 48,1% экспорта и 55,7% импорта товаров. Высокие показатели взаимодействия с рынком ЕАЭС зарегистрированы также по Кыргызской Республике (35,9%, 27%, 39,4%) и Республике Армения (29,2%, 22%, 33,1% соответственно). Пятая часть внешней торговли Казахстана (21,9%) приходится на общий рынок, при этом в страны-партнеры продается 10,7% казахстанского экспорта, а приобретается – 38,4% общего объема импорта Казахстана.

Таким образом, основными факторами, оказавшими влияние на результаты функционирования Союза, являются:

– динамика цен на товары, связанная, в первую очередь, с падением мировых цен на нефть и другие сырьевые товары, стала определяющим фактором, повлиявшим на сокращение стоимостного объема взаимной торговли между государствами – членами ЕАЭС в 2015-2016 годах;

– слабый рост мировой экономики и торговли оказывают негативное воздействие на развитие взаимного товарооборота государств – членов ЕАЭС в долгосрочном периоде в результате замедления темпов экономического роста в странах – торговых партнерах, что негативно сказывается на экономиках региона, обуславливает сохранение цен на сырьевые товары на исторически низких уровнях;

– сохранение негативных тенденций развития в экономиках государств – членов ЕАЭС транслировалось в падение внутреннего спроса, снижение экономической активности и сокращение физических объемов взаимной торговли; – снижение курсов национальных валют привело к повышению конкурентоспособности отечественных товаров, сокращению спроса на товары из третьих стран и переключению спроса на отечественные товары;

– ухудшение ситуации во взаимной торговле ЕАЭС обострилось в результате волатильности национальных валют в государствах – членах ЕАЭС;

– с начала 2016 года наблюдается устойчивый рост итоговых стоимостных характеристик взаимной торговли между государствами – членами ЕАЭС и наметилась тенденция улучшения ценовых условий ее осуществления.

Кроме того, отметим, что:

– вхождение Республики Армения, а в последующем – Кыргызской Республики в состав ЕАЭС принесло положительные экономические результаты, связанные с первичным интеграционным эффектом;

– экономика Республики Беларусь оказалась наиболее чувствительной к ухудшению ситуации в экономиках государств – членов ЕАЭС ввиду высокой открытости и ориентированности на союзный рынок;

– стимулирование внутреннего спроса в Республике Казахстан в значительной степени нивелировало отрицательное воздействие внешнеторговых шоков;

– снижение торговой активности Российской Федерации на рынке Союза связано с сокращением промышленного производства, инвестиций в основной капитал и розничной торговли.

В целом, анализируя внешнюю торговлю Республики Беларусь отметим следующее:

– в Республике Беларусь объем внешней торговли товарами в 2017 году составил 63,2 млрд долл. США, что на 23,9% больше, чем в январе-декабре 2016 года. В целом за 2013-2017 гг. внешнеторговый оборот сократился на 21%. На всем протяжении анализируемого периода 2013-2017 гг. складывалось отрицательное сальдо. При этом, начиная с 2015 года, его величина возрастает. В 2017 году по итогам внешнеторговой деятельности отрицательное сальдо составило 5023 млн долларов США, в 2016 г. – отрицательное сальдо составляло 4073 млн долл. США);

– в экспорте страны преобладают продукты химической промышленности, транспортные средства, машины и оборудование, продукты легкой промышленности. Именно эти отрасли белорусской экономики развиваются наиболее активно. В последние годы увеличивается значение услуг. Основной объем импорта складывается из сырьевых ресурсов: нефти, газа, минерального сырья, а также комплектующих для машиностроения;

– Российская Федерация остается главным торговым партнером республики. На долю России приходится свыше 40% объема экспорта и более 50% импорта. Следующую позицию занимает Европейский союз. Это более 30% отечественного экспорта и, примерно, 20% импорта. Наибольший объем поставок принимают Германия, Голландия, Польша, страны Балтии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кревенс, Д.В. Стратегический маркетинг / Д.В. Кревенс. – М. : Вильямс, 2008. – 512 с.
2. Кулишер, И.М. Основные вопросы международной торговой политики / И.М. Кулишер. – М. : ИД «Социум», 2016. – 576 с.
3. Внешняя торговля Республики Беларусь в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/>. – Дата доступа: 10.03.2018.

УДК 339.5

**ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ И УСЛУГ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СУБСИДИИ, КРЕДИТОВАНИЕ, ДЕМПИНГ****С. ДРБАС***(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)*

Рассмотрены основные цели внешнеэкономической деятельности современного государства. Изучены основные направления Республики Беларусь в области эффективной внешнеторговой политики. Рассмотрена классификация мер по стимулированию экспорта. Изучены инструменты государственного стимулирования экспорта Республики Беларусь. Определена роль антидемпинговых пошлин в защите внешнеэкономической деятельности.

Экономические преобразования в Республике Беларусь включают, в качестве центрального направления реформу внешнеэкономической деятельности, проводимую с 1986 года союзным правительством, а с 1991 год – белорусским.

Основные цели внешнеэкономической деятельности любого современного государства представлены на рисунке.

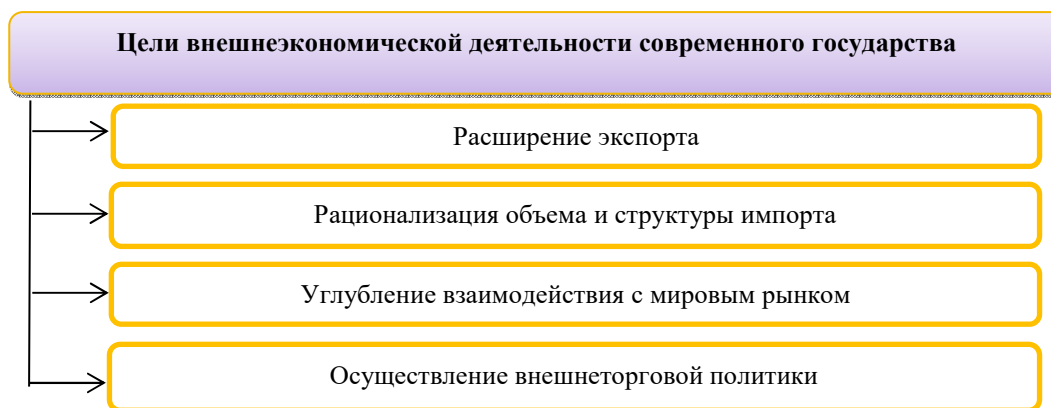


Рисунок. – Основные цели внешнеэкономической деятельности современного государства

Источник: собственная разработка на основе [1, с. 103].

Кроме того, стоит отметить, осуществление эффективной внешнеторговой политики для эффективного функционирования требует взаимосвязки с макроэкономической и промышленной политикой, что, в свою очередь, обеспечит динамичное развитие внешнеэкономического комплекса страны и защиту интересов национального рынка от неблагоприятного воздействия мировой конъюнктуры.

Республика Беларусь, проводя эффективную политику в области внешнеэкономической деятельности и являясь активным участником внешнеторговых связей, стремится к тому, чтобы обеспечить активный торговый баланс, то есть преобладание экспорта над импортом. Это создает ряд выгод для государства, в том числе, приток иностранной валюты, расширение рынков сбыта отечественной продукции, а, следовательно, повышение эффективности деятельности национальных экспортеров и многое другое. Для этих целей в Республике параллельно проводится ряд программ, в частности, программа импортозамещения и программа стимулирования экспорта.

Все меры по стимулированию экспорта могут быть классифицированы как внутренние проактивные, внутренние реагирующие, внешние проактивные, и внешние реагирующие. Данная классификация представлена в таблице 1.

Программы стимулирования экспорта должны быть не только сфокусированы на таких классических формах содействия экспорту, как страхование экспортных рисков, предоставление экспортных кредитов, налоговые льготы, но и направлены на устранение препятствий на пути развития бизнеса и ориентированы на имеющиеся у предприятий нужды, запросы и потребности в поддержке, и, в частности, на доступ к информации о спросе на зарубежных рынках и новых технологиях, процедурах и требованиях сертификации, на создании товаропроводящих сетей, на необходимости в подготовке/переподготовке

кадров, повышении качества менеджмента на микроуровне. Понимание механизмов воздействия данных стимулов также важно с точки зрения правильного определения форм государственной поддержки для различных целевых групп, поскольку предприятия могут по-разному на нее реагировать.

Таблица 1. – Классификация экспортных стимулов

Внутренние проактивные	Внешние проактивные
<ul style="list-style-type: none"> – достижение экономии от масштаба; – определенные интересы/ стремления/ желания менеджеров; – продукция, обладающая уникальными характеристиками/ свойствами; – наличие специфических конкурентных преимуществ; – потенциал для роста продаж; – необходимость достижения устойчивого развития и корпоративного роста. 	<ul style="list-style-type: none"> – стимулирование со стороны внешних по отношению к предприятию субъектов или организаций; – выявление привлекательных возможностей на внешних рынках; – обладание эксклюзивной информацией о внешних рынках; – поддержка экспорта со стороны государства.
Внутренние реагирующие	Внешние реагирующие
<ul style="list-style-type: none"> – возможность компенсировать сезонность в продажах продукции; – задействование неиспользуемых производственных мощностей; – застой / снижение продаж продукции на внутреннем рынке; – сокращение зависимости от ориентации на внутренний рынок. 	<ul style="list-style-type: none"> – начало экспортной деятельности конкурентов на внутреннем рынке; – побуждение к экспорту за счет усиления конкуренции на внутреннем рынке; – благоприятный обменный курс; – сокращение внутреннего рынка; – получение заказа из-за границы.

Источник: собственная разработка на основе [4].

Например, малые и средние компании для начала и расширения экспортной деятельности нуждаются в мерах содействия отличных от тех, в которых заинтересованы крупные. Основные инструменты стимулирования экспорта в Республике Беларусь представлена в таблице 2.

Таблица 2. – Инструменты государственного стимулирования экспорта Республики Беларусь

Инструмент	Характеристика
Предоставление экспортных кредитов, осуществляемых банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями.	Внутреннее кредитование: выдача кредитов банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями на развитие экспортного производства; Внешнее кредитование: выдача кредитов импортеру для оплаты за реализованные резидентами товары (работы, услуги)
Страхование экспортных рисков.	За счет бюджетных средств покрывается часть рисков при капиталовложениях в экспортное производство, либо при осуществлении экспортной операции
Льготы по налогу на добавленную стоимость (0%).	Снижение налогов для белорусских экспортеров в зависимости от их экспортного производства

Источник: собственная разработка на основе [2, с. 30].

Кроме того, необходимо отметить, что на современном этапе развития мировой экономики антидемпинговые пошлины являются популярным и достаточно эффективным средством для защиты отечественных производителей. В то же время, Республика Беларусь стремится стать полноправным участником ВТО. Если это произойдет, то белорусский рынок станет еще более открытым для иностранных товаров. В этой связи появится необходимость дополнительной защиты отечественных производителей, главным образом, при помощи антидемпинговых мер (которые являются разрешенным инструментом протекционизма в рамках ВТО).

Таким образом, в Республике Беларусь создана комплексная система стимулирования экспорта с поддержкой государства, которая включает такие инструменты, как компенсация потерь банкам и небанковским кредитно-финансовым организациям от предоставления экспортных кредитов, страхование экспортных рисков, а также льготы по налогу на добавленную стоимость.

Видится целесообразным уже на современном этапе содействовать тому, чтобы для защиты собственных интересов белорусские производители прибегали именно к антидемпинговым мерам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гурков, И.Б. Тенденции изменения конкурентоспособности отечественной продукции / И.Б. Гурков, Н.Л. Титова. – 2006. – № 1.
2. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2006. – 289 с.
3. Основные показатели внешней торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/vneshnyaya-torgovlya_2/godovwe_danne/osnovnye-pokazateli-vneshnei-torgovli/. – Дата доступа: 10.03.2018.

УДК 332.812

**ФОРМИРОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО БАЗИСА
КАТЕГОРИИ «ТЕПЛОЭФФЕКТИВНОСТЬ» СУЩЕСТВУЮЩИХ ОБЪЕКТОВ
ЖИЛИЩНОГО ФОНДА ГОРОДА**

О.А. КАМЕКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. С.В. ИЗМАЙЛОВИЧ)

Сформулирована категория «теплоэффективность» в отношении существующих объектов жилищного фонда города. Формулировка категории основана на различных подходах к определению энергоэффективности в части тепловой энергии. Приведены направления повышения энергоэффективности зданий жилищного фонда посредством воздействия на тепловую энергию. Определен перечень мероприятий по повышению показателей теплоэффективности.

Энергоэффективность – эффективное (рациональное) использование энергетических ресурсов. Использование меньшего количества энергии для обеспечения того же уровня энергетического обеспечения зданий или технологических процессов на производстве. Достижение экономически оправданной эффективности использования топливно-энергетических ресурсов при существующем уровне развития техники и технологии и соблюдении требований к охране окружающей среды. Эта отрасль знаний находится на стыке инженерии, экономики, юриспруденции и социологии. Для населения – это значительное сокращение коммунальных расходов, для страны – экономия ресурсов, повышение производительности промышленности и конкурентоспособности, для экологии – ограничение выброса парниковых газов в атмосферу, для энергетических компаний – снижение затрат на топливо и необоснованных трат на строительство [1].

Энергоэффективность определяется как повышение качества производства и использования энергии. Теплоэффективность – родственное энергоэффективности понятие, однако определение данной категории не выведено. Рассмотрим категорию «теплоэффективность» с точки зрения различных подходов (табл.).

Таблица. – Подходы к определению категории «теплоэффективность»

Подход	Определение	Источник
С позиции энергоэффективности	Частный случай энергоэффективности; эффективное (рациональное) использование (и экономное расходование) тепловой энергии.	[2]
С позиции ресурсосбережения	Эффективное использование топливно-энергетических ресурсов для производства тепловой энергии, а также внедрение возобновляемых источников энергии с целью производства тепла.	[3]
С позиции энергосбережения	Рациональное использование тепловой энергии для поддержания микроклимата помещений.	[3]
С позиции энергоснабжения	Производство максимального количества тепла за счет использования минимального объема ресурсов и поставка данной энергии всем отраслям экономики.	[4]
С позиции строительных конструкций	Свойство конструкций сохранять требуемый тепловой баланс между помещением и внешней средой.	[5]

Источник: собственная разработка на основании изучения специальной литературы.

Основываясь на изученных подходах, можно определить категорию «теплоэффективность» в следующем виде.

«Теплоэффективность – рациональное использование тепловой энергии, обеспечивающее поддержание микроклимата в помещении и теплового баланса с окружающей средой с целью разумного расходования ресурсов для ее производства различными способами».

Таким образом, теплоэффективность является частью энергоэффективности. Их взаимосвязь схематично изображена на рисунке.

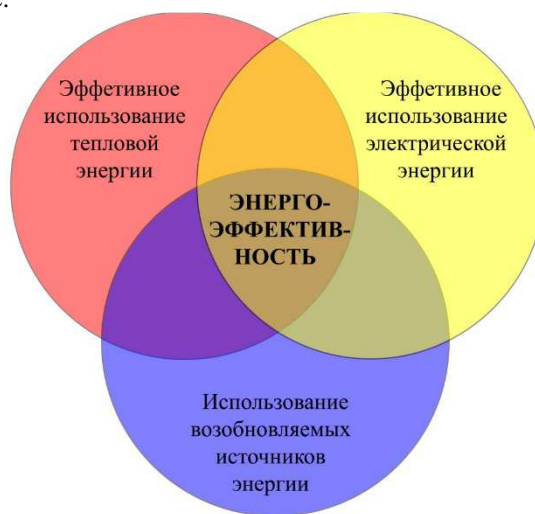


Рисунок. – Компоненты энергоэффективности

Источник: собственная разработка.

Существует два основных направления повышения энергоэффективности объектов за счет воздействия на тепловую энергию:

1. Снижение теплопотерь.
2. Повышение эффективности систем теплоснабжения.

Для снижения теплопотерь актуальны следующие мероприятия [6]:

- использование утеплительных материалов при строительстве и модернизации зданий. В средней полосе 150–300 мм эффективного утеплителя позволяет сэкономить 50–60 % тепла;
- установка теплосберегающих оконных конструкций с применением низкоэмиссионного селективного стекла. Позволяет сэкономить 10–20 % тепла;
- устройство тамбуров на входе в здание и применение утепленных входных и балконных дверей;
- установка рекуператора тепла выходящего воздуха. Позволяет сэкономить 20–30 % тепла;
- высокоскоростные воздушно-тепловые завесы для предотвращения поступления в отапливаемые помещения наружного холодного воздуха через проёмы.

Повышение эффективности систем теплоснабжения, в свою очередь, должно работать комплексно: со стороны источника, тепловых сетей и потребителя.

Основные мероприятия программы разбиты на шесть укрупненных групп [7]:

- Проведение предпроектных обследований объектов теплоснабжения;
- Строительство новых котельных;
- Модернизация и реконструкция котельных;
- Модернизация и строительство тепловых сетей;
- Внедрение ресурсосберегающих технологий;
- Для максимизации эффекта программы её реализуют в комплексе с модернизацией системы теплозащиты жилых и общественных зданий, совершенствованием их инженерных систем, мерами по утеплению квартир, оснащению их приборами учёта и эффективной водоразборной арматурой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Советы по энергосбережению [Электронный ресурс] // Технологический парк «Могилев». – Режим доступа: <http://www.technopark.by/icsee/ces/>. – Дата доступа: 28.05.2018.

2. Государственная программа «Энергосбережение» [Электронный ресурс] // Департамент по энергоэффективности Комитета по стандартизации Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://energoeffekt.gov.by/news/22-news/2300-2016-03-30-07-14-41.html/>. – Дата доступа: 28.05.2018.
3. Энергосбережение [Электронный ресурс] // Ассоциация жилищного управления. – Режим доступа: <http://gkh22.org/node/84/>. – Дата доступа: 15.06.2018.
4. Реализация государственной программы “Энергосбережение” по Витебской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт Втебского облисполкома. – Режим доступа: <https://www.vitebsk-region.gov.by/ru/energetika/>. – Дата доступа: 15.05.2018.
5. Блюм, Е.Д. Энергоэффективные строительные конструкции [Электронный ресурс] // Ученые заметки ТОГУ. – 2014. – Т. 5. – № 4. – С. 71–77. – Режим доступа: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2014/TGU_5_156.pdf/. – Дата доступа: 16.06.2018.
6. Снижение теплотерь [Электронный ресурс] // Портал по энергосбережению. – Режим доступа: <http://www.energsovet.ru/entech.php?idd=27/>. – Дата доступа: 24.04.2018.
7. Стратегия повышения энергоэффективности [Электронный ресурс] // Портал по энергосбережению. – Режим доступа: <http://www.energsovet.ru/stenergo.php?idd=158/>. – Дата доступа: 24.04.2018.

УДК 332.812

**УСОВЕРШЕНСТВОВАННАЯ МЕТОДИКА
ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА
ЖИЛИЩНОГО ФОНДА ГОРОДА**

О.А. КАМЕКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. С.В. ИЗМАЙЛОВИЧ)

Представлена усовершенствованная методика формирования источников финансирования капитального ремонта жилищного фонда города. В соответствии с представленной методикой произведен расчет стоимости тепловой модернизации города. Методика подразумевает переход от перекрестного субсидирования к фондированию населения в вопросе оплаты коммунальных услуг, в частности отопления.

Под «эффективным» капитальным ремонтом автор подразумевает капитальный ремонт, вследствие которого будут наблюдаться тенденции к снижению потребности в тепловой энергии и потребления энергетических ресурсов. Тем самым, достигается не только ресурсосберегающий и экологический, но также и экономический эффект [1]. Однако, в настоящий момент самое продуктивное мероприятие по повышению энергоэффективности объектов – тепловая модернизация – не включена в перечень работ по капитальному ремонту, необходимо найти источник для финансирования данной процедуры и произвести оценку эффективности данной новации.

Согласно расчетам, для обеспечения «термощубой» ограждающих конструкций всех объектов недвижимости города (согласно расчетному показателю), необходимы инвестиции в размере 85 050 000 рублей. Таким образом, для реализации второго цикла проекта необходимо 75% данной суммы, а именно 63 787 500 рублей.

По данным настоящего исследования, облицовка фасадов зданий утепляющей конструкцией способствует экономии до 40% тепловой энергии. Следовательно, потребность в тепловой энергии также снизится на 40%. Произведем расчет потребности в теплоэнергии по трем различным сценариям после тепловой модернизации: оптимистического (экономия 40%), пессимистического (экономия 10%) и наиболее вероятного (экономия 20%). Расчет произведем в табличной форме (табл. 1).

Таблица 1. – Расчет потребности в теплоснабжении после тепловой модернизации (по сценариям, для отопительного сезона)

Параметр	Объект в месяц отопительного сезона	Объект за отопительный сезон	Город в месяц отопительного сезона	Город за отопительный сезон
Потребляемая энергия				
а) Без модернизации, Гкал	1,038	6,228	36330	217980
б) Пессимистический сценарий (экономия 10%), Гкал	0,934	5,605	32697	196182
в) Наиболее вероятный сценарий (экономия 20%), Гкал	0,830	4,982	29064	174384
г) Оптимистический сценарий (экономия 40%), Гкал	0,663	3,737	21798	130788

Источник: собственная разработка.

Исходя из результатов таблицы, при реализации работ по оптимистическому, наиболее вероятному и пессимистическому варианту относительно изначального состояния объектов объем потребления тепловой энергии для города составит 130788 Гкал, 174384 Гкал и 196182 Гкал за год (отопительный сезон) соответственно.

Стоимость услуг по отоплению жилых помещений с учетом результатов таблицы 1 рассчитана в таблице 2.

Таблица 2. – Расчет стоимости услуг по отоплению жилищного фонда города

Объекты	Стоимость услуг по отоплению жилищного фонда, рублей			
	В настоящий момент	При пессимистическом варианте	При наиболее вероятном варианте	При оптимистическом варианте
		Экономия	Экономия	Экономия
Полный тариф = 81,42				
Расчетный объект в месяц отопительного сезона	84,51	76,05	67,58	53,98
		8,46	16,93	30,53
Расчетный объект за отопительный сезон	507,08	465,37	405,66	304,25
		50,71	101,42	202,84
Город в месяц отопительного сезона	2 957 988,60	2 662 189,74	2 366 390,88	1 774 793,16
		295798,86	591 597,72	1 183 195,44
Город за отопительный сезон	17 747 931,60	15 973 138,40	14 198 345,30	10 648 759,00
		1 774 793,20	3 276 586,30	7 099 172,60
Субсидированный тариф = 16,93				
Расчетный объект в месяц отопительного сезона	17,57	15,81	14,05	11,22
		1,76	3,52	6,35
Расчетный объект за отопительный сезон	105,42	95,04	84,30	44,88
		7,04	14,08	25,4
Город в месяц отопительного сезона	615 066,90	553 560,21	492 053,52	369 040,14
		61 506,69	123 013,38	246 026,76
Город за отопительный сезон	3 690 401,40	3 321 361,26	2 952 321,12	2 214 210,84
		369 040,14	738 080,28	1 476 160,56

Источник: собственная разработка.

Значение экономии от расчета по субсидированному тарифу для сбора средств на тепловую модернизацию не рационально. Логичнее рассматривать полный тариф, так как плата населения уже включена туда. Кроме того, расчет по данному параметру значительно сокращает срок окупаемости тепловой модернизации. Отопительный сезон приравнивается к значению одного года, т.к. с начала отопительного сезона до начала следующего проходит один календарный год.

Таблица 3. – Определение срока окупаемости тепловой модернизации (по разработанным сценариям)

Вариант		Объект год, рублей	Город год, рублей	Срок окупаемости (по городу), лет*
Пессимистический вариант (экономия 10%)	Всего:	465,37	15 973 138,40	47,92
	Экономии:	50,71	1 774 793,20	
Наиболее вероятный вариант (экономия 20%)	Всего:	405,66	14 198 345,30	25,96
	Экономии:	101,42	3 276 586,30	
Оптимистический вариант (экономия 40%)	Всего:	304,25	10 648 759,00	11,98
	Экономии:	202,84	7 099 172,60	

Источник: собственная разработка.

Примечание – * – без учета факторов инфляции и дисконта.

Поскольку при расчете срока окупаемости не учтен ряд факторов (прогнозируемый уровень инфляции, дисконт и др.), нельзя считать полученный параметр срока окупаемости истинным. Таким образом, для корректного результата необходимо произвести перерасчет с учетом указанных факторов.

Стоимость услуг по тепловой модернизации, а также стоимость сэкономленной тепловой энергии принимаем с учетом дисконтирования. В качестве ставки коэффициента дисконтирования принимаем сумму прогнозируемого уровня инфляции (на уровне 5%) и текущей ставки рефинансирования (10%), т.е. 15%.

Первый цикл реализации проекта составляет 5 лет, таким образом, разделяя объекты на 5 равных частей, реализация инициативы по которым происходит ежегодно, сэкономленные средства от производства тепловой энергии составляют следующее значение (таблица 4).

Таблица 4. – Определение экономии от реализации первого цикла проекта по тепловой модернизации города по оптимистическому варианту

Год реализации проекта (1-й цикл)	Количество утепленных объектов, шт	Стоимость тепловой модернизации*, руб	Экономия тепловой энергии новых объектов, Гкал	Экономия тепловой энергии по проекту на год реализации, Гкал	Стоимость сэкономленной тепловой энергии по проекту*, руб
1-й год	1750	3 697 826	182	182	617 339
2-й год	1750 (+1750)	3 215 501	182	364	1 073 633
3-й год	1750 (+3500)	2 796 088	182	546	1 400 391
4-й год	1750 (+5250)	2 431 381	182	728	1 623 642
5-й год	1750 (+7000)	2 114 244	182	910	1 764 828
Итого	8750	14 142 443	по 182 (ежегодно)	2 730	6 479 834

Источник: собственная разработка.

Примечание – * – расчет производится с учетом коэффициента дисконтирования.

Как видно из расчета, за срок первого цикла реализации проекта за счет снижения объема подачи тепловой энергии и, как следствие, ее производства, экономия денежных средства для этих целей составит 6 479 834 рублей. Это – стартовый капитал для реализации второго цикла проекта.

Расчет для второго цикла производим в табличной форме (таблица 5). Расчет производим по оптимистическому сценарию, как и для первого цикла. Реализация работ по тепловой модернизации объектов недвижимости из жилищного фонда города будет производиться в 5 очередях.

Таблица 5. – Расчет длительности второго цикла реализации проекта по тепловой модернизации города

Год реализации проекта (2-й цикл)	Очередь	Количество утепленных объектов, шт	Экономия тепловой энергии по проекту на год реализации, Гкал	Стоимость тепловой модернизации, руб	Стоимость модернизации **, руб	Стоимость сэкономленной тепловой энергии по проекту**, руб	Остаток для модернизации следующей очереди**, руб. до реализации после реализации
1 (6*) год	1	1750 (+8750)	1092	4 252 500	1 838 473	1 841 560	5 632 371
2 (7*) год	1	1750 (+10500)	1274	4 252 500	1 598 672	1 868 249	5 635 458
3 (8*) год	1	1750 (+12150)	1664	4 252 500	1 390 150	1 856 645	5 905 035
							5 866 993

Окончание таблицы 5

Год реализации проекта (2-й цикл)	Очередь	Количество утепленных объектов, шт	Экономия тепловой энергии по проекту на год реализации, Гкал	Стоимость тепловой модернизации, руб	Стоимость модернизации **, руб	Стоимость сэкономленной тепловой энергии по проекту**, руб	Остаток для модернизации следующей очереди**, руб <u>до реализации</u> после реализации
4 (9*) год	2	1750 (+14000)	1856	4 252 500	1 208 826	1 816 283	5 866 993
5 (10*) год	2	1750 (+15750)	2048	4 252 500	1 051 153	1 754 863	6 371 530
6 (11*) год	2	1750 (+17500)	2240	4 252 500	914 046	1 678 565	7 075 240
7 (12*) год	3	1750 (+19250)	2432	4 252 500	794 823	1 592 314	7 839 759
8 (13*) год	3	1750 (+21000)	2624	4 252 500	691 150	1 500 006	8 637 250
9 (14*) год	3	1750 (+22750)	2816	4 252 500	601 000	1 404 688	9 446 106
10(15*) год	4	1750 (+24500)	3008	4 252 500	522 609	1 308 716	10 249 794
11 (16*) год	4	1750 (+26250)	3200	4 252 500	454 442	1 213 881	11 035 901
12 (17*) год	4	1750 (+28000)	3392	4 252 500	395 167	1 121 521	11 795 340
13 (18*) год	5	1750 (+29750)	3584	4 252 500	343 624	1 032 602	12 521 694
14 (19*) год	5	1750 (+31500)	3776	4 252 500	298 803	947 799	13 210 672
15 (20*) год	5	1750 (+33250)	3968	4 252 500	259 859	867 551	13 859 668
							14 467 360

Источник: собственная разработка.

Примечание – * – год с начала реализации проекта (обоснование выбора коэффициента дисконтирования); ** – расчет производится с учетом коэффициента дисконтирования.

Таким образом, реализация второго цикла проекта займет 15 лет. Последующий доход, который будет приносить снижение потребления тепловой энергии, будет составлять 7 099 400 рублей ежегодно. При увеличении стоимости услуг по отоплению жилых помещений реализация второго цикла проекта может сократиться. Продолжительность реализации проекта составит 20 лет. Доходы, которые будут получены после окончания реализации инициативы, поступят в государственный бюджет и со временем покроют все расходы государства, которые оно несет за время реализации первого цикла проекта.

Так, повышение эффективности работ возможно за счет целого ряда мероприятий, среди которых применение систем менеджмента качества, мотивация сотрудников, поиск рациональных путей финансирования новшеств. Внедрение данных пунктов в рабочий процесс позволяет сокращать сроки реализации проектов, в том числе предложенной инициативы тепловой модернизации всего жилищного фонда города с целью сокращения потребления тепловой энергии в рамках государственной программы «Энергосбережение».

ЛИТЕРАТУРА

1. Советы по энергосбережению [Электронный ресурс] // Технологический парк «Могилев». – Режим доступа: <http://www.technopark.by/iccee/ces/>. – Дата доступа: 28.05.2018.

УДК 332.812

**МЕТОДИКА РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ СУЩЕСТВУЮЩЕГО МЕХАНИЗМА РАСЧЕТА
СТОИМОСТИ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА ЖИЛИЩНОГО ФОНДА ГОРОДА****О.А. КАМЕКО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. С.В. ИЗМАЙЛОВИЧ)*

Представлена методика реструктуризации существующего механизма расчета стоимости капитального ремонта жилищного фонда города. При реализации реструктуризации происходит формирование нового тарифа по статье «Капитальный ремонт» жилищно-коммунальных услуг для населения с учетом реализации тепловой модернизации. Представлен алгоритм осуществления программы по тепловой модернизации жилищного фонда города.

Капитальный ремонт относится к основной жилищно-коммунальной услуге и предоставляется с целью восстановления основных физико-технических, эстетических и потребительских качеств жилого дома, его конструктивных элементов, инженерных систем, утраченных в процессе эксплуатации в сроки, определенные местными исполнительными и распорядительными органами или иными государственными органами в соответствии с законодательством. Плата за капитальный ремонт вносится плательщиком жилищно-коммунальных услуг ежемесячно для возмещения затрат по капитальному ремонту и прямо пропорциональна общей площади принадлежащего потребителю помещения.

Система организации проведения капитального ремонта в республике является распределительной и не предполагает накопление средств, отчисляемых гражданами на конкретный жилой дом. Данные средства на счетах на аккумулируются, а постоянно находятся в обороте (при поступлении на счет направляются на расчеты с подрядными организациями), что обеспечивает республике постоянное выполнение работ по капитальному ремонту жилищного фонда текущего года по графикам проведения капитального ремонта, утверждаемого местными органами власти.

В целях повышения эффективности жилищного фонда по вопросу теплоэффективности предлагается реализовать алгоритм программы по тепловой модернизации города (на примере г. Новополоцка). Алгоритм включает в себя реализацию восьми этапов, заключенных в два цикла (рис.). Общая продолжительность реализации программы составляет 20 лет.

Примем среднее значение площади квартиры в многоквартирном жилом доме как 60 м², тогда для данного объекта недвижимости (табл.).

Таблица 1. – Расчет потребности в тепловой энергии для объекта недвижимости

Наименование параметра	Единица измерения	Расчетная формула / комментарий	Значение
Площадь объекта недвижимости (S)	м ²	Принята условно	60
Среднее значение мощности отопительной системы, в месяц (M _{ср})	Гкал/м ²	$M_{ср}=(M_1+\dots+M_n)/n$, где M ₁ , M _n – значения мощности отопления от первого значения до n-ного, n – число принятых периодов.	0,0173
Потребность в тепловой энергии для расчетного объекта, в месяц (M _{ом})	Гкал	$M_{ом}=M_{ср}\cdot S$, где S – площадь объекта (п.1).	1,038
Длительность отопительного сезона, в год (T _{ос})	месяц	Согласно ТНПА, отопительный сезон длится 6 месяцев, если иное не обусловлено погодными или другими условиями.	6
Потребность в тепловой энергии для расчетного объекта, за отопительный сезон (M _{оос})	Гкал	$M_{оос}=M_{ом}\cdot T_{ос}$, где T _{ос} – длительность отопительного сезона (п.4).	6,228

Источник: собственная разработка на основании собранных данных.

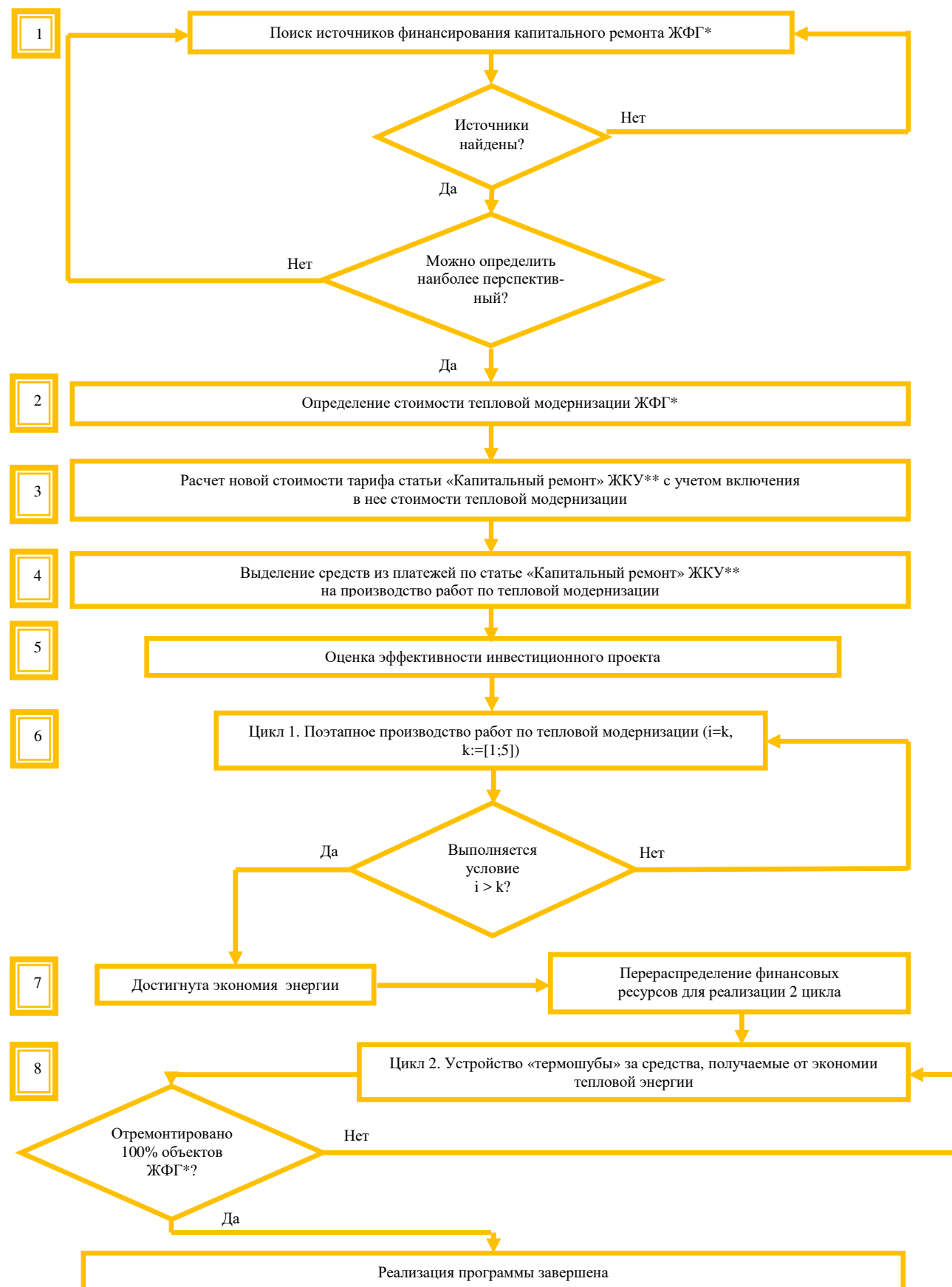


Рисунок. – Алгоритм реализации программы по тепловой модернизации города

Источник: собственная разработка.

Исходя из численности населения г. Новополоцка (а именно 101596 человек на 1.01.2018 [1]), можно определить, что город включает порядка 35000 объектов недвижимости, в частности квартир в многоквартирных жилых домах. Следовательно, принимая рассчитанный в таблице 1 пример за основу, определим, что в один месяц отопительного периода город потребляет 36330 Гкал, за шесть месяцев – 217980 Гкал.

В рамках внедрения программы третий этап предполагает реализацию методики реструктуризации стоимости капитального ремонта жилищного фонда города. Данная процедура заключается в следующем:

1. Оценка существующей стоимости капитального ремонта.

Согласно стоимости тарифов на коммунальные услуги в Республике Беларусь, на сегодняшний день тариф по статье «капитальный ремонт» составляет 0,0953 руб/м² объекта в месяц. Таким образом, для условно принятого объекта ежемесячный платеж по данной статье составит 5,72 руб. Для города в целом сумма составит 200130 рублей в месяц или 2 401 560 рублей в год.

2. Введение стоимости работ по производству тепловой модернизации объектов недвижимости в статью жилищно-коммунальных услуг «капитальный ремонт».

Согласно данным таблицы 12, общая стоимость утепления всех объектов недвижимости города составит 85 050 000 рублей. С учетом разделения процесса реализации проекта на циклы, стоимость работ, требующих производства во время первого цикла (5 лет) составляет 25% от общего объема, т.е. 21 262 500 рублей.

3. Определение стоимости капитального ремонта объекта недвижимости.

Согласно информации о средней стоимости капитального ремонта жилого дома, 1 м² площади объекта в рамках капитального ремонта стоит порядка 104,1 рубля. Таким образом, капитальный ремонт условного объекта обойдется в 6 246 рублей, города – 218 610 000 рублей. Поскольку во время первого цикла запланирована тепловая модернизация 25% объектов, стоимость капитального ремонта для них составит 54 652 500 рублей.

4. Формирование нового тарифа на капитальный ремонт.

Новый тариф на капитальный ремонт призван учитывать значение стоимости работ по тепловой модернизации объектов недвижимости. Стоимость тепловой модернизации относительно стоимости капитального ремонта составляет 38,9%. Следовательно, повысив стоимость тарифа для населения на данное значение, получаем новую стоимость тарифа по статье «капитальный ремонт». Таким образом, новый тариф составит 0,132 руб/м² объекта. Для расчетного объекта ежемесячный платеж по данной статье составит 7,92 рубля.

На протяжении первого цикла (5 лет), сумма, уплаченная жителями города по статье «капитальный ремонт» составит 16 632 000 рублей.

При параллельном увеличении вложений в капитальный ремонт государства и частных лиц (оплачивающих стоимость жилищно-коммунальных услуг) на 38,9 %, реализация изложенной инициативы будет успешной.

Так, повышение эффективности работ возможно за счет целого ряда мероприятий, среди которых применение систем менеджмента качества, мотивация сотрудников, поиск рациональных путей финансирования новшеств. Внедрение данных пунктов в рабочий процесс позволяет сокращать сроки реализации проектов, в том числе предложенной инициативы тепловой модернизации всего жилищного фонда города с целью сокращения потребления тепловой энергии в рамках государственной программы «Энергосбережение».

ЛИТЕРАТУРА

1. Численность населения на 1 января 2018 г. и среднегодовая численность населения за 2017 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, городов и поселков городского типа [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат). – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_8782/. – Дата доступа: 16.03.2018.

УДК 330.342.24

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА ИНКЛЮЗИВНОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**М.С. КНАП***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.В. ЗЕНЬКОВА)*

Теоретически обоснована важность инноваций как основы инклюзивного роста, которые способствуют достижению целей в области устойчивого развития. Обозначены индикаторы, которые оценивают уровень экономического развития страны.

В нарастающей глобальной конкуренции национальных экономик перспектива стратегической победы реальна только для тех стран, которые осознают и реализуют конкурентоспособный потенциал всеобщности инклюзивизации. Недооценка практической значимости процесса инклюзивизации порождается ее инверсионным характером становления, какой был присущ, например, компьютеризации: начинаясь в далеких от производства сферах, эта, будто бы «внепроизводственная», тенденция затем молниеносно охватывает все сферы экономики, адаптируя их под свои требования. Инклюзивность принято ограничивать сферой образования и даже рассматривать как феномен некой социальной благотворительности, что является опасным заблуждением [1].

Инклюзивная рыночная экономика обеспечивает наличие у всех групп населения, определяемых по полу, возрасту, географии местонахождения и другим факторам, справедливого и полного доступа к рынкам труда, финансированию и – в более широком плане – равным экономическим возможностям: на уровне компаний это связано со стандартами поведения и принятия решений, предполагающими признание (и, по существу, использование) всего потенциала различных людей, клиентов и поставщиков; на уровне экономики это требует, чтобы правовые базы, институты и политика были свободны от предвзятости и активно способствовали снижению барьеров, препятствующих участию в хозяйственной деятельности. Поэтому говоря о стимулировании инклюзивной рыночной системы, мы имеем в виду эффективное распределение людских ресурсов.

Экономическая инклюзивность прямо способствует достижению семи целей в области устойчивого развития, в особенности касающихся обеспечения инклюзивного и равноправного образования, гендерного равенства, инклюзивного экономического роста, инфраструктуры, неравенства внутри стран, инклюзивных населенных пунктов и институтов [2].

Для того, чтобы оценить данный показатель был предложен индекс инклюзивного развития (Inclusive Development Index; IDI), предложенный на Всемирном экономическом форуме в Давосе 2018 (ВЭФ). Данный индекс оценивает 107 стран по критериям роста, справедливости и устойчивости. Это делается по той причине, что экономисты и политики слишком полагаются на ВВП как на показатель экономического развития стран в ущерб уровню жизни людей.

Приоритеты экономической политики должны переориентироваться на более эффективное противодействие незащищенности и неравенству, которые сопровождают технологические изменения и глобализацию. Именно устойчивый, всеобъемлющий прогресс, сопровождающийся ростом доходов населения наравне с ростом его экономических возможностей, уровня защищенности и качества жизни, должен быть признан политиками главной целью экономического развития – а вовсе не рост ВВП. Это предполагает и новые инструменты для оценки эффективности такой политики.

Индекс инклюзивного развития базируется на 12 индикаторах, объединенных в три группы, которые оценивают уровень экономического развития лучше, чем один индикатор роста ВВП. Три основные части IDI:

- рост и развитие (включая рост ВВП, занятости, производительности труда, ожидаемой продолжительности жизни);
- инклюзивность (медианный доход домохозяйств, уровень бедности и неравенства);
- межпоколенческая справедливость и устойчивость (уровень сбережений, демографической нагрузки, государственного долга и загрязнения окружающей среды) [3].

В данной статье будет рассмотрена первая группа индикаторов: рост и развитие.

Основой экономического роста в современных условиях становятся инновационные факторы, постиндустриальные технологии и непрерывный процесс, обновления знаний и технологий. Увеличение уровня конкурентоспособности национальной экономики на основе внедрения инноваций в значительной мере связано со снижением затрат на производство. Значения Глобального индекса инноваций по данным за 2017 год, показали, что страны, внедрившие инновационную модель развития демонстрируют более высокий ВВП на душу населения [4].

На уровне макроэкономики расчет производительности труда на основе валового внутреннего продукта (ВВП) и валовой добавленной стоимости (ВДС) выявляет воздействие различных факторов. Производительность труда является важнейшим показателем эффективности производственной деятельности на уровне национальной экономики. На предприятии ее рост выступает объективным условием повышения его рентабельности и конкурентоспособности. В то же время, осознавая ведущую роль инноваций, не многие предприятия выбирают инновационный путь развития [5].

Инновационные процессы в сфере занятости и на рынках труда в различных странах идут с различной скоростью, с различных стартовых позиций. Складывающиеся модели нового типа занятости будут обусловлены существующими различиями как в макроэкономических условиях, в социокультурных факторах, в государственной политике в сфере труда и занятости.

Отличительной чертой инновационной занятости выступает некое позитивное изменение, социально-экономический эффект, который проявляется как на индивидуальном уровне, так и на общественном. Он может находить проявление в экономических показателях (например, в росте доходов, производительности труда, открытие и расширение бизнеса, экономии средств, времени на поиск работы/работника, повышение доли интеллектуального продукта в ВВП, рост конкурентоспособности и др.), а также имеет и социальное измерение (возможность творчества, самореализации, высокий профессиональный статус, удовлетворенность работой и т.д.). В конечном итоге взаимное усиление экономического и социального эффекта способствует дальнейшему развитию человеческого потенциала работника и общества, росту конкурентоспособности экономики [6].

Республика Беларусь, в свою очередь, разрабатывала программу социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, в которой обоснованы пути повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни белорусских граждан, развития конкуренции и совершенствования институциональной среды, предложены правовые и социально-экономические механизмы реализации приоритетов и задач пятилетия.

Программа направлена на скорейшее восстановление устойчивого экономического роста в Республике Беларусь и приближение уровня и качества жизни населения страны к развитым государствам мира.

В таблице представлены основные прогнозные показатели экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы.

Таблица. – Основные прогнозные показатели экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы

Наименование показателей	Факт	Прогноз	
	2015 год к 2010 году	2018 год к 2017 году	2020 год к 2015 году
ВВП	105,9	103,1–103,8	112,1–115,0
Производительность труда по ВВП	110,8	102,9–103,3	112,8–115,3

Беларусь вошла в ТОП–50 стран мира с высоким уровнем человеческого развития. Согласно Докладу ПРООН о человеческом развитии Республика Беларусь по индексу человеческого развития среди 188 стран мира переместилась с 68–го места в 2000 году на 50–е место в 2015 году. Валовой внутренний продукт на душу населения по паритету покупательной способности вырос с 15,4 тыс. долларов США в 2010 году до 17,7 тыс. долларов США в 2015 году. Повзылились размеры социальных гарантий и доходов населения, что позволило снизить долю малообеспеченного населения с 7,3 процента в 2011 году до 5,1 процента в 2015 году. Существенно улучшилась демография. С 2014 года впервые за двадцать лет численность жителей в Беларуси начала расти, сжаты демографические ножницы. В 2015 году родилось 119 тыс. детей, что на 494 ребенка больше, чем в 2014 году. Более половины рожденных детей (57,2 процента) — это вторые, третьи и последующие дети в семьях [7].

Несмотря на то, что Республика Беларусь не вошла в рейтинг IDI, она могла бы занимать в нем определенные позиции, т.к. в стране наблюдается положительная динамика экономического развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богдан, Н.И. Инновации для инклюзивного развития регионов Республики Беларусь / Н.И. Богдан, С. Вархурст // ЭКОНОМІКА ЗНАНЬ, ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА. - 2014. - №22/1. - С. 14-20.
2. Проект стратегии экономической инклюзивности (СЭИ), разработанный European Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/Uzer/Downloads/Economic%20Inclusion%20Strategy%20-%20Russian%20v.1.pdf. – Дата доступа: 24.09.2018.

3. Индекс инклюзивного развития 2018: Всемирный экономический форум в Давосе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.econominews.ru/mirovaja-jekonomika/524-indeks-inkluzivnogo-gazvitija-2018-vsemirnyj.html> – Дата доступа: 24.09.2018.
4. Никонова, Я.И. Исследование взаимосвязи инноваций и экономического роста национальных экономик / Я.И. Никонова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 2001–2005.
5. Гаршина, О.П. Влияние инноваций на рост производительности труда в машиностроении / О.П. Гаршина // ВПО «Самарский государственный технический университет». – 2013. – № 6/3.
6. Санкова, Л.В. Развитие занятости инновационного типа: проблемы и перспективы / Л.В. Санкова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2014. – № 5.
7. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31600466>. – Дата доступа: 24.09.2018.
8. Доклад о росте. Стратегии устойчивого роста и инклюзивного развития Пер. с англ. публикации Всемирного банка The Growth Report. Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development. – М. : Весь Мир, 2009. – 192 с.

УДК 330.342.24

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****М.С. КНАП***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.В. ЗЕНЬКОВА)*

Теоретически обоснованы основы развития инновационной деятельности в Республике Беларусь, выявлены практические проблемы в данном направлении, предложены мероприятия для их решения.

В последние годы в мире наблюдалось обострение конкурентной борьбы. Это связано с тем, что человечество вступило в новую стадию развития – стадию информационного общества. Тенденции развития мировой экономики как глобализации и роста значений инноваций в экономике с каждым годом увеличивают свою значимость. Предприятия начинают добиваться конкурентных преимуществ посредством внедрения инноваций [1, с. 8].

Понятие инновации впервые появились в научных исследованиях XIX в. Австрийский ученый Й. Шумпетер в 30-е годы XX в. ввел понятие инновации, основными видами которой являются производство новых благ, применение новых способов производства и коммерческого использования существующих благ, а также освоение новых рынков сбыта, освоение новых источников сырья и изменение отраслевой структуры [2, с. 6].

Инновации (от лат. innovation – обновление) – это трансформация (превращение) креативных результатов труда в новые продукты, технологии или услуги, используемые в практической деятельности и обеспечивающие рост конкурентоспособности роста. Направленность данной работы на исследование инновационной среды определяет ее актуальность [3, с. 135].

Инновационная деятельность – это деятельность, связанная с трансформацией результатов научно-технической деятельности в новый или усовершенствованный продукт, который предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям [4, с. 358].

Корнельским университетом, школой бизнеса INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) подготовлен доклад «Глобальный инновационный индекс» 2017 г. Ежегодно в ГИИ осуществляется мониторинг приблизительно 130 стран по десяткам параметров, от количества патентных заявок до объема расходов на образование, в результате чего директивные органы получают обобщенное представление о динамике инновационной активности, которая во все большей степени становится одной из движущих сил социально-экономического роста.

В Global Innovation Index-2015 Беларусь занимала 53-е место, в Global Innovation Index-2016 – 79-е, то в рейтинге 2017-го года.

Слабыми местами Беларуси составители индекса признали нормативно-правовую базу, в частности, верховенство права, недостаточную эффективность логистики, НИОКР, вопросы кредитования, незначительные венчурные сделки, слабые инновационные связи и другие проблемы.

К сильным сторонам Беларуси составители рейтинга традиционно относят такие показатели, как простота открытия бизнеса, образование, в том числе высшее, процент квалифицированных работников, процент компаний, предлагающих обучение сотрудникам, количество патентов и сертификатов [5].

Для эффективного использования инноваций в Республике Беларусь необходимо стимулировать инновационную деятельность. Государство осуществляет стимулирование инновационной деятельности путем проведения соответствующей бюджетно-финансовой, налоговой, денежно-кредитной, таможенной и иной политики. Целью стимулирования инновационной деятельности являются ускоренное развитие субъектов инновационной деятельности и субъектов инновационной инфраструктуры, создание благоприятных условий для формирования и функционирования рынка инноваций.

Субъектам инновационной деятельности для реализации инновационных проектов, а также для осуществления иных видов инновационной деятельности могут предоставляться льготные кредиты в порядке, определяемом законодательством.

Для субъекта инновационной деятельности на период окупаемости финансовых затрат, понесенных им при получении инновации, могут применяться устанавливаемые законодательством меры, стимулирующие его деятельность, в отношении: экспорта продукции и технологий, созданных на основе новшеств; ввозимых сырья, оборудования, комплектующих, необходимых для производства продукции на основе новшеств, создания нового технологического оборудования (технологической линии) при условии, что эти сырье, оборудование, комплектующие не производятся в Республике Беларусь или производятся, но не соответствуют техническим условиям производства.

Порядок и условия осуществления стимулирования инновационной деятельности, в том числе в формах, указанных в части первой настоящей статьи, определяются законодательством [6].

Таким образом, для преодоления негативных тенденций последних лет в развитии науки и технологий необходимо обеспечить опережающие темпы роста кадрового потенциала науки, значительное увеличение финансирования исследований и разработок за счет бюджета и собственных средств организаций. А также приложить максимум усилий для того, чтобы сделать свою продукцию максимально конкурентоспособной, и добиться этого путем введения инноваций. Чтобы улучшить свое положение, Республика Беларусь разработала концепцию государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, осуществляющее формирование и комплексное развитие национальной инновационной системы.

Выводы. Республике Беларусь необходимо уделить больше внимания инновациям, так как они являются важным элементом современной экономики. Проблемы инновационной деятельности с каждым годом приобретают все большую значимость. Каждая высокоразвитая страна понимает, что без нововведений невозможно производство товаров (услуг). При использовании всех возможностей, связанных с внедрением инноваций, предприятие сможет не только добиться лучшего качества продукции, но и увеличить экспорт своих товаров, тем самым увеличить как свое благосостояние, так и благосостояние страны.

Для эффективного использования инноваций в Республике Беларусь необходимо стимулировать инновационную деятельность. Государство осуществляет стимулирование инновационной деятельности путем проведения соответствующей бюджетно-финансовой, налоговой, денежно - кредитной, таможенной и иной политики.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Быцкевич, Ю.И. Исследование эффективности, организации реализации инновационных проектов / Ю.И. Быцкевич. – Минск : 2005. – 33 с.
- 2 Инновационное развитие звеньев экономики : моногр. / А.А. Быков. – Минск : Мисанта, 2009. – 143 с.
- 3 Креативная трудология (начала инноватики) : монография / Э.А. Лутохина. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2008. – 253 с.
- 4 Отчик, В.В. Инновационная деятельность предприятий и пути ее активизации / В.В. Отчик // Вестник «Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого». – С. 358–361.
- 5 Беларусь в глобальный инновационный индекс 2017 г. [Электронный ресурс] // Сайт белорусских исследований. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2017/06/16/belarus-vnov-opustilas-v-globalnom-reytinge-innovatsiy.html>. – Дата доступа: 26.09.2018.
- 6 О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. – Режим доступа: http://kodeksyby.com/zakon_rb_o_gosudarstvennoj_innovatsionnoj_politike_i_innovatsionnoj_deyatelnosti.htm. – Дата доступа: 26.09.2018.
- 7 Кнап, М.С. Роль инноваций в повышении конкурентоспособности Республики Беларусь в условиях интеграции в ВТО / М.С. Кнап. // Сборник трудов молодых специалистов Полоцкого Государственного университета. – 2017. – № 16(86). – С. 62-64.

УДК 330.34

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ****Д.В. ПОТУРЕМСКАЯ**
(Представлено: И.В. ТЕТЕРЕВА)

Представлен анализ понятия демографической безопасности, её роли и места в национальной безопасности страны. Выделены важнейшие аспекты демографических угроз. Определено место демографической безопасности в контексте стратегии устойчивого развития Республики Беларусь.

Одной из наиболее обсуждаемых во всем мире проблем является демографическая, которую относят к разряду глобальных проблем человеческой цивилизации. Происходящий в одной части мира демографический взрыв соседствует с демографическим кризисом в другой его части, обостряя социально-экономические противоречия в этих регионах и во всем мире в целом. Проводимая демографическая политика призвана комплексно воздействовать на все стороны воспроизводства населения, формировать желательный режим последнего в долгосрочной перспективе.

Обеспечение демографической безопасности является одной из главных целей любой страны. Не является исключением и Республика Беларусь, где решение вопроса демографической безопасности выступает в качестве одного из императивов устойчивого экономического развития.

Обеспечение национальной безопасности представляет собой деятельность субъектов по защите личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, реализации национальных интересов, созданию необходимых условий для устойчивого развития Республики Беларусь.

Для обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь, необходимо обеспечить экономическую, политическую, научно-техническую, социальную, демографическую, информационную, военную и экологическую безопасность

В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года выделяется демографическая составляющая как важнейший аспект национальной безопасности страны. Особое место во всём комплексе проблем обеспечения национальной государственной безопасности занимает экономическая безопасность.

Демографическая политика в Республике Беларусь обусловлена той ситуацией, которая сложилась в республике. Многие ученые высказывают очень большую тревогу по поводу тех демографических процессов, которые в настоящее время происходят в республике.

Современное состояние демографической сферы республики можно охарактеризовать как кризисное. Среди основных негативных демографических трендов, получивших распространение в современных обществах, можно выделить следующие [1]:

- низкий, не обеспечивающий простое воспроизводство поколений уровень рождаемости;
- старение населения;
- высокий уровень аборттов;
- деградация института семьи. Увеличение случаев отказа от брака в пользу бессемейных форм сожительства;
- повышение возраста вступления в первый брак и создания семей;
- высокий уровень разводов;
- зависимость демографической сферы от внешних миграционных потоков.

Рассмотрим подробнее понятие демографической безопасности, а также определим важнейшие аспекты потенциальных демографических угроз.

Национальная безопасность — понятие, характеризующее уровень защищенности и меры по обеспечению защиты отдельно взятой нации от внешних и внутренних угроз [2].

В последние годы в научной литературе, средствах массовой информации, публичных выступлениях общественных деятелей из самых различных стран все чаще стала фигурировать терминология, прямо или косвенно связанная с понятием демографической безопасности. В XXI веке острое осознание актуальности и важности демографической безопасности в контексте управления обществом вызвано широким спектром причин [3].

Чтобы разобраться в содержании категории «демографическая безопасность», изначально необходимо оттолкнуться от безопасности, так как в ином случае понять специфику более частного предмета познания трудно. В обыденном смысле слова безопасность представляет собой такое состояние любой системы, которое предполагает либо отсутствие самой опасности (как явной, так и скрытой), либо способность успешно противодействовать возникающим угрозам.

Специфика демографической безопасности как категории заключается в том, что она затрагивает все без исключения сферы, сегменты и секторы жизнедеятельности.

Иными словами, демографическая безопасность – это защищенность социально-экономического развития от демографических угроз, обеспечивающая как минимум сохранение геополитического, экономического, этнического и иного статуса государства.

Целью демографической безопасности является создание условий, достаточных для предупреждения и нейтрализации демографических угроз.

Формулирование целей демографической политики во многом зависит от избранных принципов. Принципы демографической политики – это важнейшие требования, правила, которыми должны руководствоваться политические работники, деятели, лидеры в управлении демографическими процессами. Так как по своей сути эти требования субъективны, то среди исследователей сложилось множество вариантов их выделения [4].

Согласно Закону Республики Беларусь (4 января 2002 г. № 80-3) «О демографической безопасности Республики Беларусь» [5] основными принципами обеспечения демографической безопасности являются:

- самостоятельность Республики Беларусь в выборе форм и методов воздействия на развитие демографических процессов;
- приоритет национальных демографических интересов при соблюдении общепризнанных принципов международного права, прав человека и уважении религиозных, этнических ценностей и культурных устоев населения;
- информированность общества о демографических угрозах, их последствиях и мерах, принимаемых для обеспечения демографической безопасности.

В частности, известный российский демограф В. М. Медков выделяет следующие принципы демографической политики: 1) суверенности семьи; 2) свободы выбора; 3) общественного договора; 4) единства целей федеральной и региональной демографической политики; 5) социального участия.

Отличительной чертой демографической безопасности является её ориентация на параметры ситуации, сложившейся в сфере населения, а также их тесная взаимосвязь со всеми ключевыми процессами социально-экономической деятельности. Поэтому среди важнейших аспектов потенциальных демографических угроз традиционно выделяются [6]:

- изменение численности населения;
- особенности размещения населения;
- трансформация структуры населения;
- динамика естественного движения населения;
- динамика миграционного движения населения;
- параметры воспроизведения.

Таким образом, демографическая безопасность является важной составляющей стратегии устойчивого развития. Это послужило поводом для изучения и выявления основных демографических угроз. Устойчивость национальной экономики напрямую связана со структурными и количественными характеристиками населения страны. Но также не оставим без внимания и качественные показатели состава населения, такие как: квалификация, национальные черты и особенности, правила и традиции, цели и устремления, ценности и общественные нормы. Всё вышеназванное в совокупности оказывает влияние на потенциал достижения целей устойчивого развития Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Актуальные проблемы современного социогуманитарного знания : сб. науч. тр. по результатам работы городского межкафедрального теоретико-методологического и методического семинара / ГрГУ им. Я. Купалы; редкол.: Ч.С. Кирвель (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2014.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. – 2018. – Режим доступа: <http://w3.economy.gov.by/ministry/economy.nsf/.../> – Дата доступа: 27.08.2018.
3. Методология анализа демографической безопасности и миграции населения / Н.Д. Эпштейн [и др.]. – М. : Финансы и логистика, 2013.
4. Медков, В.М. Демография : учебник / В.М. Медков. – М., 2007. – С. 575.
5. О демографической безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 04.01.2002 № 80-3. – 2018. – Режим доступа: <http://zakon2006.by.ru/part13/doc22125.shtm>. – Дата доступа: 23.08.2018.
6. Демографическая безопасность как важнейший фактор социально-экономического развития общества / Л.А. Карманов [и др.] // Инновации и инвестиции. – 2011. – № 1. – С. 27–31.

УДК 314.8

АНАЛИЗ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В НОВОПОЛОЦКЕ

Д.В. ПОТУРЕМСКАЯ
(Представлено: И.В. ТЕТЕРЕВА)

В данном исследовании представляются результаты анализа по следующим направлениям обеспечения демографической безопасности:

- численность населения и темпы роста;
- рождаемость, смертность и причины смерти, естественный прирост;
- состав населения по возрасту, по полу;
- семья: браки, и разводы.

Главной целью является выявить основные тенденции в демографической ситуации Новополюцка, проанализировать их, наметить пути решения проблем.

За период 2011-2016 год численность населения г. Новополюцка увеличилась на 3099 человек (что составило 2,13 % от общей численности населения города). В целом по Витебской области наблюдается снижение численности на 28300 человек (-1,69%) [1]. Данная ситуация может складываться из-за удачного местоположения города, который является промышленным городом страны, в котором располагаются ведущее предприятие нефтехимической промышленности «Полимир» и крупный нефтеперерабатывающий и нефтехимический комплекс «Нафтан».

На социальное и экономическое развитие страны существенное влияние оказывает состав населения по полу и возрасту. Основная тенденция изменения возрастной структуры населения Новополюцка – его постарение. Так доля лиц старше трудоспособного возраста составляла 23,7% к началу 2017, что превысило значение 2011 г на 2,5% [2].

Трудоспособное население города уменьшилось на 4,1%. В большей степени на это повлияло увеличение населения старше трудоспособного возраста, превысившее рост населения младше трудоспособного возраста на 0,9%.

Перейдем к анализу структуры населения Новополюцка. На сегодняшний день дисбаланс между мужчинами и женщинами составляют 4,6% (количество женщин превышает мужскую половину населения). По сравнению с 2011 годом эта цифра уменьшилась на 0,6% [3].

Значительный дисбаланс в численности полов наблюдается среди представителей средних и особенно старших возрастов. Диспропорции этого типа сегодня объясняются различиями в рождаемости и смертности мужчин и женщин, а также структурой миграционных потоков. Нарушение структуры населения по полу препятствует нормальному формированию семей, отрицательно влияет на воспроизводство населения, увеличивает текучесть кадров.

Можно заметить увеличение коэффициента естественного прироста. В 2012 году в г. Новополюцке впервые данный коэффициент стал положительным (0,1) и эта тенденция закрепилась до 2015 года. В 2016 году коэффициент естественного прироста уменьшился почти в 2 раза по сравнению с предыдущим годом [1].

Таким образом, факторами естественного увеличения населения города является увеличение числа родившихся и уменьшение числа умерших. Сопоставив данные значения с республиканскими и областными, можно заметить, что областные показатели родившихся значительно меньше показателей умерших, что может привести в дальнейшем к сокращению количества активных работников, так как возникает большая группа населения старше трудоспособного возраста.

Рассмотрим показатели причин смерти в областях республики (табл. 1).

Таблица 1. – Коэффициенты смертности по основным классам причин смерти по областям (на 100 000 чел. населения)

Год	Некоторые инфекционные и паразитарные болезни	Новообразования	Болезни системы кровообращения	Болезни органов дыхания	Болезни органов пищеварения	Внешние причины смерти
Новополюцк						
2010	5,8	198,7	533,8	18,2	57,6	103,7
2016	0,9	187,4	424,9	14,8	27,8	74,2

Рассмотрим структуру смертности по причинам смерти населения г. Новополоцка (рисунки 1-2).

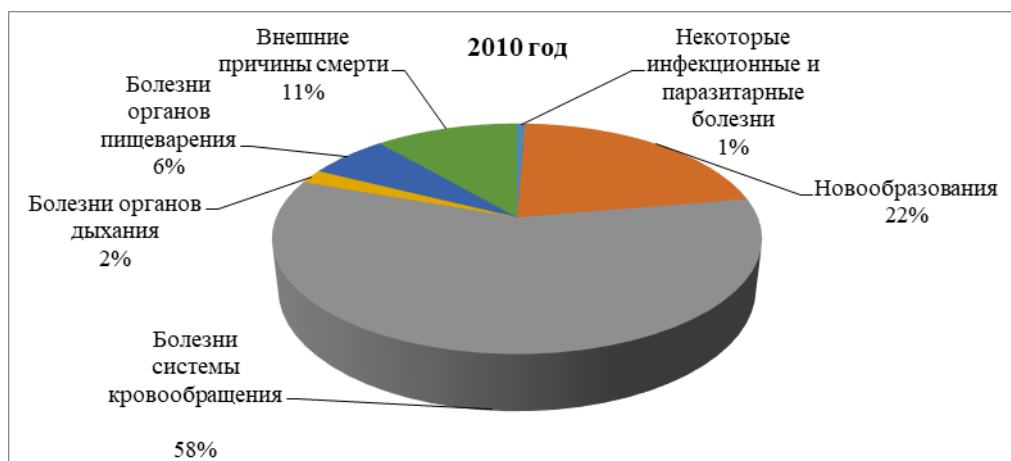


Рисунок 1. – Структура смертности по причинам смерти в 2010 году (%)

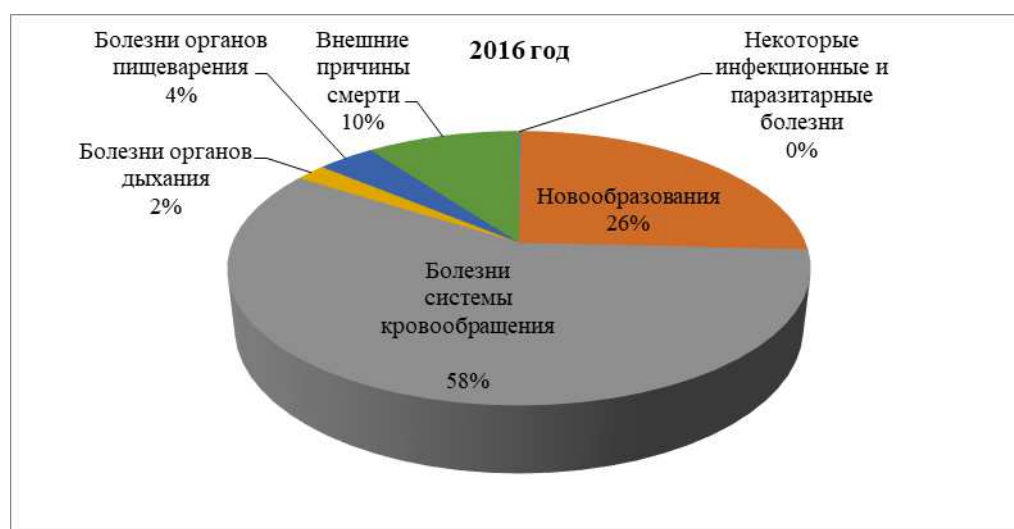


Рисунок 2. – Структура смертности по причинам смерти в 2016 году (%)

По данным рисунков 1–2, можно сделать вывод, что по-прежнему больше всего людей умирает от болезней системы кровообращения. На протяжении 6 лет это число не изменилось (58%) [2]. Заметно увеличилось число умерших от новообразований. Таким образом, можно сделать вывод о том, на что необходимо уделить наибольшее внимание, чтобы коэффициент смертности начал снижаться.

Перейдем к характеристике института семьи. В данное время в стране наблюдается довольно существенное снижение количества заключаемых браков. Данная тенденция закрепились как за Новополоцком, так и за республикой в целом.

Таблица 2. – Браки и разводы (на 1000 человек населения)

Годы	Число браков			Число разводов		
	Республика Беларусь	Витебская обл.	г. Новополоцк	Республика Беларусь	Витебская обл.	г. Новополоцк
2010	8,1	7,8	9,2	3,9	3,9	4,6
2011	9,2	8,9	10,3	4,1	4,3	4,5
2012	8,1	8,2	9,3	4,1	4,3	4,5
2013	9,2	9,2	9,6	3,8	3,9	4,2
2014	8,9	8,6	9,3	3,7	3,7	4,2
2015	8,6	8,2	8,1	3,5	3,4	3,8
2016	6,8	6,3	6,9	3,4	3,5	3,9

Источник: разработано автором на базе [1].

Из данной работы можно выделить следующие проблемы демографической ситуации г. Новополоцка и их причины.

Таблица 3. – Основные проблемы демографической ситуации в г. Новополоцке

Проблема	Причины	Значимость	Управляемость
Уменьшение трудоспособного населения	Постарение населения и низкая рождаемость	Несоответствие качества населения и уровня требуемой квалификации	управляемое
Увеличение числа умерших от новообразований	Недостаток знаний и оборудования в медицине	Уменьшение коэффициента рождаемости в дальнейшем	управляемое
Снижение количества браков	Смена приоритетов молодежи	Упадок института семьи Снижение значимости семейных ценностей Рост возраста рождения первого ребёнка – влияние на здоровье Уменьшение коэффициента рождаемости	Частично управляемое

Источник: разработано автором на базе [4].

Дальнейшее состояние демографической ситуации страны зависит от того, какими способами государство будет решать данные проблемы. Уменьшение трудоспособного населения можно остановить и направить в положительную сторону за счет мотивации женщин к рождению детей, а также за счет повешения качества медицины, разработки и закупки новейшего оборудования, что также будет способствовать решению проблемы увеличения умерших по причине болезней. Тему снижения количества браков стоит затрагивать не только со взрослым поколением, но и с младшим. Приоритеты молодежи базируются на полученных ими знаниях с самого рождения. Большинство семей планируют рожать только одного ребенка, что является неверным суждением. В нашей стране каждая женщина должна родить как минимум 2 ребенка для стабильного увеличения населения. Также возраст рождения ребенка увеличивается, что отрицательно влияет на здоровье нации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Регионы Республики Беларусь. Социально-экономические показатели / И. С. Кантро [и др.] / под общ. ред. И.В. Медведева –Т. 1. – Минск, 2017. – 786 с.
2. Статистический ежегодник Витебской области 2017 / И.В. Ходикова [и др.] ; под общ.ред. Ю.И. Москалев. – Витебск, 2017. – 472 с.
3. Витебская область в цифрах / И.В. Ходикова [и др.] / под общ. ред. Ю.И. Москалев. – Витебск, 2017. – 84 с.
4. Тетерева, И.В. Теоретико-методологические основы формирования системы антикризисного управления в организации / И.В. Тетерева, Н.Л. Белорусова // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D, Экономические и юридические науки. – 2017. – № 14. – С. 8–16.

УДК 339.138

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА
В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****И.Ф. СКОПЬЮК***(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)*

Изучен исторический контекст, теоретические основы и значение брендинга в маркетинге. Дано определение категории «бренд». Рассмотрено предназначение бренда как инструмента маркетинговой стратегии производителя. Изучены этапы в процессе разработки бренда производителя. Определено место информации в процессе разработки бренда. Сделаны выводы о развитии и перспективах собственных торговых марок.

Торговая марка – это название, знак, символ, рисунок, термин или их комбинация, предназначенные для идентификации продукта одного или нескольких производителей (продавцов) и отличия его от товаров конкурентов [2, с. 253].

Товарный знак – это юридический термин, обозначающий объект интеллектуальной собственности, защищающий название и некоторые другие атрибуты товара (фирмы, услуги, идеи) от конкурентов.

Использование товарных марок практиковалось еще во времена Древнего Египта, когда ремесленники ставили свое тавро на сделанные ими кирпичи, чтобы обозначить их создателя [3].

Настоящий расцвет идеи брендинга пришелся на первую половину двадцатого века, и связано это было с промышленной революцией, которая привела к появлению на рынке большого количества похожих товаров.

Отечественные авторы часто стали использовать понятие бренд, однако вкладывают в него разное смысловое значение. В переводных источниках и в статьях отечественных авторов даже его правописание неодинаковое (брэнд, бренд). Часть авторов под брендом понимают обычную товарную марку, цель которой идентифицировать продукцию производителя (например, А. П. Дурович), другие рассматривают бренд как популярный товарный знак, который обрел известность и завоевал доверие покупателя благодаря удачным маркетинговым процедурам. Ключевыми словами в этом определении является «известность» и «доверие». Чтобы определиться с написанием «бренд» или «брэнд», обратимся к русскоязычным публикациям соседних стран. В Российской Федерации и Украине в последние годы используется только вариант «бренд». Хотя транскрипция английского слова brand – [brænd] – предусматривает произношение «брэнд». Кроме того, в нашей республике написание «брэнд» связано с республиканским конкурсом «Брэнд года», название которого изначально было сформулировано на белорусском языке, и поэтому некоторые авторы используют слово «брэнд» и в русском варианте. Но, на наш взгляд, необходимо использовать вариант, принятый в большинстве русскоязычных изданий, т. е. «бренд».

Что касается содержания понятия бренд, мы согласны с авторами, которые под брендом понимают марку, принятую потребителем. На самом деле бренд – это не только торговая марка, состоящая из названия, графического изображения (логотипа) и звуковых символов компании или товара. Бренд – это некое впечатление о товаре в умах потребителей, ярлык, который мысленно наклеивается на товар, это восприятие товара потребителем и его ассоциации с этим товаром.

Понятие бренда более широкое, чем торговая марка, поскольку в него еще дополнительно входят [5, с. 222]: сам товар или услуга со всеми его характеристиками; набор характеристик, ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару; информация о потребителе; обещания каких-либо преимуществ, данные автором бренда потребителям, т. е. тот смысл, который вкладывают в него сами создатели.

Специалисты по брендингу выделяют два подхода к созданию бренда, две культуры брендинга – англо-американский (западный подход) и азиатский (восточный подход) [4]. С нашей точки зрения, целесообразнее всего выделять три подхода. Два противоположных – американский и азиатский – и их комбинацию – европейский.

Американская концепция предполагает, что головная компания-производитель должна быть спрятана от конечных потребителей, в основном из-за страха перед переносом возможного негативного имиджа одной торговой марки на всю фирму и весь спектр товаров. Это концепция, ориентированная на товар – у каждого продукта есть собственная торговая марка. Самым ярким примером первой культуры может стать «Procter&Gamble». Таким образом «Procter&Gamble» развивает набор брендов в каждой категории продуктов. Например, стиральные порошки «Tide», «Ariel», «Миф», «Е» позиционируются независимо друг от друга, поэтому являются конкурентами друг для друга. В Республике Беларусь в чистом виде такой подход используется крайне редко, например, парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца»

выпускает стиральные порошки «Мара» и «April». Стиральный порошок «Мара» позиционируется как белорусский порошок в рамках программы «Купляйцебеларускае», а порошок «April» имеет другую концепцию позиционирования. Согласно результатам исследований, проведенных авторами, 90 % белорусских потребителей считают этот порошок импортным и не связанным с производителем «Мары». В Азии, и в частности в Японии, принята несколько иная концепция – компании инвестируют в бренд на уровне корпорации в первую очередь и лишь во вторую очередь, в гораздо меньшей степени, на уровне продукта. Основной ценностью для японских компаний является высокий корпоративный имидж, а не имидж отдельных брендов. Поэтому их отношение к брендам в корне отличается от американского. Данный подход, например, используют «Philips» и «Kodak».

В Беларуси данный подход более распространен, чем американский, его используют и производители потребительских товаров («Атлант», «Serge»), а также предприятия розничной торговли («Европт», «5 элемент», «Алми») и сфера услуг (банки, кинотеатры, салоны красоты).

Американский и азиатский подходы имеют свои характеристики и особенности. Раскрутка товарной марки в американском подходе обходится значительно дороже, чем при азиатском – в последнем случае раскрученная корпоративная марка уже дает гарантию качества, и поэтому рекламный бюджет раскрутки нового товара подкорпоративной маркой обходится дешевле. Марка товара при американском подходе может жить десятилетиями или даже столетиями, а в азиатском подходе – товарная марка живет ровно столько, сколько времени занимает жизненный цикл товара – до появления новой разновидности. И тот и другой подход в случае провала конкретной марки желают защитить другие товары фирмы от негативного отношения. Американский подход делает это, скрывая фирму-производителя, а азиатский – гарантируя высокое качество. Американский подход приемлем для диверсифицированных компаний, когда нецелесообразно давать одинаковые имена всем товарным категориям. Азиатский подход характерен для предприятий, выпускающих одну или несколько родственных товарных категорий.

Проведенный анализ деятельности белорусских производителей по работе с товарными марками позволяет сформулировать следующие стадии развития брендинга в Беларуси, которые мы соотнесем с формированием характеристик бренда.

Первую стадию можно назвать «нейминг-бренд». Маркетологи разрабатывают имена для своего предприятия, товарных линий и товаров. Обосновывают соответствующие концепции, ориентируются на определенные сегменты. Например, как указывалось выше, «Milavitsa» позиционирует белье для женщин по ценовой категории – высококачественное под маркой «Milavitsa», доступное по цене – «Aveline» и мужское белье – «Hidalgo». Элементы бренда, которые формируются на данном этапе:

- основное содержание бренда;
- словесная часть марки или словесный товарный знак – имя бренда;
- обобщенная совокупность признаков бренда, которая характеризует индивидуальность бренда.

Вторая стадия может быть названа «коммуникация-бренд». На данной стадии предприятия с помощью коммуникационной политики формируют определенный образ марки в сознании целевого потребителя. Имя марки активно используется в различных видах рекламы, в местах продажи. Целевой потребитель воспринимает марку как значимую для себя и основывает свой выбор на такой значимости. На второй стадии находятся предприятия «Коммунарка», «Спартак», «Атлант». Рекламные кампании этих предприятий направлены на формирование положительного имиджа, постоянном напоминании о себе. На данной стадии разрабатываются следующие элементы бренда: – функциональные и эмоциональные ассоциации, которые выражаются покупателями и потенциальными клиентами; – визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя; – уровень известности марки у покупателя, сила бренда. Третья стадия – это «бренд-менеджмент». Предприятие отслеживает изменения в оценках потребителей, занимается анализом состояния бренда и, самое главное, занимается развитием бренда. Например, «Савушкин продукт» отдельные товарные линии предлагает и с точки зрения потребителей (для детей – «Монтик», для диетического питания – «Оптималь», традиционно высококачественное – «Брест-Литовск» и доступное – «Ласковое лето») и по товарной категории – название для соков «На100ящий». Все марки достаточно разрекламированы, что обеспечивает их узнаваемость. Например, в отчете о конкурсе «Брэнд–2012» в топ-100 попали названия не только самой компании «Савушкин продукт», но и ее отдельные марки «Ласковое лето» и «На100ящий». И, как указывалось выше, на предприятии проводятся работы по изменению логотипа. В последнем варианте из товарного знака компании было убрано слово «продукт» как не несущее никакой смысловой нагрузки. В качестве примера белорусского производителя, находящегося на третьей стадии, можно привести также «Санта Бремор».

На данном этапе подключаются следующие элементы брендинга: – стоимостные показатели марки; – степень продвинутости бренда; – развитие бренда.

Большинство белорусских производителей находятся на второй стадии, которая характеризуется превращением товарной марки в бренд, т. е. признанием потребителями данных товаров, достижением марками соответствующего уровня известности и доверия со стороны потребителей. Становлению вто-

рой стадии способствуют конкурсы, проходящие в республике: «Брэнд года», «Продукт года», «Лучший экспортер года».

Но в то же время достаточное количество предприятий все еще находится на первой стадии – разрабатывают новые имена своим товарам и предприятиям, формируют концепции рекламной деятельности по продвижению этих марок.

Третья стадия пока еще редкость на белорусском рынке. Но с каждым годом все больше предприятий понимают необходимость не только рекламы своих марок, а целенаправленной деятельности по изучению мнений потребителей, изучению стоимости марки, планомерному развитию имиджа и формированию устойчивых предпочтений со стороны потребителей. Например, летом 2016 г. PUBLIC GROUP провела ребрендинг трикотажной фабрики «8 Марта». На основании платформы бренда был разработан нейм «Vos'mae», который включает в себя преемственность от «8 Марта». Фабрика запустила в производство линии детской и женской одежды, которые потребители увидят осенью в фирменных магазинах. ОАО «Лидское пиво» начало выпускать отдельные бренды «Swissblack», «Вечер в Брюгге», «Australianbitter», «JimBeer», продвигая их на рынок как коллекционные сорта крафтового пива, которые сварены ведущими пивоварами Лидского пивзавода.

Белорусским предприятиям необходимо заниматься брендингом и стараться переходить на более высокий уровень развития бренда. Слабая известность марок не позволяет белорусским производителям выдерживать конкурентную борьбу с импортом. Производители-импортеры более активно занимаются своими брендами, что позволяет им в последние годы увеличивать долю импортных товаров в розничном товарообороте. Так, по данным Белстата, удельный вес продажи товаров отечественного производства в розничном товарообороте с 2011 по 2014 г. снизился с 73,4 до 68,5 %. В разрезе товарных групп это падение выглядит следующим образом: по трикотажным изделиям падение составляет с 83,8 до 54,1 %, по обуви – с 74,7 до 48,2 % [5].

Для защиты отечественного рынка от импортных товаров низких цен недостаточно. Необходимо завоевывать сердца потребителей, а для этого необходимо больше внимания уделять брендингу собственных товарных марок.

Для этого можно сформулировать следующие рекомендации для белорусских производителей:

- 1) изыскивать ресурсы для вложения их на развитие бренда;
- 2) проводить маркетинговые исследования целевых аудиторий перед выпуском новых или модификации старых марок на рынке, отслеживать последние тенденции в работе с брендами в своей отрасли. Для сокращения издержек изыскивать возможности проведения сбора информации собственными силами, в том числе привлекая студентов-практикантов экономических специальностей;
- 3) выбирая для коммуникации средства для снижения издержек, использовать социальный медиамаркетинг, как, например, построение сообществ бренда в социальных сетях Вконтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram, Facebook, Pinterest, Snapchat и др.;
- 4) приглашать специалистов в области брендинга, как это сделали «8 Марта» и «Крыніца». Это поможет сократить количество ошибок, которые присущи белорусскому бизнес-сообществу при работе с собственными брендами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володина, А.Н. Социально-психологическое исследование категории «бренд» / А.Н. Володина, Г.А. Мкртычян // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2009. – № 1. – С. 347.
2. Черенков, В.И. Международный маркетинг : учеб. пособие. / В.И. Черенков. – СПб. : Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2009.
3. Ягудин, С.Ю. Бренды и товарные знаки / С.Ю. Ягудин, И.И. Алябедева, А.В. Симонян // Транспортное дело России. – 2009. – № 10. – С. 86–88.
4. Соловьева, Л.Л. Брендинг белорусских производителей на внутреннем и внешнем рынках / Л.Л. Соловьева, В.И. Маргунова // Проблемы социально ориентированного инновационного развития белорусского общества и профсоюзы : материалы XVIII Межвуз. науч.-практ. конф., Гомель, 6 февр. 2014 г. / Гомел. филиал Междунар. ун-та «МИТСО». – Гомель, 2014. – Ч. 1. – С. 171–173.
5. ТОП-100 Белорусских брендов. БелБренд / MPP Consulting. – Киев, 2013–2015. – Режим доступа: www.mppconsulting.com.ua. – Дата доступа: 14.02.2018.

УДК 339.138

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ, СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА
В МАРКЕТИНГЕ****И.Ф. СКОПЬЮК***(Представлено: Е.В. БОГДАНОВА)*

Изучен исторический контекст, теоретические основы и значение брендинга в маркетинге. Дано определение категории «бренд». Рассмотрено предназначение бренда как инструмента маркетинговой стратегии производителя. Изучены этапы в процессе разработки бренда производителя. Определено место информации в процессе разработки бренда. Сделаны выводы о развитии и перспективах собственных торговых марок.

Рассматриваемое направление возникло в рамках североамериканской школы маркетинга. Впервые эта концепция была применена в начале 30-х гг. XX в. Н. Мак Элроем в компании Procter&Gamble, согласно которой бренд содержит материальные и нематериальные характеристики, что в совокупности и составляют предмет продажи. В настоящее время существуют различные взгляды на сущность бренда. Анализ показывает, что они являются сложными и многомерными, особенно в контексте методологии управления. Американская ассоциация маркетинга свое определение ориентирует на компанию и не дает полного представления о механизме дифференциации. П.У. Миниард характеризует данную категорию как совокупность специфических свойств товара, за которые потребитель готов заплатить добавочную величину денежных средств [1]. Начиная с 1995 г., выделяют еще два теоретических подхода к определению бренда: первый – «продукт-плюс» рассматривает категорию как добавку к изделию; второй – все элементы маркетинга объединяет в целостность [2]. С точки зрения ученых, которые дают наиболее целостное и универсальное определение бренда, сущность последнего охватывает коммуникации элементов маркетингового микса, формирующих устойчивые ассоциации и образы в сознании потребителя, связанные с товаром или услугой [3].

Бренд – это больше, чем название, символ или образ: это отношения, которые может создать только потребитель.

Бренд – это комплекс впечатлений, которые остаются у покупателя в результате использования товара.

Бренд происходит, как считают, от латинского *brend* – клеймо, тавро. С древних времен клейма (бренда) удостоивался только высококачественный товар. Товар с клеймом выделялся среди аналогичных, приобретая индивидуальность. Продукция с брендом всегда продавалась по более высокой цене. Бренд добавляет родовому продукту (то есть продукту без бренда) дополнительную ценность.

Итак, рассмотрим предназначение бренда. Бренд помогает решить следующие задачи:

- идентифицировать (узнать) товар при упоминании;
- отличаться от конкурентов, т.е. выделять товар из общей массы;
- создать в сознании потребителей привлекательный образ, вызывающий доверие;
- сосредоточить положительные эмоции, связанные с товаром;
- принять решение о покупке и получить удовлетворение от принятого решения;
- формировать группу постоянных покупателей, ассоциирующих с брендом свой образ жизни (приверженцы бренда).

Работа по брендингу предполагает применение всех видов маркетинговых коммуникаций с использованием авторских методик по каждому виду. Заметим, что любой бренд не может быть создан только в рамках PR или рекламы. Основой работы является общая маркетинговая концепция, включающая частные концепции по PR, рекламе, продвижению продаж, прямым письмам, выставкам, размещению продукта и т.п.

PR-концепция создается в обязательном тесном взаимодействии с руководителями и PR-службой фирмы. Необходимо будет определить предполагаемый образ фирмы в глазах общественности и основных групп бренда. Ясно, что все PR – продукты (текстовые, визуальные, электронные) будут соответствовать PR-концепции.

Программа развития и продвижения образа фирмы предусматривает этапы (полгода, год) с промежуточными результатами. Как известно, PR-концепция касается образа компании в целом, и брендом в данном случае становится наименование компании. Что касается отдельных групп товаров, то по каждому разрабатывается отдельная программа рекламы и других методов маркетинговых коммуникаций. Все методы используются в рамках общей программы в определенной последовательности или одновременно (параллельно).

В рекламе часто используются специальные приемы, чтобы неосязаемые признаки отличия перевести в осязаемые, подчеркивая таким образом, преимущество бренда.

Процесс разработки бренда проходит несколько этапов. На рисунке представлена взаимосвязь бренда и его окружения.

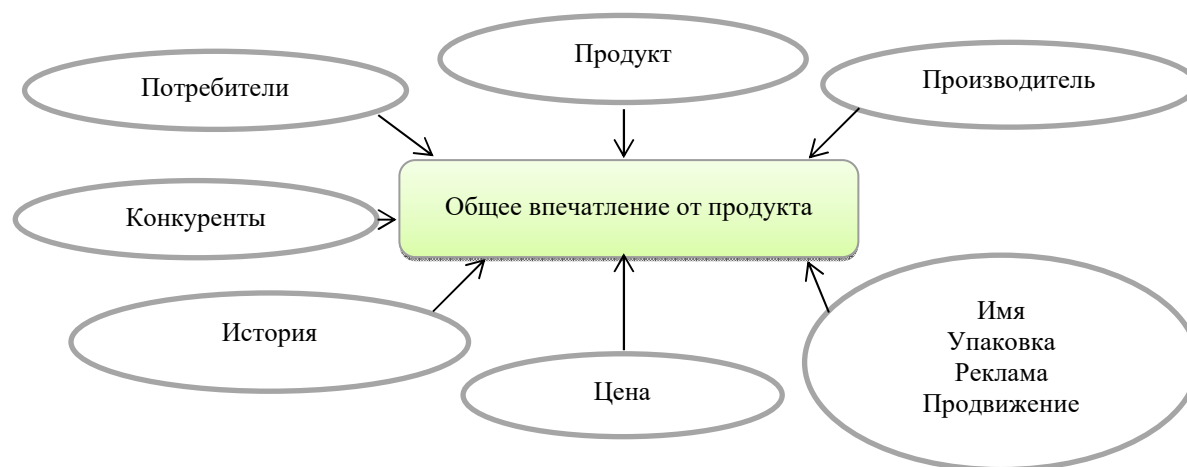


Рисунок. – Взаимосвязь бренда и его окружения

Источник: составлено автором на основе [2, с. 132].

Успешные компании, эффективные специалисты умеют вовремя получать правильную информацию. В этом тезисе с точки зрения теории и практики брендинга важны две составляющие: своевременная и правильная информация [1, с. 102].

Исследовательская информация дает возможность взвесить все «за» и «против», учесть подводные камни и предвидеть возможные подвохи для принятия управленческих решений. Учитесь, слушая и слыша ваших покупателей (нынешних и будущих) понимать:

- насколько они искренни в своих суждениях;
- не выдают ли они желаемое за действительное;
- является ли демонстрируемая ими тяга к новаторству и инновационности актуальной потребностью;
- в какой мере выражаемая ими склонность отказываться от нового и нешаблонного действительно становится препятствием для внедрения инновационности в вашем продукте.

Опираясь на работы современных специалистов по психологии человека, необходимо акцентировать внимание в исследованиях на мотивации поведения покупателей. Создавая новый бренд, вы должны учитывать тот факт, что имеете дело с областью ожиданий человека (активированных или пока еще дремлющих). Нет ничего более сложного, чем исследовать то, что будет пользоваться спросом, то, с чем человек еще не был знаком и не имел ранее опыта взаимодействия. Сверхзадача брендинга — смоделировать ситуацию принятия человеком решения о выборе новинки: какие факторы будут предопределяющими, какой прежний опыт окажет воздействие на новые взаимоотношения.

Покупатель в большинстве случаев принимает решение, основываясь на эмоциональной оценке вариантов, не отдавая себе отчета в истинных причинах выбора. Мы можем «рационализировать» любое наше действие, но это будет всего лишь демонстрация правды «третьего уровня». Огромный пласт бессознательных мотивов и эмоций, влияющих на наше поведение, остается «за бортом» сознания и не может быть объяснен покупателем (в силу элементарной ложности этого «самопсихоанализа»), но должен быть понят исследователем, ибо в этом — ключ к пониманию механизма воздействия на процесс выбора и покупки.

Таким образом, получается, что большинство исследователей имеют дело не с реальными мотивами и эмоциями, которые формируют решение о покупке, а с объяснениями причин совершения покупки.

Мотивировка – это объяснение причин своего поведения и своих действий. Мотивация требует особого умения, как задавать вопросы, так и анализировать ответы; она означает истинные причины поведения человека, однако, в отличие от психоаналитической практики, для разработки новых брендов важно понять общие тенденции в поведении больших групп людей – целевой аудитории бренда.

Постулаты «хорошего» исследования брендов:

1. Не существует универсального метода исследований: в каждом новом проекте – свой самый эффективный способ получения информации.
2. Поведение покупателей определяется как сознательной, так и бессознательной (не осознаваемой ими) мотивацией.
3. Все элементы бренда должны быть комбинаторны, т. е. концептуально взаимосвязаны.
4. В восприятии целое всегда сильнее его частей.
5. Анализировать настоящее, чтобы прогнозировать будущее.
6. Будущее строится на прошлом опыте потребителей.
7. Потребитель – непостоянен, разнообразен, со множеством потребностей и самоидентичностей.
8. Поведение покупателя формируется в социокультурном контексте.

Кроме того, маркетологами предлагается в настоящее время при исследованиях брендов принять за правило такой подход: при тестировании концепции товара (будь то словесное описание, рисунок или трехмерный прототип) всегда смотреть не на то, «нравится» ли идея товара покупателям, а соответствует ли она (или ее части) той модели бренда, которая сформулирована в результате нашей аналитической работы.

В настоящее время идет жесточайшая борьба между производителями и розничной торговлей за влияние на потребителей. С появлением крупных розничных корпораций, они все чаще становятся победителями в этой борьбе, начинают диктовать условия, с которыми производители вынуждены считаться. По мере того как инфраструктура ведущих розничных фирм становится все более эффективной, концентрируется и их внутренняя сила. Возросшая рыночная сила торговли подталкивает ее к политике частных торговых марок (privatelabels) с целью отобрать у производителей часть прибыли.

Эта политика зародилась в странах Западной Европы и США около 40 лет назад, а в последние годы она активно развивается и в России. Мировые тенденции свидетельствуют, что количество собственных торговых марок (СТМ) в розничной торговле будет увеличиваться. По прогнозам исследовательской компании ACNielsen, в 2010 году среднемировой показатель проникновения СТМ (по всем категориям товаров) составит 26,8% от общего объема рынка. К этому уровню будет стремиться и российский рынок. Пока на долю privatelabels приходится немного – в среднем 1% от всего ассортимента российских розничных сетей (к примеру, в Швейцарии она достигает 49%, в Великобритании – 42%, в Италии – 16%).

За рубежом ассортимент товаров под собственными товарными марками достаточно широк: от йогуртов до карточек мобильных операторов. В России они особенно популярны в продовольственных розничных сетях – в других областях торговли такая политика пока слабо развита. Это обусловлено тем, что из всего объема отечественной розничной значительная часть приходится на продовольственные товары. Кроме того, чтобы самостоятельно разработать собственную торговую марку, необходимо найти подходящего производителя, скажем, декоративной косметики или парфюмерии, желающего поддерживать политику privatelabels.

Таким образом, вопрос о выгоде от использования политики частных торговых марок рассматривается неоднозначно. Многие ритейлеры имеют на этот счет другую точку зрения. Чтобы собственные торговые марки работали эффективно, у покупателей сначала должно сформироваться доверие к самой торговой сети, только после этого они будут приобретать ее марки, а не наоборот. Отечественные розничные сети еще молоды, должно вырасти как минимум одно поколение постоянных покупателей, чтобы создание собственной торговой марки имело смысл. Потребители отдают предпочтение знакомым и проверенным маркам, а рискнуть попробовать новый товар под собственной торговой маркой они часто решаются только из-за низкой стоимости, причем разрыв в цене должен бросаться в глаза. Очевидно это не самая эффективная ценовая стратегия, если торговая сеть нацелена на увеличение прибыли.

Проблемы внедрения политики частных торговых марок заставляют представителей российского торгового бизнеса по-новому взглянуть на разработку собственных маркетинговых стратегий, искать новые, оригинальные пути привлечения покупателей и увеличения прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Семенова, Е.А. Бренд-Менеджмент / Е.А. Семенова, Т.А. Лейни, С.А. Шилина. – М. : Дашков и Ко, 2008. – 134 с.
2. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пособие / М.Р. Душкина. – СПб. : Питер, 2010. – 560 с.
3. Назайкин, А. Бренддинг и бренд, ребренддинг, бренд-аудит / А. Назайкин / www.nazaykin.ru. – 2013. – Режим доступа: http://www.nazaykin.ru/_branding.htm. – Дата доступа: 05.02.2018.

УДК 69.059.4

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ,
ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА
ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ****М.С. КОРШУНОВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Г.Н. СЕРЯКОВ)*

Проанализированы понятия жизненного цикла объекта недвижимости, срока его экономической и физической жизни. Проведён анализ стадий жизненного цикла зданий и сооружений, отмечены характерные признаки каждой из них на современном этапе развития. Выявлены факторы, влияющие на сокращение сроков жизненного цикла зданий и сооружений на каждой стадии.

Жизненный цикл объекта недвижимости как физического объекта — это последовательность процессов существования объекта недвижимости от замысла до ликвидации (утилизации) [1]. Он включает срок экономической и физической жизни.

Срок экономической жизни определяет период времени, в течение которого объект используется как источник получения прибыли. Он заканчивается, когда производимые улучшения перестают давать вклад в стоимость объекта, а также, когда затраты на эксплуатацию, превышают потенциальный доход от использования объекта недвижимости.

Срок физической жизни – период реального существования объекта недвижимости в функционально пригодном состоянии до его сноса. Определяется нормативными документами.

Стадии жизненного цикла объекта недвижимости представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. – Стадии жизненного цикла

Предпроектная стадия включает в себя анализ рынка недвижимости, формирование стратегии проекта, инвестиционный анализ, оформление исходно-разрешительной документации, привлечение инвестиционных средств [2]. В инновационной экономике этот этап играет важную роль.

Стадия проектирования включает: разработку схемы финансирования, выбор группы управления проектом, архитектурно-инженерной группы [2]. Внедрение BIM-процессов в проектирование ведёт к сокращению сроков подготовки проекта, и интеграции его с финансово-аналитическими показателями.

Очевидно, что на первых стадиях прибыль не образуется. Эти стадии являются важными аспектами для дальнейшей эффективной работы проекта. В данный момент происходит сокращение длительности первых двух стадий, а также минимизация эксплуатационных затрат на всех стадиях жизненного цикла объекта.

При существующей системе проектирования не уделяется достаточно внимания концепции расчёта затрат на протяжении всего жизненного цикла. В Европе делается акцент на «стоимость всего жизненного цикла» [3]. Ещё перед принятием решения об осуществлении проекта, необходимо рассматривать несколько вариантов его реализации и чётко понимать цели, которые преследует инвестор.

Рационально построенная система расчёта затрат с учётом всего жизненного цикла позволит чётко представлять необходимость выбора того или иного конструктивного решения здания. Застройщик стремится лишь к минимизации начальных капиталовложений, не сопоставляя со стоимостью эксплуатации недвижимости. Принимать решения исходя лишь из первоначальной выгоды нецелесообразно. Конечно, задача расчёта стоимости эксплуатации носит сложный характер. Но внедрение данной стратегии позволит достигнуть значительной экономии в дальнейшей эксплуатации, затратив чуть больше на первоначальных этапах.

Стадия строительства заключается в выборе подрядчика, координации ведения строительных работ и контроле качества строительства [2].

В настоящее время стремятся к сокращению сроков строительства, чтобы результаты проекта стали приносить пользу в избранном направлении инвестиционной деятельности как можно раньше. Чёткая и развитая система управления проектом в отрасли строительства позволяет достигать общей экономии средств на строительство до 10%, сокращает сроки реализации проекта.

Стадия эксплуатации предполагает эксплуатацию объектов, их обслуживание и ремонт. Операционные расходы на стадии эксплуатации составляют 75% от общих расходов на протяжении всего жизненного цикла зданий и сооружений (рисунок 2) [4].

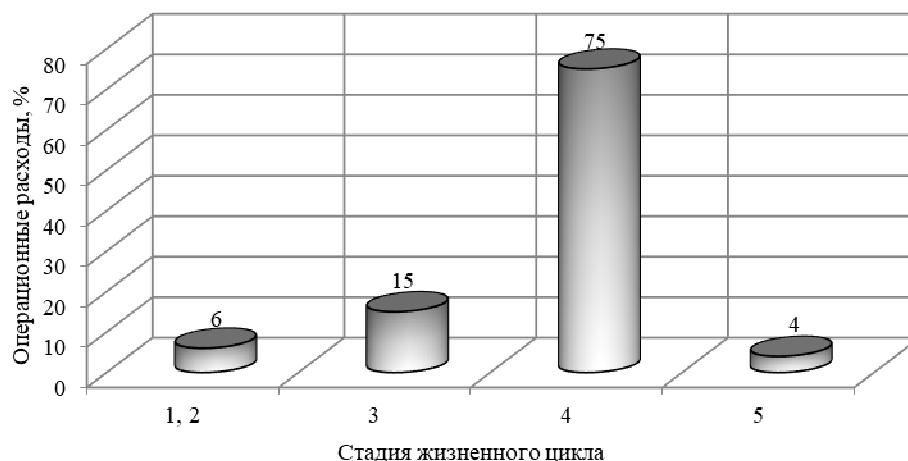


Рисунок 1. – Распределение операционных расходов по стадиям жизненного цикла

Очевидно, что управление затратами и сроками эксплуатации может принести значительную экономию средств и времени. Данная диаграмма доказывает важность планирования стоимости всего жизненного цикла на первых стадиях.

Стадия закрытия проекта – полная ликвидация его первоначальных и приобретенных функций, результат чего либо снос, либо качественно новое развитие.

В результате исследования выявлены факторы, влияющие на сокращение сроков жизненного цикла зданий и сооружений на каждой стадии. Этому способствуют:

- совершенствование системы управления инновационной деятельностью в строительном комплексе;
- увеличение скорости распространения инноваций;
- появление новых методов планирования и проектирования;
- внедрение информационных технологий в процесс проектирования, развитие BIM-проектирования;
- выпуск современных строительных материалов и совершенствование имеющихся;
- совершенствование конструктивных решений зданий и сооружений;
- увеличение скорости морального старения материалов и оборудования;
- улучшения качества изысканий;
- ускоренная модернизация основных фондов строительного комплекса;
- повышение уровня квалификации инженерно-технических работников и рабочих строительного комплекса;
- правовая и финансовая поддержка развития инновационной деятельности в строительстве.

ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости / А.Н. Асаул, С.Н. Иванов, М.К. Старовойтов. – СПб. : АНО «ИПЭВ», 2009. – 250 с.
2. Асаул, А.Н. Управление, эксплуатация и развитие имущественных комплексов / А.Н. Асаул, Х.С. Абаев, Ю.А. Молчанов. – СПб. : Гуманистика, 2007. – 240 с.
3. Совокупная стоимость владения [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Совокупная_стоимость_владения. – Дата доступа: 15.09.2018.
4. Методика расчёта жизненного цикла жилого здания с учётом стоимости совокупных затрат / Национальное объединение проектировщиков. – СПб., 2014. – 72 с.

УДК 330.131.52

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**В.А. СКОВОРОДКО, А.Р. ИВАНОВ**
(Представлено: С.П. СТУДЕНИКИНА)

Рассмотрены основные направления «зеленой» экономики, основой которой является инновационные энергоэффективные или «зеленые» технологии. В Республике Беларусь разработаны различные программы и планы на ближайшую перспективу для выстраивания связей между секторами экономики, целью которых является сбалансированное развитие страны и промышленного комплекса по принципу экологической чистоты производства продукции в целях повышения ее конкурентоспособности.

В последнее время в научных и политических кругах различных стран мира, в том числе и в Беларуси, активно продвигается и внедряется новое перспективное направление государственной экологической политики – «зеленая» экономика, предусматривающая обеспечение устойчивого и сбалансированного социально-экономического развития при условии сохранения природного потенциала страны, снижения риска для окружающей среды и способствующая улучшению качества жизни и среды проживания [1].

Новый глобальный курс на «зеленую» экономику как единственный путь дальнейшего развития был объявлен на 40-м Всемирном экономическом форуме 2010 года, проходившем в Давосе под лозунгом «Улучшить состояние планеты: переосмыслить, перепланировать, перестроить мир». С того времени в бизнес-сфере понятие «зеленая» экономика находится в центре внимания и становится глобальным курсом инновационного, антикризисного формирования во многих странах и регионах мира [1].

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы главными целями государственной экологической политики на период до 2020 года являются создание условий для устойчивого использования природных ресурсов и внедрение в Республике Беларусь механизмов (инструментов) «зеленой» трансформации экономики в рамках реализации мероприятий Государственной программы «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов» на 2016 – 2020 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2016 г. № 205 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 24.03.2016,5/41827), Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики [2].

В настоящее время общество по-разному понимает суть выражения «зеленая» экономика. В данное понятие вкладывают и создание экосистем, которые призваны помогать и приносить пользу природе и производство экологически чистых продуктов. Также, «зеленая» экономика направлена на экономное потребление тех ресурсов, которые в настоящее время подвержены истощению (полезные ископаемые – нефть, газ) и рациональное использование неисчерпаемых ресурсов.

Таким образом, можно предположить, что «зеленая» экономика – модель организации экономики, направленная на достижение целей социально-экономического развития при существенном сокращении экологических рисков и темпов деградации окружающей среды. Такая модель экономического развития, опирается на принципы устойчивого развития и знания экономики окружающей среды и природопользования. «Зеленая» экономика заботится не только о росте и воспроизводстве таких факторов производства как капитал, трудовые ресурсы и информация, но также способствует возобновлению природных ресурсов [1].

Одним из приоритетных направлений развития «зеленой» экономики является рациональное использование водных ресурсов путём снижения удельного водопотребления, совершенствование механизма возмещения вреда, причиненного водным объектам (с учетом зарубежного опыта экономической оценки экосистемных услуг). Продолжатся строительство современных очистных сооружений и внедрение новых методов очистки сточных вод.

Конкретные шаги по внедрению «зеленых» инноваций нашей стране помогают реализовывать крупные международные финансовые организации. Хороший пример – масштабный проект «Зеленая» экономика в Беларуси», запущенный в рамках соглашения о финансировании между Беларусью и Европейским союзом.

Беларусь рассматривает «зеленую» экономику как важный инструмент обеспечения устойчивого развития безопасности страны и повышения конкурентоспособности белорусской продукции. Об этом свидетельствуют разработанные в Беларуси программные документы. Так, в Программе развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года, среди основных приоритетных направлений развития промышленного комплекса страны отдельно выделено формирование «зеленой» экономики, базирующейся на энергосбережении, внедрении экологических «зеленых» технологий,

возобновляемых и альтернативных источниках энергии, эффективных технологий переработки отходов по принципу экологической чистоты производства продукции в целях повышения ее конкурентоспособности.

Приверженность Республики Беларусь принципам «зеленой» экономики закреплена в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития на период до 2030 года и утвержденном в 2016 году постановлением Совета Министров, Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2020 года.

В Национальном плане определены основные направления развития «зеленой» экономики:

- создание электротранспорта (инфраструктуры) и городской мобильности;
- реализация концепции «умных» городов, развитие строительства энергоэффективных жилых домов и повышение энергоэффективности жилищного фонда;
- снижение энергоемкости валового внутреннего продукта, повышение энергоэффективности, в том числе за счет внедрения энергоэффективных технологий и материалов;
- повышение потенциала использования возобновляемых источников энергии;
- создание условий для производства органической продукции;
- развитие экологического туризма и др. [3].

Мероприятия Национального плана согласуются с приоритетными направлениями развития «зеленой» экономики, основываются на действующих госпрограммах и предусматривают выполнение международных обязательств Беларуси.

Системные вопросы долгосрочного развития «зеленой» экономики и достижения целей устойчивого Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года, подготовка которой будет осуществляться в 2018 – 2019 годах.

Задачам «зелёной» экономики отвечала и государственная и территориальная программы «Чистая вода» сроком реализации до 2015 года, по которой были введены в эксплуатацию 35 объектов водоснабжения и водоотведения, включая 12 станций обезжелезивания воды и 6 канализационных очистных сооружений [4].

Целями Государственной программы также являются повышение обеспеченности населения питьевой водой нормативного качества, сохранение окружающей среды. Для достижения указанных целей необходимо решить следующие задачи:

- повышение обеспеченности населения централизованным водоснабжением с питьевой водой нормативного качества;
- снижение вредного воздействия на окружающую среду путем строительства, реконструкции и модернизации очистных сооружений канализации.

В рамках развития «зеленой» экономики систем водоснабжения и водоотведения определены следующие: основные направления развития:

- 1) обеспечение централизованным водоснабжением с питьевой водой нормативного качества жителей городов и поселков городского типа;
- 2) обеспечение централизованным водоснабжением жителей агрогородков;
- 3) снижение потерь и неучтенных расходов воды из систем водоснабжения;
- 4) развитие систем хозяйственно-бытовой канализации населенных пунктов.

При реализации проектов по строительству и реконструкции систем водоснабжения и водоотведения в городах и поселках городского типа, направленных прежде всего на улучшение качества очистки питьевых и сточных вод, приоритетным будет использование услуг, включая проектирование, инжиниринг (мониторинг и техническая оценка работы сооружений и оборудования, подбор технологических схем и технологий при минимальных эксплуатационных расходах, подготовка технической документации к конкурсным торгам, последующие услуги и консультации), поставку и монтаж технологического оборудования, пусконаладочные работы, гарантийное и сервисное обслуживание и другое, что должно обеспечить единую ответственность за выход этих систем на проектные технологические и эксплуатационные параметры и экономию финансовых средств.

Ожидаемые результаты реализации Государственной программы:

- 1) обеспечение не менее 98 % населения областных и районных центров, городов областного подчинения и поселков городского типа централизованным водоснабжением с питьевой водой нормативного качества;
- 2) обеспечение не менее 80 % населения агрогородков централизованным водоснабжением;
- 3) снижение на 5 % потерь и неучтенных расходов воды из систем водоснабжения;
- 4) уменьшение сброса недостаточно очищенных сточных вод в водные объекты;
- 5) повышение обеспеченности централизованными и местными системами хозяйственно-бытового водоотведения городского населения.

Для перехода к «зеленой» экономике необходимы стимулирующие меры: льготное кредитование и налогообложение проектов по модернизации, субсидирование производителей энергии, получаемой из альтернативных источников, системы «зеленой» сертификации и т.д. Необходимо сформулировать законодательную базу и четкую систему мер правового регулирования для стимулирования и развития «зеленой» экономики Республики Беларусь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое зеленая экономика? [Электронный ресурс] // Экономика Беларуси. – 2018. – Режим доступа: <http://belarus-economy.by/ru/science-ru/view/chto-takoe-zelenaja-ekonomika-460>. – Дата доступа: 26.09.2018.
2. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 декабря 2016 №466 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.
3. Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2020 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь 21.12.2016 № 1061 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.
4. Государственная программа по водоснабжению и водоотведению «Чистая вода» на 2011-2015 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь 15.09.2011 № 1234. // Совет Министров Респ. Беларусь. – 2018 – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file4a18314a78f3e347.PDF>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 338.242.2

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЛИЯНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ
В ОТРАСЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ****Г.Н. ЯРЫГИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.В. ЗЕНЬКОВА)*

Систематизированы основные мировые технологические тренды в цифровом обеспечении промышленности. Они таковы: внедрение интеллектуальных датчиков в оборудование и производственные линии (индустриальный Интернет на основе Интернета вещей); массовое внедрение роботизированных технологий; хранение информации и проведение вычислений на распределенных серверах (облачные технологии); автоматизация и интеграция производственных и управленческих процессов в единую информационную систему; использование всей массы собираемых данных для формирования аналитики (технологии больших данных). Показаны конкретные примеры внедрения технологии индустриального интернета и его использования в логистике, сельском хозяйстве, машиностроении.

Внедрение новшеств и передовых технологий имеет решающее значение для поддержания конкурентоспособности компаний, помогают их развитию, создавая продукты и услуги, которые отличаются улучшенной качественной составляющей и проводят к получению большей прибыли. Без инновационных решений и технологического развития, большинство компаний будут основываться, в первую очередь, на снижении издержек, что не позволит им развиваться в долгосрочной перспективе. Сильная инновационная и технологичная производственная база ведет к долгосрочному экономическому процветанию и росту. Потенциал улучшения передовых технологий, продуктов и услуг, является ключевым компонентом общей стратегии будущего развития многих компаний и национальной экономики в целом. Развитие технологий вычислительной техники и цифровых телекоммуникаций все сильнее влияет на другие сферы деятельности человека. Основой практического применения новых цифровых технологий являются традиционные отрасли и виды деятельности. Определяющее значение в интеграции цифровой среды имеют приоритеты «прорывного» характера, которые формируют новое качество индустриальной основы производственных процессов. Такими являются технологии цифрового производства, связывающие потоки информации в единую систему ее получения, обработки, хранения и применения.

Такими можно назвать: системы искусственного интеллекта; суперкомпьютеры и квантовые компьютеры, которые обеспечат работу с массивами больших данных, в том числе путем использования облачных технологий; технологии, обеспечивающие реализацию концепцию организации общегосударственной сети и индустриальной сети; Применение цифрового производства направлено на получение комплексных решений для развития «умных производств», интеграцию информационных и коммуникационных технологий для управления инфраструктурой. Основными мировыми технологическими трендами в цифровом обеспечении промышленности являются:

- 1) внедрение интеллектуальных датчиков в оборудование и производственные линии (индустриальный Интернет на основе Интернета вещей);
- 2) массовое внедрение роботизированных технологий;
- 3) хранение информации и проведение вычислений на распределенных серверах (облачные технологии);
- 4) автоматизация и интеграция производственных и управленческих процессов в единую информационную систему;
- 5) использование всей массы собираемых данных для формирования аналитики (технологии больших данных);
- 6) применение технологий наращивания материалов взамен среза (аддитивные технологии, 3D-печать);
- 7) автоматизация сервисов по заказу и прямой поставке сырья (материалов, комплектующих) производителям и готовой продукции – потребителям;
- 8) применение беспилотных технологий в транспортных системах, в том числе для доставки промышленных товаров;
- 9) применение мобильных технологий для мониторинга, контроля и управления процессами на производстве.

С развитием индустриального интернета представится возможность повысить производительность труда и оптимизировать бизнес-процессы за счет интеграции ИТ-систем и производственных систем, надежного ввода данных и создания сквозных процессов сбора и анализа информации на всех этапах.

Для выхода на международные рынки компаниям необходим переход к цифровому производству - оснащению изделия датчиками и созданию его цифрового образа, что обеспечивает целостность информации о процессе изготовления и дальнейшей эксплуатации изделия. В результате становится возможным переход к сервисной модели бизнеса, в рамках которой компании предлагают не продукт, а определенный уровень услуг, связанных с его использованием. Цифровое производство также позволяет осуществлять быстрое изготовление нестандартных вещей. Беларусь постоянно развивается в таких сферах как энергетика, строительство, розничная торговля, здравоохранение, сельское хозяйство и другие.

Можно привести несколько конкретных примеров внедрения технологии индустриального интернета и его использования в других отраслях:

Логистика. Использование технологий интернета вещей для мониторинга передвижения груза и состояния объекта в режиме реального времени помогает ускорить и удешевить доставку товаров. Интеграция данных о перемещении грузов с другими источниками информации, например, состоянием дорожно-ремонтных работ или метеоусловиями, добавляет возможности оптимизации за счет взаимодействия с организациями и компаниями, которые непосредственно не участвуют в логистическом процессе.

Сельское хозяйство. Модернизация уже работающих аграрных компаний и создание новых может сразу строиться по принципу умного производства, с использованием датчиков на всем жизненном цикле продукции, от выращивания до доставки конечному потребителю. Внедрение технологий умного агропроизводства крупными холдингами, и поддержка данной инициативы правительством помогут создать базу для дальнейшего использования этих технологий малыми и средними предприятиями отрасли.

Машиностроение. Оцифровка сложного оборудования, мониторинг его работы и построение модели поведения оборудования делают процесс эксплуатации более предсказуемым. Это сокращает затраты на ремонт, хранение запасов на складах и время обслуживания. Эксплуатация установок становится все более интеллектуальной, в некоторых случаях участие человека сводится к минимуму, и следующим шагом становится роботизация производства. Уменьшение влияния человеческого фактора повышает надежность выпускаемых изделий и их эксплуатации. Кроме того, создание цифрового двойника изделий является важным шагом для компаний, собирающихся выводить свою продукцию на международные рынки

Внедрение в производство робототехники – одно из самых передовых направлений науки и техники, которое занимается разработкой автоматизированных технических систем и является важнейшей технической основой развития производства. Процесс роботизации производства помогает снизить влияние человеческого фактора и достичь наилучшего качественного и количественного показателя выпускаемой продукции за счет точности работы и стойкости к воздействию внешних факторов. Промышленные роботы — это очень гибкий инструмент, позволяющий решать многие комплексные задачи и рутинные, такие как сортировка, упаковка, сварка, резка, покраска и другие процессы, требующие больших трудовых и временных затрат. Новой тенденцией в внедрении роботов на производство являются коллаборативные роботы (коботы). Это недорогой, легкий в установке и использовании, а также в перенастройке роботов. Безопасен для тех, кто находится рядом с ним. Главным экономическим фактором, зависящим от внедрения роботов в производства, является сокращение рабочего персонала и потребность в высококвалифицированных кадрах, которые занимались бы диагностикой, контролем и обслуживанием автоматизированных устройств. Это является минусом при непосредственном процессе внедрения, но имеет положительный потенциал увеличения высокообразованного персонала в будущей перспективе. Облачные вычисления или облачные технологии – это информационная технология распределенной обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как интернет-сервис

Облако само по себе является достаточно надежной системой, однако при проникновении в него злоумышленник получает доступ к огромному хранилищу данных. В последнее время сделано очень многое для обеспечения безопасности облаков. Создан стандарт безопасности для облачных провайдеров – ISO 27001. Создана многоуровневая система сертификации облачных провайдеров – CSA Open Certification Framework. Заказчики облачных услуг должны требовать от провайдера соответствия стандарту и прохождения соответствующей сертификации

Необходимость в грамотной и актуальной бизнес-информации, основанной на текущем положении вещей, на производстве, находит отражение в уменьшении как временных, так финансовых издержек. Поэтому инновационные подходы в интеграции производственных и управленческих информационных систем (ИС) на предприятии имеют важное значение в развитии передовых ИТ-услуг. Интеграция не является процессом банального слияния баз данных – это сложный технологический направленный на сокращение транзакционных издержек, а именно затрат на сбор информации, увеличение скорости доступа к ней и ускорение ее обработки, а также на повышение качества учета и управления на предприятии. Объединение сложных автоматизированных систем влечет за собой перенастройку работы всех подразделений, охвачены ли они интеграцией напрямую или так или иначе зависят от интегрируемых

систем, изменение значительной части процессов функционирования организации и, в ряде случаев, коренное изменение взаимоотношений сотрудников.

Аддитивное производство уже давно перешло из разряда «зарождающейся технологии» в передовую инновацию. Аддитивное производство – это процесс изготовления детали или объекта путем послойного соединения материалов на основе исходной цифровой 3D- модели. В действительности, это комплекс технологий, которые работают с разными материалами и устройствами, используют множество принципов, решают большой спектр задач. Именно послойное соединение вещества вызывает ряд преимуществ по сравнению с традиционными методами обработки: снижение трудоемкости, материалоемкости, энергоемкости и сроков изготовления, повышение качества и гибкость производства. Все стадии реализации проекта в аддитивном производстве от идеи до выпуска готовой продукции находятся в единой технологической цепи, где каждая операция выполняется в цифровой CAD\CAM\CAE-системе. Вся работа ведется в безбумажном виде, минуя стадию составления двумерного чертежа, сразу строится 3D-модель и отправляется в печать.

Компании, которые управляют активами, расположенными на обширных территориях, давно сталкиваются с проблемами и задачами мобильности и высокого качества информации, которые могут быть решены с помощью технологий беспилотных устройств. Интеграция таких устройств в ежедневный операционный процесс поможет создать большие преимущества при выполнении проектов крупного капитального строительства, в управлении инфраструктурой и в сельском хозяйстве.

Мобильные технологии все чаще и более глубоко внедряются в промышленные комплексы, поскольку с их помощью можно получать полный и быстрый доступ к важной информации и приложениям, обеспечивающих стабильную работу предприятия. Мониторинг и управление с помощью мобильных технологий тесно пересекается с индустриальным интернетом вещей и облачными технологиями.

ИТ фактор становится фактором экономического роста только при наличии целого ряда значимых дополнительных условий, способствующих внедрению ИТ, позволяющих наиболее полно использовать эти технологии, превратить ИТ- фактор из потенциального в реальный. Эти условия носят, как традиционно экономический, так и институциональный характер.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегия «Наука и технологии: 2018 – 2040 гг.» / Национальная академия наук Республики Беларусь от 7.04.2017 г. // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017.
2. Семеновская, Е. Индустриальный интернет вещей. Перспективы Российского рынка / Елена Семеновская. – М. : International Data Corporation, 2016. – (Обзорная информация / ПАО «Ростелеком».)
3. RoboTrends [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://robotrends.ru/robotpedia/katalog-kollaborativnyh-robotov/>. – Дата доступа: 28.05.2018.
4. Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк. – М. : Дело АНХ, 2008. – С. 510–514.
5. Летко, Е.Н. Факторы и сценарии развития ИТ-сектора Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Е.Н. Летко. – 2015. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/114641>.
6. Карачун, И.А. Институциональные последствия внедрения финтех-инноваций [Электронный ресурс] // Методологические основы и научно-практические положения институционального прогнозирования и планирования в системе государственного регулирования экономики : материалы международного науч.-практ. круглого стола, Симферополь, 29 нояб. 2017 г. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/194311>.

УДК 338.242.2

**МОДЕЛИ И КОНЦЕПЦИИ ВНЕДРЕНИЯ
ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ ИТ-ОТРАСЛЬ****Г.Н. ЯРЫГИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.В. ЗЕНЬКОВА)*

Рассмотрены модели внедрения инноваций. Сделан вывод о том, что нельзя выбрать некоторую оптимальную модель внедрения инноваций, так как она может выразить неполную эффективность, либо противоположный результат для разного рода компаний и предприятий. Для нахождения наиболее подходящей модели необходимо ориентироваться на особенности, миссию и стратегию развития конкретной компании.

ИТ-компании имеют крепкую социально-экономическую основу, так как являются производственным и информационным двигателем во многих традиционных сферах промышленности. Большинство секторов ИТ направлено на передачу, определённых услуг или продуктов производственной предпринимательской деятельности другим компаниям. Другими словами, деятельность ИТ-индустрии направлена непосредственно на создание новых технологических решений, потребителями которых являются различного рода компании и производства. Этот фактор и выделяет информационные технологии от традиционных индустриальных областей, так как ИТ-компании должны постоянно работать над разработкой и созданием новых или улучшенных систем. Из-за этого прослеживается прямая связь между инновациями в ИТ и технологиями в производстве.

Поэтому следует рассмотреть существующие модели внедрения инновационных процессов. Инновационным процессом считают процесс создания, освоения и распространения новшеств. Существует ряд базовых моделей внедрения инновационных процессов, которые находят широкое применение в экономической деятельности, хотя и разработаны они в конце 20 – начале 21 века. Но для более полного анализа следует также рассмотреть и другие инновационные модели, которые разрабатываются в настоящее время или получили не столь большое распространение.

Концепция Transilience maps, выведенная профессорами Абернети и Кларком, в 1985 году определяет способность инновационной деятельности предприятия влиять на нынешний уровень производства и маркетинга. Значение transilience складывается из слов transient – переходный и resilience – сопротивление, что отражает влияние различных инновационных продуктов на конкурентную ситуацию в конкретной отрасли:

1. Революционные инновации. Это те инновации, которые приводят к устареванию существующие технологии и производственные возможности, но все еще предназначены для существующих рынков и клиентов. Среди таких преобладают инновации «технологического толчка». Для изменения конкурентной позиции необходимы инвестиции в создание новых технологий совместно с агрессивной маркетинговой позицией.

2. Регулярные инновации. Сюда относятся изменения в существующих технологиях и производственных возможностях, которые выводятся на существующие рынки. Регулярные инновации часто не заметны, но могут иметь значительный совокупный эффект, отражающийся на стоимости продуктов и производительности. Приоритетом регулярных инноваций является достижение больших объемов производства для поддержания экономии при масштабном производстве. Направление таких инноваций оказывается на повышение качества, улучшение характеристик продуктов и устранению слабых мест в производственном процессе.

3. Создание ниши. Сюда относится возможность открытия новых рынков на основе существующих технологий. Эффект, который образуется благодаря этому сектору, отражается в сохранении и укреплении существующих производственных и технических систем. Инновации этого типа также связаны со значимым внедрением новых продуктов, активной конкуренцией на основе особенностей, технических улучшений. Менеджеры компании должны быстро и гибко принимать во внимание новые возможности для того, чтобы держаться впереди конкурентов и извлекать больше прибыли.

4. Архитектурные инновации. В основе архитектурных инноваций лежит использование новых концепций в технологиях для создания новых рынков. Новые технологии, которые отличаются от существующих производственных систем, способны создавать новые сектора индустрии или же видоизменять уже существующие, которые не приносят значимых результатов. Инновации этой группы определяют основные конфигурации продукта и процесса, и устанавливают технические и рыночные правила, которые определяют дальнейшее развитие. Руководство должно постоянно отслеживать развитие новых

технологий и следить за настоящими потребностями рынка, чтобы своевременно и успешно их удовлетворять.

В 1986 году была предложена модель авторов Стефана Клайна и Натана Розенберга в издании «An overview of innovation», которая получила название цепной модели инновационного процесса. Эта модель выделяет пять основных взаимосвязанных цепей инновационного процесса. Можно кратко описать каждую взаимосвязь цепной модели в отдельности. Первая цепь (центральная) описывает инновационный процесс, который разделён на пять стадий. Начинается инновационный процесс с определения потребности на потенциальном рынке. На следующей стадии создаётся изобретение и / или аналитический проект нового процесса или услуги. На третьей стадии происходит детальное проектирование и испытание нового продукта или процесса. На четвёртой стадии проект окончательно корректируется и попадает в полномасштабное производство. И заканчивается инновационный процесс выводом инновации на рынок. Вторая цепь характеризует обратные связи на протяжении центральной цепи. Она включает в себя в петли обратной связи, идущие от потребителей или будущих пользователей инновации. Эти связи определяют непрерывную деятельность на различных стадиях инновационного процесса. Третья цепь, характеризует взаимосвязь между инновационным процессом и фундаментальными исследованиями. Она отражает создание, открытие, проверку, реорганизацию и распространение знаний. Четвёртая цепь инновационного процесса, в качестве источников инноваций в первую очередь выделяет область существующих знаний и во вторую очередь – новые фундаментальные исследования, если существующие знания не могут решить проблем, возникающих на протяжении центральной цепи инновационного процесса. Пятая цепь инноваций, отражает возможности, открываемые инновациями для прогресса научного знания. Это можно обозначить развитием более быстрых микропроцессоров или медицинских инструментов, необходимых для выполнения специфических фундаментальных исследований. Достоинством цепной модели является описание многообразия источников инноваций, к которым можно отнести результаты научных исследований, позволяющие добиться новых знаний для обеспечения инновационной деятельности; работа над удовлетворением потребностей рынка; приумножение знаний путем изучения внешнего окружения или путем опытной деятельности самой компании.

Модель интегрированных бизнес-процессов. В данной модели большое внимание уделялось интеграции исследований и разработок с производством и на более тесное сотрудничество с поставщиками и покупателями. Идея заключается в объединении различных подразделений предприятия для создания нового продукта общими усилиями. Это позволит предприятию уменьшать срок разработки нового продукта при одновременном снижении издержек. Наблюдается также заметное увеличение партнерских и трудовых отношений между различными предприятиями, которое проявляется в создании совместных предприятий или стратегических альянсов. Эффективность инновационной деятельности имеет особое значение в тех случаях, когда организовывается тесное сотрудничество между отделом исследований и разработок, техническим, производственным, маркетинговым и финансовым подразделениями компании. Модель интегрированных бизнес-процессов в большой степени опирается на опыт введения дел японских компаний, которые активно и широко используют результаты работы междисциплинарных групп и ещё на ранних стадиях общаются с потребителями и выясняют их мнение по поводу разрабатываемых новшеств. Самым важным ее достоинством является скорость реализации технической идеи и превращения ее в готовую продукцию по средствам одновременной работы над идеей нескольких групп специалистов, действующих в нескольких направлениях.

Условием долгосрочного развития предприятия является ориентация на удовлетворение перспективных потребностей рынка, что соблюдается концепцией стратегической организации инновационной деятельности предприятия. Данная концепция направлена на обеспечение стабильной конкурентоспособности за счет проведения инновационной деятельности на основе постоянного осуществления стратегического анализа ситуации на рынке, определения перспектив разрабатываемой инновации, сосредоточения ресурсов и усилий на наиболее привлекательных направлениях инновационной деятельности. Перечисленные операции, также позволяют достичь, обеспечение функционирования инновационной деятельности в долгосрочной перспективе. В основу стратегии инновационной деятельности должно быть положено развитие партнёрства, совместный маркетинг, переход к «открытым инновациям». Использование такой концепции позволит предприятию повысить качество принимаемых управленческих решений и обеспечит повышение эффективности инновационной деятельности за счет сокращения затрат времени на разработку и внедрение новшества, следовательно, и минимизации затрат материальных и финансовых ресурсов.

Модель инновационного процесса «Ворота» представляет собой четко структурированный процесс разработки нового продукта, предложенный канадским профессором Робертом Купером в 1986 году. Модель описывает процесс разработки нового продукта, в основе которого лежит система, состоящая из последовательных этапов и «ворот» проекта. Здесь особое внимание уделяется процессу принятия решения. Инновационный процесс является линейным, что исключает возможность возврата на преды-

дущие этапы, но каждый этап представляет собой набор параллельных действий, выполняемых междисциплинарными командами

В 1992 году была разработана модель инновационного процесса «Воронка» экономистами Стивенем Уилрайтом и Кимом Кларком. Данная модель направлена на процесс отбора идей из большого числа вариантов, путем грамотного анализа и оценки, и преобразование их в конечный продукт. Основными задачами при выборе такого подхода являются расширение базы знаний и доступа к информации, что позволит производить большее количество инновационных идей (расширение входа) и уменьшение идей на этапе разработки путем эффективного отбора идей, исходя из технологических и финансовых критериев предприятия (сужение выхода). Такой подход выгоден для больших, интенсивно развивающихся и технологически развитых фирм. Достоинства данной модели проявляются в направленности на расширения количества инновационных идей и тщательном их анализе, что дает малые риски провала и экономию ресурсов. Такой моделью могут пользоваться только большие, быстро развивающиеся предприятия, поскольку небольшие компании с ограниченными ресурсами или компании на начальной стадии развития обычно строятся вокруг единственной идеи.

Рассмотренные модели внедрения инноваций являются продуманными стратегическими решениями, которые имели и имеют опытную и практическую реализацию. Нельзя выбрать некоторую оптимальную модель внедрения инноваций, так как она может выражать неполную эффективность, либо противоположный результат для разного рода компаний и предприятий. Для нахождения наиболее подходящей модели необходимо ориентироваться на особенности, миссию и стратегию развития конкретной компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегия «Наука и технологии: 2018 – 2040 гг.» / Национальная академия наук Республики Беларусь от 7.04.2017 г. // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017.
2. Семеновская, Е. Индустриальный интернет вещей. Перспективы Российского рынка / Елена Семеновская. – М. : International Data Corporation, 2016. – (Обзорная информация / ПАО «Ростелеком».)
3. RoboTrends [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://robotrends.ru/robopedia/katalog-kollaborativnyh-robotov/>. – Дата доступа: 28.05.2018.
4. Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк. – М. : Дело АНХ, 2008. – С. 510–514.
5. Летко, Е.Н. Факторы и сценарии развития ИТ-сектора Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Е.Н. Летко. – 2015. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/114641>.
6. Карачун, И.А. Институциональные последствия внедрения финтех-инноваций [Электронный ресурс] // Методологические основы и научно-практические положения институционального прогнозирования и планирования в системе государственного регулирования экономики : материалы междунар. науч.-практ. круглого стола, Симферополь, 29 нояб. 2017 г. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/194311>.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 338:502.3

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

М.А. БОРЕЙКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.А. БОРЕЙКО)

Проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности понятия «экологическая безопасность», проведен анализ и опеределены понятия, которые наиболее точно отражают содержание вышеуказанных определений.

Актуальность проблемы экологической безопасности личности и государства обусловлена тем, что в современных цивилизованных демократических государствах, наряду с прогрессивными сдвигами в обеспечении безопасности индивида, начинает расширяться диапазон опасностей, связанных с вхождением этих государств в поле повышенного техногенного и социально-экологического риска. Во всем мире, в том числе в богатых промышленно развитых странах, расширяются зоны хозяйственной, экономической деятельности, выпадающие из сферы, регулируемой правовыми нормами и законами. Это означает повышение уровня опасности, экологических угроз в региональном, а затем и в глобальном масштабе, как для государства, так и для отдельных граждан. Диапазон экологических опасностей возрастает не только за счет техногенных, но и за счет происходящих социальных или же политических изменений.

С каждым годом отрицательное воздействие промышленности на окружающую среду увеличивается, а экологическая безопасность игнорируется многими производствами.

Экологическая безопасность всегда должна быть в постоянном контроле и регулировании, для того чтобы количество экологических проблем уменьшилось. Однако экологическая безопасность продумана в теории и это влияет на уровень ее обеспечения.

История становления теории и практики административно-правового обеспечения экологической безопасности органически связана с предпосылками возникновения и развития природоохрнительного законодательства и его отдельных направлений: охраны лесов, недр и иных природных ресурсов [1].

Решение проблемы обеспечения экологической безопасности связано с выбором концепции развития. В настоящее время, несмотря на разнообразие мнений, гипотез и моделей, реально конкурируют две концепции развития мира с позиций возникших экологических проблем: техногенная и биосферная.

Согласно первой концепции, которую условно можно назвать ресурсной или техногенной, человечество может решить все экологические проблемы и обеспечить экологическую безопасность чисто технологическими средствами, т.е. меняя и исправляя хозяйство на основе новых технологий и не устанавливая ограничений по объему используемых ресурсов, экономическому росту и росту населения. Она имеет широкий спектр оттенков, начиная с полного отрицания существования какой-либо экологической опасности, кроме локальных случаев (это прямо противоречит наблюдаемым и документированным глобальным изменениям), провозглашения отсутствия пределов развития и кончая призывами перейти к устойчивому развитию, понимаемому как удовлетворение потребностей настоящего и будущих поколений людей, т.е. фактически попытками совместить сохранение естественной окружающей среды с экономическим ростом (в его традиционном понимании) и естественным ростом населения. Экологические проблемы в рамках этой концепции нередко представляются временным явлением, обусловленным «небалансированным использованием технологий», которое будет преодолено в близком или отдаленном будущем. Именно в рамках этой концепции сформировалось современное направление конкретной природоохранной деятельности как системы локальных очисток среды от загрязнения и нормирования показателей качества окружающей среды по узкому (несколько десятков) набору показателей, а также внедрения ресурсосберегающих технологий.

Техногенная концепция не имеет разработанной теоретической базы. Она представляет лишь распространение имеющегося у человечества опыта на ближайшее и отдаленное будущее. Модели, создающиеся в рамках этой концепции, в экологическом аспекте задают произвольные начальные условия с некоторыми предположениями относительно будущего развития. Подобные предположения

используются и для других входных параметров – ресурсов, продовольствия, населения, региональных особенностей и так далее.

Вторая концепция – биосферная, говорит о том, что экологическая безопасность должна обеспечиваться опираясь на теоретическую базу и осмысление экологии. В данной идеологии за принцип принята биотическая регуляция. Экологическая безопасность с этой точки зрения должна обеспечиваться на основе накопленных экспериментальных знаний, в соответствии с законами физики и биологии. Теория этой концепции определяет, что экологическая безопасность должна поддерживаться биотической устойчивостью окружающей среды [2].

Кроме того, достижение устойчивого развития – одна из наиболее актуальных проблем, стоящих перед всеми странами мира. Цель – обеспечить экономический подъем и одновременно защитить ресурсную базу и окружающую среду с учетом интересов будущих поколений [3].

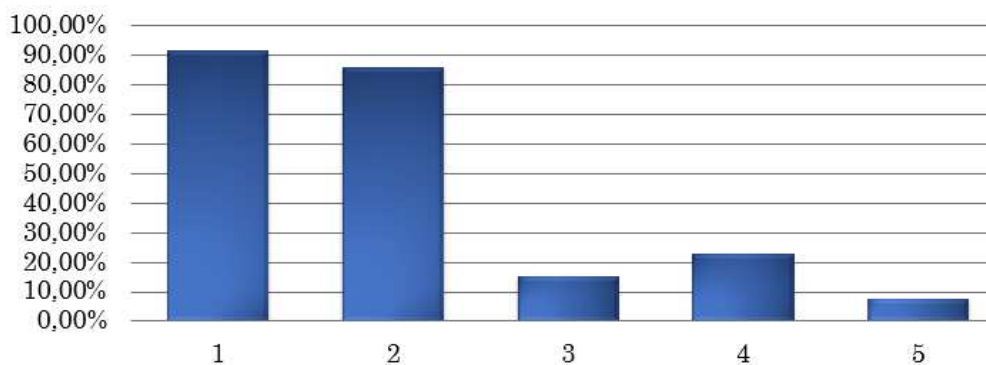
Государственная политика Республики Беларусь в области охраны окружающей среды в соответствии с Конституцией Республики Беларусь направлена на обеспечение прав граждан на благоприятную окружающую среду как основного условия устойчивого социального и экономического развития страны.

В Республике Беларусь была разработана Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренная на заседании Президиума Совета Министров Республики Беларусь 10 февраля 2015 г., в целях совершенствования организационных, экономических, технических и технологических условий, обеспечивающих улучшение экологической обстановки в Республике Беларусь. Государственная программа соответствует приоритету социально-экономического развития «Обеспечение эффективной занятости и развитие человеческого потенциала ("Занятость")», определенному распоряжением Стратегии устойчивого развития Беларуси до 2030 года, специалисты назвали экологизацию национального производства и обеспечение экологической безопасности основными направлениями [4].

Проблема перехода к устойчивому развитию заключается в том, что, с одной стороны, имеются достаточно явные экологические проблемы и вполне осознаваемая проблема исчерпаемости природных ресурсов, а, с другой стороны, даже на теоретическом уровне отсутствуют ясные способы решения этих проблемы экономически целесообразным образом [5].

Исходя из этого, будем рассматривать понятие «Экологическая безопасность» как одно из составляющих устойчивого развития Беларуси.

Проанализировав подходы разных авторов к сущности понятия «Экологическая безопасность», нами была составлена диаграмма (рис.).



1. **Негативное воздействие на окружающую среду - 91,2%**
2. **Состояние защищенности окружающей среды - 85,7%**
3. **Достижение условий сбалансированного сосуществования окружающей среды - 15,2%**
1. **Система регулирования - 22,8%**
2. **Составляющая национальной безопасности - 7,6%**

Рисунок. – Анализ сущности «Экологическая безопасность»

На основании проведенного исследования было сформулировано следующее определение экологической безопасности. Экологическая безопасность – это состояние защищенности окружающей среды от угроз, возникающих в результате антропогенных и природных воздействий на нее, а также одна из составляющих программы устойчивого развития экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Масленникова, И.С. Управление экологической безопасностью и рациональным использованием природных ресурсов : учеб. пособие / И.С. Масленникова, В.В. Горбунова. – СПб. : СПбГИЭУ, 2007. – 497 с.
2. Бурков, В.Н. Экологическая безопасность / В.Н. Бурков, А.В. Щепкин. – М. : ИПУ РАН, 2003. – 92 с.
3. Устойчивое развитие: региональные аспекты : сб. материалов VIII регион. науч.-практ. конф. молодых ученых, Брест, 18 нояб. 2016 г. / Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина ; редкол.: И.В. Абрамова, Т.А. Шелест, А.Д. Панько. – Брест : БрГУ, 2017. 357 с.
4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Респ. Беларусь до 2030 г. / М-во экономики Респ. Беларусь. – Минск, 2015. – 143 с.
5. Путь в XXI век: стратегические проблемы и перспективы российской экономики [Текст] / рук. авт. коллектива: Д.С. Львов. – М. : Экономика, 2009. – (гл. 19, разд. 4).

УДК 338:502.3

**СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОТХОДОВ КАК
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ****М.А. БОРЕЙКО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.А. БОРЕЙКО)*

Проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности понятий «отходы», «производственные отходы», проведен анализ и исследованы понятия, которые наиболее точно отражают содержание вышеуказанных определений.

Противостояние экономики и экологии – одна из узловых проблем охраны природы. Долгое время ее пытались решить административно-правовым путем на основе запретов, ограничений, административных и уголовных наказаний и так далее.

Государственная политика Республики Беларусь в области охраны окружающей среды направлена на обеспечение прав граждан на благоприятную окружающую среду как основного условия устойчивого социального и экономического развития страны.

В Республике Беларусь была разработана Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, которую специалисты назвали экологизацией национального производства и обеспечение экологической безопасности [1].

Сегодня разработаны некоторые экономические механизмы, опирающиеся на материальную заинтересованность исполнителя в решении природоохранных задач [2].

Кадастры природных ресурсов – это своды экономических, экологических, организационных и технических показателей, характеризующих количество и качество природного ресурса, а также категории природопользователей. Кадастры составляются по видам природных ресурсов: земельный, лесной, водный и др. На базе их данных определяются денежная стоимость природного ресурса, продажная цена, система мер по его оздоровлению и восстановлению.

Финансовое и материально-техническое обеспечение. Закон охраны окружающей природной среды называет несколько источников финансирования охраны окружающей природной среды: государственный бюджет, внебюджетные экологические фонды, средства предприятий, учреждений и организаций. Мероприятия по охране окружающей природной среды и природопользованию осуществляются на основе государственной экологической программы с учетом природно-ресурсного потенциала отдельных регионов.

Платы за пользование природными ресурсами и загрязнение окружающей среды – институт, введенный в период рыночной реформы после отмены исключительной государственной собственности на землю и другие ресурсы и превращения их в объекты гражданско-правовых сделок. Предполагается, что платность природных ресурсов повысит материальную заинтересованность производителей в их эффективном использовании и сохранении, появятся дополнительные средства на их восстановление и воспроизводство.

Экологические фонды – внебюджетные государственные фонды, создающиеся для решения неотложных природоохранительных задач, восстановления природной среды, компенсации причиненного вреда.

Экономическое стимулирование – система мер, использующая материальные средства с целью побуждать участников производства трудиться для создания общественного продукта.

Определение термина «отходы» содержится в Законе Республики Беларусь № 271-3 «Об обращении с отходами» от 20.07.2007, принятом Палатой представителей. Так, согласно статье 1 вышеуказанного Закона, под отходами понимаются вещества или предметы, образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, жизнедеятельности человека и не имеющие определенного предназначения по месту их образования либо утратившие полностью или частично свои потребительские свойства [3].

Различные авторы по-разному дают определение понятия «отходы». Проведя анализ различных определений, отходы – это вещества или предметы образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, жизнедеятельности человека и не имеющие определенного предназначения по месту их образования либо утратившие полностью или частично свои потребительские свойства, а также вещества остающиеся в процессе производства продукты, которые не могут быть подвергнуты полной утилизации.

В Законе Республики Беларусь «Об обращении с отходами» в качестве объектов правового регулирования рассматриваются не только сами отходы, но и порядок обращения с ними. Согласно статье 1 Закона Республики Беларусь «Об обращении с отходами», обращение с отходами – это деятельность,

связанная с образованием отходов, их сбором, разделением по видам отходов, удалением, хранением, захоронением, перевозкой, обезвреживанием и (или) использованием отходов.

Понятие «отходы» тесно связано с понятием «обращение с отходами», поэтому нами были рассмотрены различные подходы к сущности данного определения.

На основании проведенного исследования было сформулирована следующее определение, обращение с отходами – это деятельность, связанная с образованием отходов, их сбором, разделением по видам отходов, удалением, учетом, хранением, захоронением, перевозкой, обезвреживанием и (или) использованием отходов (рис.).

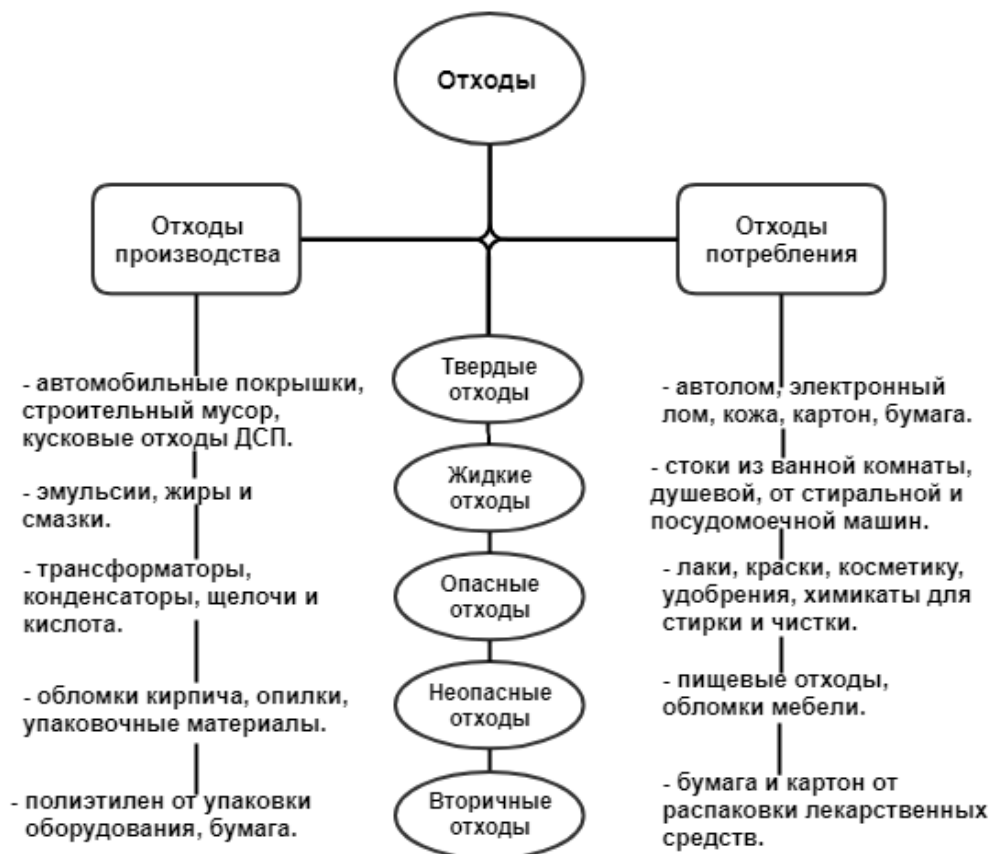


Рисунок. – Классификация отходов

Примечание: собственная разработка на основе изученной литературы.

Отходы производства – отходы, образующиеся в процессе осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями экономической деятельности (производства продукции, энергии, выполнения работ, оказания услуг), побочные и сопутствующие продукты добычи и обогащения полезных ископаемых.

Отходы потребления – отходы, образующиеся в процессе жизнедеятельности человека, не связанной с осуществлением экономической деятельности, отходы, образующиеся в гаражных кооперативах, садоводческих товариществах и иных потребительских кооперативах, а также уличный и дворовый смет, образующийся на территориях общего пользования населенных пунктов.

Коммунальные отходы – отходы потребления и отходы производства, включенные в утверждаемый Министерством жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь перечень отходов, относящихся к коммунальным отходам, удаление которых организуют местные исполнительные и распорядительные органы.

Твердые бытовые отходы – это товары и предметы потребления (включая их фрагменты), которые утратили свои первоначальные свойства и были выброшены их владельцем. Наряду с твердыми промышленными отходами, они представляют большую угрозу для окружающей среды и подлежат переработке.

К жидким отходам относятся осадки сточных вод после их обработки, а также шламы минерального и органического происхождения в системах мокрой очистки газов.

Опасные отходы – это отходы, обладающие свойствами (токсичностью, взрыво и пожароопасностью, высокой реакционной способностью) или содержанием возбудителей инфекционных заболеваний, которые могут представлять непосредственную или потенциальную опасность для окружающей среды и здоровья человека самостоятельно или при вступлении в контакт с другими веществами.

Вторичные материальные ресурсы – материалы и изделия, которые после первоначального использования могут применяться повторно в производстве как исходное сырье или изделие; являются источником дополнительных материально-технических ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Респ. Беларусь до 2030 г. / М-во экономики Респ. Беларусь. – Минск, 2015. – 143 с.
2. Цыпарков, Н.Г. Экологическое право : учеб.-метод. комплекс / Николай Григорьевич Цыпарков. – Минск : Изд-во МИУ, 2004. – 206 с.
3. Об обращении с отходами : Закон Республики Беларусь от 20 июля 2007 г. № 371-З.

УДК 657

**ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ВОЗВРАТНЫХ ОТХОДОВ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ****Е.И. ВЕРТИНСКАЯ****(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.В. ПРИМАКОВА)**

Учет и оценка возвратных отходов до сих пор четко не регламентированы, поэтому на практике наблюдается диссонанс. Величина отходов производства уменьшает затраты на основную продукцию, поэтому данная статья вычитается из стоимости материалов. Почему так важно правильно отличать возвратные отходы от других видов материально-производственных запасов? Данный вопрос требует пристального внимания – от правильной квалификации отходов зависит величина себестоимости продукции и налогооблагаемая база для целей исчисления налога на прибыль.

Поскольку стоимость возвратных отходов в общей стоимости первоначальных материалов уже была списана на производство, то необходимо произвести обратную корректировку. Иными словами, сумма материальных расходов должна быть уменьшена на стоимость возвратных отходов. В силу Постановления Министерства промышленности Республики Беларусь от 5 июня 2015 г. № 273 «Об утверждении Методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) в промышленных организациях системы Министерства промышленности Республики Беларусь», стоимость возвратных отходов вычитается из суммы материальных затрат, тем самым уменьшая их [1].

Соответственно перед бухгалтером организации встает вопрос о порядке оценки стоимости полученных отходов. По мнению Белюсевой Л. М. возвратные отходы могут оцениваться в следующем порядке:

– по понижающей цене исходного материального ресурса (по цене возможного использования), если отходы могут быть использованы для основного производства, но с повышенными затратами (пониженным выходом готовой продукции) или для нужд вспомогательного производства, изготовления предметов широкого потребления (товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода) либо реализованы на сторону;

– по полной цене исходного материального ресурса, если отходы реализуются на сторону для использования в качестве полноценного ресурса;

– по действующей цене на отходы за вычетом расходов на сбор и обработку, когда отходы идут в переработку внутри организации или сдаются на сторону [2].

Таким образом, порядок оценки возвратных отходов связан с направлением их дальнейшего использования. Отходы, образующиеся в подразделениях организации, собираются в установленном порядке и сдаются на склады с указанием их наименования и количества. Стоимость отходов определяется организацией исходя из сложившихся цен на лом, утиль, ветошь и т.п. (т.е. по цене возможного использования или продажи). Учет отходов должен способствовать обеспечению контроля за их сохранностью и использованием. Стоимость учтенных отходов относится в уменьшение стоимости материалов, отпущенных в производство.

Согласно постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 г. № 50 «Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета», возвратные отходы принимаются к учету по дебету счета 10 «Материалы», субсчет 10-6 «Прочие материалы», и кредиту счета 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство» и др.

На субсчете 10-6 «Прочие материалы» учитывается наличие и движение отходов производства (обрубки, обрезки, бой кирпича, стружка и т.п.), неисправимого брака, материальных ценностей, полученных от выбытия основных средств, которые не могут быть использованы как материалы, топливо или запасные части в данной организации (металлолом, утильсырьё), изношенных шин и утильной резины и т.п. Отходы производства и вторичные материальные ценности, используемые как твердое топливо, учитываются на субсчете 10-3 «Топливо» [3]. Порядок учета возвратных отходов рассмотрим на примере.

Пример 1.

Организация деревообработки «А» в сентябре текущего года передала в производство 500 кубических метров древесины по цене 30 руб. за 1 кубический метр. Общая стоимость переданной древесины 15 000 руб.

Возвратные отходы при производстве готовой продукции (мебели) составили 50 кубических метров, которые используются во вспомогательном производстве. Для целей налогообложения прибыли

возвратные отходы оцениваются по цене возможного использования. Экспертной оценкой было установлено, что цена возможного использования возвратных отходов меньше полной цены исходного материального ресурса на 47%. В данном случае, эта цена составляет 16 руб. за 1 кубический метр. Бухгалтер организации «А» данные хозяйственные операции отразит следующим образом (табл. 1) [4]:

Таблица 1. – Корреспонденция счетов

<i>Дебет</i>	<i>Кредит</i>	<i>Сумма, руб.</i>	<i>Содержание хозяйственной операции</i>
20	10	15 000	Передана в производство древесина
10-6	20	$(50 \cdot 16) = 800$	Приняты к учету возвратные отходы

Примечание: разработано автором на основе источника [4].

Пример 2.

Организация деревообработки «Б» в ноябре текущего года передала в производство 400 кубических метров древесины по цене 35 руб. за 1 кубический метр. Общая стоимость переданной древесины 14 000 руб.

Возвратные отходы при производстве готовой продукции (мебели) составили 70 кубических метров. Для целей налогообложения прибыли возвратные отходы оцениваются по полной цене исходного материального ресурса, т. к. они реализуются на сторону для использования в качестве полноценного ресурса. Организация реализовала 65 кубических метров возвратных отходов, причем выручка от реализации составила 5 500 руб. Бухгалтер организации «Б» данные хозяйственные операции отразит следующим образом (табл. 2) [4]:

Таблица 2. – Корреспонденция счетов

<i>Дебет</i>	<i>Кредит</i>	<i>Сумма, руб.</i>	<i>Содержание хозяйственной операции</i>
20	10-1	14 000	Передана в производство древесина
10-6	20	$(70 \cdot 35) = 2 450$	Приняты к учету возвратные отходы в качестве полноценного ресурса
90-10	10-6	$(65 \cdot 35) = 2 275$	Списана стоимость древесины (возвратные отходы) на продажу
62	90-1	5 500	Отражена выручка от реализации древесины
90-2	68	$(5 500 \cdot 20) / 120 = 916,67$	Отражен НДС из выручки
90-11	99	2 308,33	Заключительными оборотами показана прибыль от реализации

Примечание: разработано автором на основе источника [4].

Следовательно, своевременная и достоверная оценка возвратных отходов имеет большое значение для деятельности хозяйствующего субъекта. Вопрос оценки отходов до сих остается актуальным, так как невозможно утверждать, что один метод оценки отходов обладает большим количеством достоинств, чем другой. Организация вправе выбирать один из методов оценки отходов, исходя из особенностей производственной деятельности, и прописывать его в Учетной политике.

При оприходовании производственных отходов используются несколько субсчетов бухгалтерского учета. Очевидно, что отсутствие отдельного счёта для этой цели не содействует улучшению процесса управления отходами. Ряд экономистов выступают за открытие отдельного синтетического счета, который можно было назвать «Отходы производства». По дебету этого счета должны фиксироваться поступления возвратных отходов из производства, а по кредиту – их дальнейшее использование [5].

В Республике Беларусь, как известно, учет отходов производства ведется по счету 10 «Материалы» субсчет 6 «Прочие материалы».

Дальнейший развернутый учет на субсчете 10-6 «Прочие материалы» целесообразно вести исходя из классификационных признаков отходов:

Вариант 1. В зависимости от агрегатного состояния отходов производства:

10-6. 1 – «Твёрдые отходы производства»;

10-6. 2 – «Жидкие отходы производства».

Вариант 2. В зависимости от класса опасности отходов производства:

10-6. 1 – «Чрезвычайно опасные отходы производства»;

10-6. 2 – «Высокоопасные отходы производства»;

10-6. 3 – «Умеренно опасные отходы производства»;

10-6. 4 – «Малоопасные отходы производства».

Вариант 3. В зависимости от возможности использования отходов производства:

10-6. 1 – «Возвратные отходы производства»;

10-6. 2 – «Иные отходы производства».

Данный вопрос заслуживает своего внимания, ввиду того, что возвратные отходы участвуют в формировании себестоимости продукции, и на современном этапе развития экономики к учету данного вида отходов каждая организация относится серьезно.

Такой порядок учета отходов позволит создать наиболее благоприятные условия для систематического контроля за образованием и движением отходов, для более полного вовлечения в хозяйственный оборот и повышения эффективности их использования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) в промышленных организациях системы Министерства промышленности Республики Беларусь : постановление М-ва промышленности Респ. Беларусь от 5 июня 2015 г. № 273.
2. Белюсева, Л.М. Прием вторсырья по-новому [Электронный ресурс] // Л.М. Белюсева // Наука и жизнь. – 2007. – №3. – С. 48–49. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/>. – Дата доступа: 22.03.2018.
3. Об обращении с отходами : Закон Республики Беларусь от 20.07.2007 г. № 271-3 (в ред. от 13.07.2016 г. №397-3).
4. Расчет себестоимости производства, выпуск продукции и продажа продукции и товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://debet-kredit.info/?id=42>. – Дата доступа: 22.03.2018.
5. Отходы производства и потребления. Классификация и виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://instr.deal.by/a31974-othody-proizvodstva-potrebleniya.html>. – Дата доступа: 23.03.2018.

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ ОТХОДЫ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ**Е.И. ВЕРТИНСКАЯ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.В. ПРИМАКОВА)*

Мировой технический прогресс закономерно привёл к тому, что существование человека стало экологически опасным – прежде всего из-за образования и накопления огромного количества отходов производства. Негативное влияние на здоровье и жизнь человека загрязнённой отходами окружающей среды очевидно. Природоохранная деятельность, развивающаяся как альтернатива хозяйственной деятельности, приводящей к загрязнению окружающей среды, к великому сожалению, не адекватна темпам разрушения природы и истощения природных ресурсов.

Актуальность темы. Несмотря на давность и большое количество исследований в области экологически чистого производства, проблема утилизации и переработки промышленных отходов остается актуальной до сих пор. Поэтому, появилась экономически, технологически и экологически обоснованная необходимость в разработке и внедрении всё новых прогрессивных и безопасных методов решения проблемы избавления биосферы от опасности ее загрязнения отходами производства и потребления. Для выбора более рационального пути решения проблемы необходим предварительный учет и оценка отходов.

Объект, цель и задачи исследования. Объектом исследования является понятие отходы в условиях современной экономики.

Цель проделанной работы заключается в изучении понятия отходы, а также их классификационных признаков в условиях современной экономики.

Для достижения поставленной цели была поставлена следующая задача: изучить роль и классификацию отходов производства в системе бухгалтерского учета.

Экономическая сущность отходов производства как объекта бухгалтерского учета. Экологизация экономики является не только особым направлением деятельности экономической политики, но и общей характеристикой инновационного развития экономики, тесно связанной с повышением эффективности ресурсопотребления [1, с. 37]. Отходы - вещества или предметы, образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, жизнедеятельности человека и не имеющие определенного предназначения по месту их образования либо утратившие полностью или частично потребительские свойства [2].

Для изучения вопроса, связанного с совершенствованием учета отходов производства, который является одним из наиболее актуальных вопросов современной экономики, рассмотрим различные дефиниции понятия «отходы производства» в таблице 1.

Таблица 1. – Подходы к определению сущности понятия «Отходы производства»

Название литературного источника / автор, год	Определение
1	2
Нормативные документы Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Украина и иных государств	
Закон Республики Беларусь «Об обращении с отходами» от 20.07.2007 г. № 271-3	Отходы производства – отходы, образующиеся в процессе осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями экономической деятельности (производства продукции, энергии, выполнения работ, оказания услуг), побочные и сопутствующие продукты добычи и обогащения полезных ископаемых [2]
Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998 г. № 89 – ФЗ [Электронный ресурс]	Отходы производства и потребления – вещества или предметы, которые образованы в процессе производства, выполнения работ, оказания услуг или в процессе потребления, которые удаляются, предназначены для удаления или подлежат удалению в соответствии с настоящим Федеральным законом [3]

Продолжение таблицы 1

1	2
Закон Украины «Об отходах» от 5 марта 1998 г. № 187/98-ВР [Электронный ресурс]	Отходы – определяются как любые вещества, материалы и предметы, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), которые полностью или частично потеряли свои потребительские свойства и не имеют дальнейшего использования по месту их образования или выявления и от которых их владелец будет избавляться, намерен или должен избавиться путем утилизации или удаления [4]
Закон Республики Узбекистан «Об отходах» от 5 апреля 2002 г. №362-II [Электронный ресурс]	Отходы – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), утратившие свои потребительские свойства [5]
Закон Туркменистана «Об отходах» от 23 мая 2015 г. №225-V [Электронный ресурс]	Отходы – не пригодные для производства определённой продукции вещества (виды сырья), подлежащие дальнейшей утилизации или размещению, из которых извлечены полезные свойства [6]
Закон Азербайджанской республики «О производственных и бытовых отходах» от 30 июня 1998 г. №514-IG [Электронный ресурс]	Производственные отходы – сырье, материалы, вещества, полуфабрикаты, предметы и иные остатки продукции, образовавшиеся в процессе производства или выполнения работ (услуг) и полностью или частично потерявшие свои первичные потребительские свойства, а также вновь образующиеся предметы и вещества аналогичного происхождения, не являющиеся объектом производства и по своим свойствам использования не входящие в технологический процесс [7]
Закон Республики Армения «Об отходах» от 21 дек. 2004 г. №3Р-159. [Электронный ресурс]	Отходы производства (в том числе, недропользования) и потребления (далее – отходы) – остатки сырья, материалов, продуктов, появившихся во время производства и потребления или другой продукции или продуктов, а также товары (продукция), которые потеряли свои начальные потребительские качества [8]
Закон Республики Молдова «Об отходах» от 29 июля 2016 г. № 209 [Электронный ресурс]	Отходы – любые вещества или предметы, которые владелец выбрасывает либо намерен или обязан выбросить [9]
Большой бухгалтерский словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 1999. – 574 с. [Электронный ресурс]	Отходы производства – остатки сырья и основных материалов, получаемые в процессе производства продукции, а также при использовании топлива, нефтепродуктов и других материалов. Отходы производства образуются по технологическим условиям производства, а также вследствие немерности (некратности) материала по сравнению с количеством вырабатываемых из него изделия, некачественности материала [10].
Большая Российская энциклопедия [Электронный ресурс]	Отходы – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или процессе потребления, а также товары (продукция), утратившие свои основные потребительские свойства [11]
Пояснение отдельных терминов, понятий, применяемых в законодательстве об обращении с отходами [Электронный ресурс]	Отходами называют вещества или предметы, образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, жизнедеятельности человека и не имеющие определенного предназначения по месту их образования либо утратившие полностью или частично свои потребительские свойства. Иными словами, отходы – это вещества или предметы, которые не могут быть использованы в том же процессе, в котором образовались вследствие каких-либо причин, обстоятельств [12]

Окончание таблицы 1

1	2
Термины и определения по охране окружающей среды, природопользованию и экологической безопасности. Словарь, 2010 [Электронный ресурс]	Отходы производства и потребления – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), утратившие свои потребительские свойства [13]
Справочник технического переводчика [Электронный ресурс]	Отходы производства и потребления – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), утратившие свои потребительские свойства [14]

Примечание: собственная разработка на основе специально изученного материала.

Проанализировав таблицу 1 можно сделать вывод, что нет противоречий в определениях понятия «отходы производства» в различных источниках. Отметим, что подходы к изучению данного понятия получили широкое применение на практике, а также являются одной из областей изучения многих авторов. Полным определением отходов производства, как объекта бухгалтерского учета, стоит считать следующее: отходы производства - вещества или предметы, образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, которые не могут быть использованы в том же процессе, в котором они образовались вследствие полной или частичной утраты своих потребительских свойств.

Для того чтобы правильно отражать исследуемый объект, необходима его классификация. Классификация помогает нам распределять отходы на виды для удобства ведения их дальнейшего учета. Существует несколько подходов к классификации понятия «отходы». В данной работе рассмотрим некоторые из классификационных признаков.

А. По происхождению. Согласно Закона Республики Беларусь «Об обращении с отходами», выделяют отходы производства и отходы потребления (рис. 1).

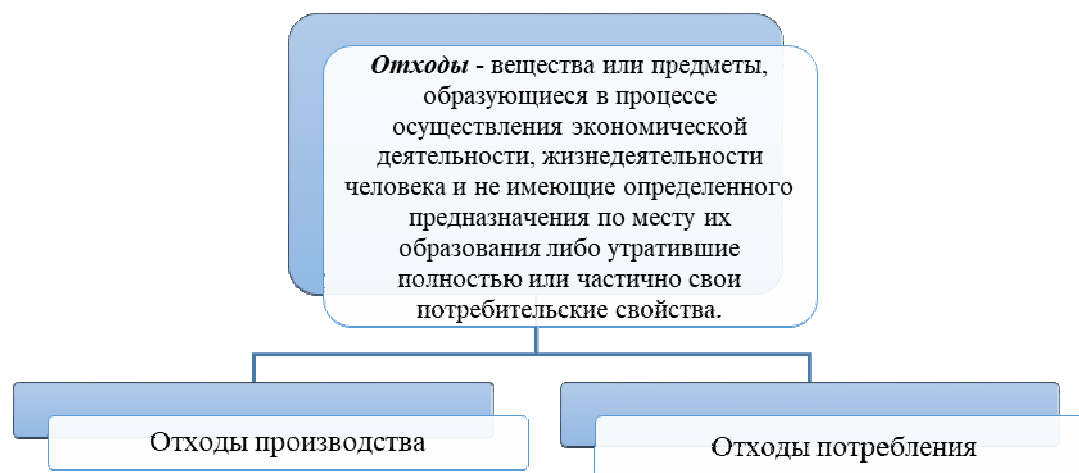


Рисунок 1. – Классификация отходов по происхождению

Примечание: разработано автором на основе источника [2].

В. По агрегатному состоянию.

Таблица 2. – Классификация отходов по агрегатному состоянию

Агрегатное состояние	Наименование отхода	Класс опасности
1	2	3
Твёрдые	Оксид хрома (трехвалентного)	4-й класс
	Проволока медная	3-й класс
	Лом алюминия несортированный	Неопасные
	Металлоотходы производства чугуна литья, включая трубы	Неопасные

Окончание таблицы 2

1	2	3
<i>Твёрдые</i>	Отходы железа и стали загрязненные	4-й класс
	Батареи (элементы питания) различных моделей отработанные	4-й класс
	Бой керамической плитки	Неопасные
	Кирпич керамический некондиционный	Неопасные
	Отходы рубероида	4-й класс
<i>Жидкие</i>	Кислота аккумуляторная серная отработанная	1-й класс
	Кислота серная	2-й класс
	Кислота борная	3-й класс
	Кислота лимонная	3-й класс
	Раствор аммиака (нашатырный спирт)	2-й класс
	Кислота салициловая	2-й класс
	Отбеливающие растворы	1-й класс
	Вода после промывки емкостей от пропиточного состава	4-й класс
	Отработанный раствор каучука и лакокрасочных материалов	3-й класс

Примечание: собственная разработка на основе источника [15].

С. По источнику возникновения.

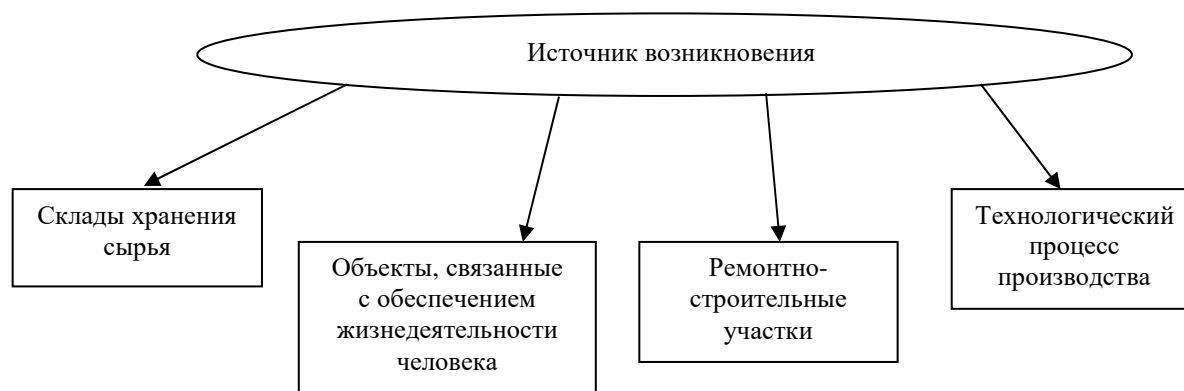


Рисунок 2. – Классификация отходов по источнику возникновения

Примечание: собственная разработка на основе источника [16].

D. По классу опасности.

Согласно Закону Республики Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-З «Об обращении с отходами», опасные отходы классифицируются по классам опасности:

- первый класс опасности - чрезвычайно опасные;
- второй класс опасности - высокоопасные;
- третий класс опасности - умеренно опасные;
- четвертый класс опасности - малоопасные.

Классификатор отходов, образующихся в Республике Беларусь, утверждается Министерством природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь по согласованию с Министерством здравоохранения Республики Беларусь и Министерством по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь. Степень опасности отходов и класс опасности опасных отходов указываются в классификаторе отходов, образующихся в Республике Беларусь. Если производитель отходов производства не обеспечил установление степени опасности отходов производства и класса опасности опасных отходов производства, то их установление обязаны осуществить юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, к которым перешло право собственности или иное вещное право на эти отходы. Установление степени опасности отходов и класса опасности опасных отходов осуществляется на основании определения

опасных для окружающей среды, здоровья граждан, имущества свойств отходов (токсичность, экотоксичность, взрывоопасность, пожароопасность) и иных опасных свойств отходов [2].

Е. По возможности их использования.

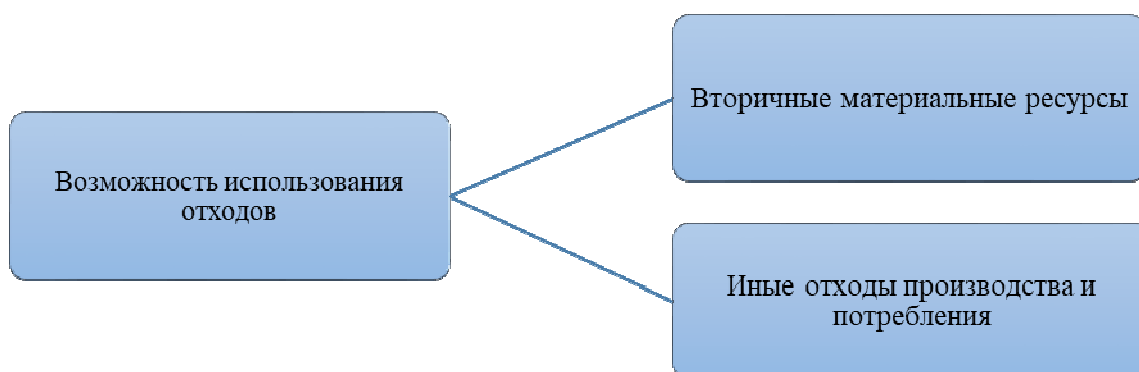


Рисунок 3. – Классификация отходов по возможности их использования

Примечание: собственная разработка на основе источника [2].

Таким образом, отходы производства классифицируются по следующим признакам:

- по происхождению;
- по агрегатному состоянию;
- по источнику возникновения;
- по классу опасности;
- по возможности их использования.

Данная классификация позволила нам всесторонне изучить понятие «отходы производства», а также рассмотреть индивидуальные особенности отходов каждого вида.

Стоит сделать вывод о значимости понятия «отходы» на современном этапе развития человечества в целом. Человек в процессе жизнедеятельности непрерывно производит отходы. Для сохранения экологической системы необходимо находить все новые методы восполнения или замены потребляемых ресурсов.

В целом, одним из важнейших направлений материалосберегающей деятельности производственных структур является работа с образующимися отходами. Работа эта в свою очередь очень многоаспектна и включает целую совокупность мероприятий по прогнозированию и профилактике образования отходов, а также поиску и реализации возможностей их более эффективного использования. Рациональное применение отходов производства позволяет решать множество экономических и экологических проблем, в том числе расширять сырьевую базу экономики, увеличивать объемы выпуска продукции, снижать себестоимость хозяйствования, предотвращать загрязнение среды. С прогрессом науки и техники растут инновационные предпосылки для все более эффективного применения вторичных ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимов, А. Использование возможностей логистики в модернизации работы с отходами производства (логистика отходов) / А. Алимов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2009. – № 1. – С. 37–39.
2. Об обращении с отходами : Закон Республики Беларусь от 20.07.2007 г. № 271-3 (в ред. от 13.07.2016 г. №397-3).
3. Об отходах производства и потребления [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ (ред. от 28.07.2012). – Режим доступа: http://www.gubkin.ru/personal_sites/fedotovie/NPA/89.pdf. – Дата доступа: 18.03.2018.
4. Правовое регулирование обращения отходов в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ekovdm.com.ua/files/waste.pdf>. – Дата доступа: 18. 03. 2018.
5. Об отходах [Электронный ресурс] : Закон Республики Узбекистан от 5 апр. 2002 г. № 362-П. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=894. – Дата доступа: 22.03.2018.
6. Об отходах [Электронный ресурс] : Закон Туркменистана от 23 мая 2015 г. № 225-V. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=77191. – Дата доступа: 22.03.2018.

7. О производственных и бытовых отходах [Электронный ресурс] : Закон Азербайджанской республики от 30 июня 1998 г. № 514-ПГ. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=2728. – Дата доступа: 23.03.2018.
8. Об отходах [Электронный ресурс] : Закон Республики Армения от 21 дек. 2004 г. № ЗР-159.. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=99878. – Дата доступа: 23.03.2018.
9. Об отходах [Электронный ресурс] : Закон Республики Молдова от 29 июля 2016 г. № 209. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=92329. – Дата доступа: 24.03.2018.
10. Большой бухгалтерский словарь [Электронный ресурс]. – М. : Институт новой экономики / под ред. А.Н. Азриляна, 1999. – Режим доступа: http://buhgalterskiy_slovar.academic.ru/. – Дата доступа: 24.03.2018.
11. Большая российская энциклопедия. Отходы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bigenc.ru/economics/text/2699300>. – Дата доступа: 24.03.2018.
12. Пояснение отдельных терминов, понятий, применяемых в законодательстве об обращении с отходами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecocity.by/likbez-po-zakonodatelstvu/item/246-royasnenie-otdelnykh-terminov-ponyatij-primenyaemykh-v-zakonodatelstve-ob-obrashchenii-s-otkhodami>. – Дата доступа: 25.03. 2018.
13. Термины и определения по охране окружающей среды, природопользованию и экологической безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/>. – Дата доступа: 25.03.2018.
14. Справочник технического переводчика. Отходы производства и потребления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://technical_translator_dictionary.academic.ru. – Дата доступа: 25.03.2018.
15. Об утверждении классификатора отходов, образующихся в Республике Беларусь : постановление М-ва природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь от 8 нояб. 2007 г. № 85 (в ред. от 07.03.2012 г. № 8).
16. Утилизация отходов производства и потребления : учеб. пособие / Ю.М. Поташников. – Тверь ТГТУ, 2004. – 170 с.

УДК 657.01

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, СОСТАВ И КЛАССИФИКАЦИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ
КАК ОБЪЕКТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА****Л.В. ЛАВРИНОВИЧ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)*

Проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности, составу и классификации криптовалюты; предложено определение криптовалюты, уточнен его состав, разработана авторская классификация криптовалюты.

Человеческое общество невозможно представить без денег. Деньги — специфический товар максимальной ликвидности, который является универсальным эквивалентом стоимости других товаров или услуг. Развитие денег неразрывно связано с развитием всей человеческой цивилизации. Товары, продукты и оружие, монеты различных видов от костяных до золотых, бумажные банкноты, акции — это только малая часть того, что было и до сих пор используется в качестве денег.

С развитием компьютерных технологий и сетей связи мир вступил в эпоху «электронных денег». Монеты и банкноты постепенно заменяются пластиковыми платежными картами, а в сети Интернет работает множество платежных систем, изначально созданных только для электронных платежей, таких как PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги. В настоящее время, цифровые валюты не выпускаются национальными центральными банками.

Еще пять лет назад такого понятия, как «биткойн», не существовало. В настоящее время в связи с возросшей активностью в использовании электронных платежных средств, интернет-кошельков, систем интернет-банкинга и других видов «виртуальной наличности» интерес к рассматриваемой криптовалюте значительно вырос [1].

Прежде чем приступать к изучению вопросов учета криптовалюты необходимо разобраться в таких понятиях как «Криптовалюта», «Биткойн». Рассмотрим каждое понятие в отдельности с целью определения понятия «Криптовалюта».

По мнению различных авторов, криптовалюта рассматривается как:

- цифровая валюта;
- финансовый актив;
- цифровой знак;
- цифровая биржа;
- валюта которая добывается сложными математическими исследованиями.

Анализ показал, что под криптовалютой следует понимать, цифровую валюту, которую можно хранить в электронных кошельках, и которая добывается математическими вычислениями, определенным кругом пользователей.

Так как биткойн — это первая и самая известная из множества криптовалют, символ и флагман криптовалютного мира, а также одноименная денежная единица, которая обращается внутри системы, то далее мы рассмотрим его сущность подробнее.

Авторы рассматривают биткойн как:

- платежную систему;
- цифровую валюту;
- криптовалюту;
- электронную наличность.

В результате анализа автор пришел к выводу, что биткойн — одна из самых популярных криптовалют, являющаяся в то же время платежной системой, использующая одноименную платежную валюту, добываемая при помощи майнинга.

Для целей бухгалтерского учета важен состав и классификация криптовалюты.

Наиболее встречаемыми криптовалютами являются:

- Биткойн BTC;
- Альтернативные криптовалюты (альткоины) — электронные деньги созданные как средство платежа на основе технологии блокчейн. Создана как альтернатива биткойна. В свою очередь альткоины делятся на основные, альткоины с повышенной анонимностью, альткоины созданные для быстрых и бесплатных транзакций;
- Токены — монеты, созданные на основе чего-либо блокчейн. Токен — это единица учета, которая используется для представления цифрового баланса в некотором активе. Учет токенов ведется в базе

данных на основе технологии блокчейн, а доступ к ним осуществляется через специальные приложения с использованием схем электронной подписи.

Различаю следующие токены:

а) токены-"акции", которые используются как средство для инвестирования. Количество приобретенных токенов определяет долю вашего участия в проекте;

б) токены-"валюты", используемые для расчетов и вознаграждений внутри экосистемы проекта.

Для вкладывания и добычи криптовалюты, их необходимо майнить.

Майнинг криптовалюты – это генерация новых монет, которая осуществляется в процессе выполнения математических расчетов хеш-функций для осуществления транзакций узлами криптовалютной сети.

Чтобы выпустить новые монеты, их необходимо рассчитать, провести подготовку блоков и сформировать информацию.

Майнеры предоставляют собственные вычислительные мощности для выполнения расчетов. Происходит формирование новых монет, которые запускаются в обращение.

Далее проверяется подлинность, затем майнер получает вознаграждение в виде криптовалюты.

Основные составляющие для получения криптовалюты:

– электронный кошелек. Его можно скачать на официальном ресурсе разработчика конкретной цифровой валюты. Он представляет собой защищенный паролем контейнер, в котором будут храниться полученные доходы;

– пакет программного обеспечения. В настоящий момент есть разные программы для майнинга, доступные на всех популярных ОС;

– регистрация в онлайн-пуле майнеров. Члены этих сообществ объединяют свои вычислительные устройства для повышения эффективности их работы. Полученные монеты делятся между всеми участниками;

– регистрация в онлайн-обменнике. Понадобится тем, кто хочет сразу конвертировать виртуальные монеты в обычные деньги;

– надёжное Интернет-соединение;

– место для установки оборудования;

– оборудование для майнинга криптовалют. Это может быть и настольный компьютер, но лучше всё-таки использовать специальные вычислительные машины, предназначенные для данной цели. Обычные ПК, ноутбуки, игровые консоли или мобильные гаджеты мало того, что не предоставляют достаточной производительности, но их ещё и нельзя использовать по прямому назначению во время майнинга — процесс занимает все ресурсы устройства;

– качественное охлаждение. Потребуется также хорошая вентиляция, чтобы выводить горячий воздух из помещения. Майнинг заставляет «машины» трудиться на 100% загрузке, что вызывает повышенную теплоотдачу. Поэтому важно поддерживать прохладу в помещении [2].

Безусловно, криптовалюта имеет как достоинства, так и недостатки. К достоинствам криптовалюты можно отнести следующее:

– доступность криптовалюты – электронных денег в любое время. При этом заморозить счёт или изъять криптовалюту невозможно;

– в любой момент можно проверить достоверность произведенных операций;

– открытость кода. Благодаря этой особенности каждый желающий может добывать виртуальные монеты;

– анонимность. В отличие от классических электронных денег, операции с которыми легко отслеживаются, получить информацию о хозяине криптовалютного кошелька не получится. Доступен только номер бумажника и ограниченные данные по сумме на счету;

– надёжность. Взломать, подделать или осуществить другие подобные манипуляции с виртуальной валютой не выйдет — она надёжно защищена;

– в большинстве случаев комиссия взимается исключительно в добровольном порядке;

– ограниченность криптовалюты. Как правило, криптовалюта выпускается в ограниченном объеме, что привлекает повышенное внимание со стороны инвесторов и исключает риски инфляции из-за чрезмерной активности эмитента. Таким образом, криптовалюта не подвержена инфляции и по своей сути является дефляционной валютой;

– криптовалюта является независимой денежной единицей. Ее эмиссию никто не регулирует и не контролирует движение средств на счету. Именно эта особенность привлекает многих участников Сети;

– отсутствует комиссия за осуществление перевода денежных средств между странами.

К недостаткам криптовалюты можно отнести следующее:

– сложность контролирования переводов. Банки и прочие органы надзора и наблюдения не имеют возможности контролировать операции по выпуску и движению криптовалюты;

- риск запрета. Государственные структуры с опаской подходят к криптовалюте. Многие страны ввели ограничения по ее использованию, а на нарушителей может быть наложен штраф;
- отсутствует возможность отозвать платёж;
- волатильность. Криптовалюта является непредсказуемой, так как зависит от текущего спроса, который, в свою очередь, может меняться в результате изменений в законодательстве и из-за прочих факторов. По этой причине имеют место колебания цены виртуальных денег;
- опасность потери. «Ключом» доступа к электронным деньгам является специальный пароль. Если его потерять, находящиеся в кошельке криптовалюты становятся недоступны;
- отсутствие гарантий. Каждый пользователь персонально несет ответственность за свои сбережения. Здесь нет регулирующих механизмов, поэтому в случае кражи доказать что-либо и вернуть деньги не получится;
- отсутствует общий организатор торговли, что уменьшает доверие к криптовалюте;
- криптовалюта ничем не обеспечена;
- недостаточная безопасность сохранности криптовалюты [3].

Важной предпосылкой правильной организации бухгалтерского учета является научно обоснованная классификация, поэтому нами была предложена следующая классификация криптовалюты:

1. По транзакциям:
 - бесплатные;
 - платные;
 - скрытые.
2. По скорости транзакций:
 - большая;
 - малая.

На сегодняшний день нет однозначного мнения, где учитывать криптовалюту, как недавно появившуюся. По мнению различных экономистов, криптовалюту можно учитывать, как:

- денежные средства;
- денежные эквиваленты;
- финансовый инструмент;
- запасы;
- нематериальный актив.

Проведен анализ. Если учитывать криптовалюту как денежные средства, то, в соответствии с нормативными документами, под **денежными средствами понимают** – остаток наличных средств в кассе, на расчетном, валютном и других банковских счетах, включая депозиты до востребования, следовательно, криптовалюту нельзя отнести к денежным средствам, так как ни один банк не занимается эмиссией этой валюты.

К денежным эквивалентам также нельзя отнести, так как денежные эквиваленты – это высоколиквидные финансовые вложения, которые могут быть легко обращены в заранее известную сумму денежных средств, подверженные незначительному риску изменения стоимости. Криптовалюта подвержена значительному риску изменения стоимости.

Финансовый инструмент – это договор, при заключении которого одновременно возникают финансовый актив у первой организации, а у второй организации – долевой инструмент или финансовое обязательство. Криптовалюта также не может быть финансовым инструментом, так как не обеспечивает на уровне договора получение прибыли.

Нематериальный актив это – объекты учета, не обладающие физическими свойствами, но приносящие доход постоянно или длительное время. Криптовалюта не может быть нематериальным активом, так как она не может приносить постоянно доход, в том числе из-за постоянной изменчивости цены, а также в целом не отвечает условиям признания НМА [4].

На основании изученных нормативных документов и экономической литературы можно сделать вывод, что криптовалюту на балансе организации следует учитывать, как краткосрочные финансовые вложения.

Криптовалюта соответствует условиям признания краткосрочными финансовыми активами. Также во многом учет криптовалюты совпадает с учетом ценных бумаг. Обусловлено все тем, что курс криптовалюты неустойчив, таким образом можно обезопасить себя от потерь различного рода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ватолина, О.В. Криптовалюты как новый вид виртуального платежного средства [Электронный ресурс] / О.В. Ватолина, С.А. Данилов. – Режим доступа: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2015/TGU_6_245.pdf. – Дата доступа: 17.04.2018.

2. Тапскотт, А. Технология блокчейн / А. Тапскотт, Д. Тапскотт. – Эксмо, 2017. – 448 с.
3. Руденко, Е.О. Возможности и перспективы развития криптовалют [Электронный ресурс] / Е.О. Руденко, Е.В. Красова // Международный студенческий научный вестник. – Режим доступа: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=13162>. – Дата доступа: 18.04.2018.
4. Гафурова, А. Проблемы учетной классификации криптовалют / А. Гафурова, А. Кучеренко // Экономическая газета. – 2017. – № 24 (2011).

УДК 336.02

НОВЫЙ ВИД ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ**Л.В. ЛАВРИНОВИЧ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)*

В качестве одного из информационных источников для принятия решений субъекты экономических отношений используют публичную финансовую отчетность компаний.

От информации, представленной в финансовой отчетности, будут зависеть принимаемые ими решения. Одним из ключевых элементов публичной финансовой отчетности является информация о стоимости активов, следовательно, от стоимости, по которой они отражены в балансе, будут существенно зависеть принимаемые экономические решения [1].

По мнению различных авторов, финансовые активы рассматриваются как:

- активы;
- финансовые ресурсы;
- нематериальное отражение денежной стоимости;
- специальные соглашения.

Как правило, финансовые активы - это финансовые ресурсы, которым противостоят финансовые обязательства другого собственника, представляющие собой совокупность денежных средств и ценных бумаг, находящихся в собственности предприятия.

В соответствии с Инструкцией №50 от 29.06.2011 к финансовым активам относятся:

- инвестиционная недвижимость;
- предметы финансовой аренды(лизинга);
- прочие доходные вложения в материальные активы;
- вложения в ценные бумаги;
- вклады по договору о совместной деятельности.

Определенный интерес представляет классификация финансовых активов по МСФО. Согласно МСФО, к финансовым активам относятся:

- денежные средства;
- долевые инструменты других организаций;
- предусмотренное договором право на получение денежных средств или иного финансового актива от другой организации или на обмен финансовыми активами (обязательствами) с другой организацией на условиях, потенциально выгодных для организации;
- договор, расчеты по которому будут или могут быть осуществлены собственными долевыми инструментами, при соблюдении определенных условий.

Финансовые активы объединяют в четыре группы:

1. Активы или обязательства, рассчитываемые как справедливая стоимость совокупности прибылей и убытков.
2. Инвестиции, которые удерживаются организацией до полного их погашения.
3. Дебиторская задолженность и займы.
4. Активы, предназначенные для продажи и имеющиеся в наличии [2].

В настоящее время формируется тенденция к стагнации экономики, следовательно, для предотвращения данного экономического явления необходимо уточнить классификацию финансовых активов.

Финансовые активы классифицируются по следующим критериям:

- 1) удерживаемые до погашения (в составе долгосрочных активов);
- 2) кредиты и дебиторская задолженность (краткосрочная, долгосрочная);
- 3) оцениваемые по справедливой стоимости в составе прибыли или убытка (финансовые активы, предназначенные для торговли;
- 4) имеющиеся в наличии для продажи (непроизводственные финансовые активы).

Ценные бумаги и облигации становятся все менее привлекательными с точки зрения получения прибыли. В настоящее время криптовалюта становится альтернативной формой сохранения инвестиций в условиях инфляционного обесценивания фиатных (к фиатным деньгам относится валюта, которую госу-

дарство объявляет в качестве законного платежного средства, несмотря на отсутствие внутренней стоимости и обеспеченности резервами) валют [3].

Криптовалюта – одна из видов финансовых активов и используется для трансграничных платежей.

Наиболее встречаемыми криптовалютами являются:

1. Биткоин BTC - это первая и самая известная из множества криптовалют, символ и флагман криптовалютного мира, а также одноименная денежная единица, которая обращается внутри системы.

2. Альтернативные криптовалюты (альткоины) – электронные деньги, созданные как средство платежа на основе технологии блокчейн. Создана как альтернатива биткоина. В свою очередь альткоины делятся на основные, альткоины с повышенной анонимностью, альткоины созданные для быстрых и бесплатных транзакций.

3. Токены - монеты, созданные на основе чего-либо блокчейн. Токен — это единица учета, которая используется для представления цифрового баланса в некотором активе. Учет токенов ведется в базе данных на основе технологии блокчейн, а доступ к ним осуществляется через специальные приложения с использованием схем электронной подписи [4].

Очевидным является то, что биткоин и иные криптовалюты следует учитывать, как активы, поскольку их держатели могут получить будущие экономические выгоды, а стоимость можно легко измерить. **Многие авторы считают, что криптовалюта является** средством учета и накопления, что больше похоже на акцию, облигацию, вексель. Это еще один факт, подтверждающий то, что криптовалюту следует относить к финансовым активам.

Можно сделать вывод, что криптовалюта становится более привлекательным финансовым активом. Норма прибыли при операциях с виртуальными деньгами значительно превышает прибыль от инвестиций в традиционные валюты, драгоценные металлы или ценные бумаги. При этом регулятор, пытаясь идентифицировать цифровые активы как ценные бумаги, проявляет осторожность, опасаясь нанести вред развитию технологии блокчейн.

Таким образом, можно дать определение понятию цифровой финансовый актив.

Цифровой финансовый актив – имущество в электронной форме, созданное с использованием шифровальных (криптографических) средств. Права собственности на данное имущество удостоверяются путем внесения цифровых записей в реестр цифровых транзакций [5].

Все вышеперечисленное позволяет представить следующую классификацию финансовых активов (рис.).



Рисунок. – Классификация финансовых активов

Примечание: собственная разработка на основе изучения нормативных документов и экономической литературы.

Таким образом данная классификация финансовых активов будет способствовать:

- дополнительному притоку денежных средств;
- их использованию в сочетании с другими активами;
- увеличению финансовых активов в организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасименко, А. Финансовый менеджмент. Курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 482 с.
2. Агеева, О.А. Международные стандарты финансовой отчетности : учебник для вузов / О.А. Агеева, А.Л. Ребизова. – М. : Юрайт, 2013. – 447 с.
3. Википедия, свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL:<https://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа: 10.09.2018.
4. Ватолина, О.В. Криптовалюты как новый вид виртуального платежного средства [Электронный ресурс] / О.В. Ватолина, С.А. Данилов. – Режим доступа: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2015/TGU_6_245.pdf. – Дата доступа: 08.09.2018.
5. О цифровых финансовых активах [Электронный ресурс] : Законопроект Федерального закона РФ. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/557485250>. – Дата доступа: 11.09.2018.

УДК 657

МЕТОДИКА АУДИТА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОПЕРАЦИЙ ПО УЧЕТУ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОТ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.В. ПОЛУЩУК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Л.В. МАСЬКО)

Исследована методика аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности. На основании плана ожидаемых работ аудитора проведен аудит хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности в ОАО «Альфа». По результатам которой можем выразить мнение о правильности организации учета доходов и расходов от текущей деятельности в ОАО «Альфа», а также оценить эффективность разработанной методики аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности.

Аудиторская проверка - это строго организованный процесс, которому присущи определенные этапы и порядок ведения и составления документации проведения аудиторских процедур [1].

Для координации и повышения эффективности аудита проверяемой организации аудитору следует разработать план ожидаемых работ аудитора по проверке учета доходов и расходов от текущей деятельности, на основании которого нами будет раскрыта методика проведения проверки хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности. По результатам которого можно выразить достоверное мнение о показателях финансовой отчетности.

Таблица 1. – План ожидаемых работ аудитора по проверке учета доходов и расходов от текущей деятельности ОАО «Альфа»

Объект аудиторской проверки	Источники аудиторской проверки	Применяемые способы получения аудиторских доказательств	Ответственные исполнители
Проверка правильности определения метода формирования выручки	Учетная политика организации	Изучение способа отражения в учете выручки от реализации товаров, работ, услуг	Аудитор Иванова Мария Сергеевна
Проверка правильности оформления первичных документов по учету доходов и расходов от текущей деятельности	Первичные документы	Просмотр документов	Аудитор Иванова Мария Сергеевна
Проверка своевременности оприходования выручки от реализации	ТГН по отгрузке товаров на реализацию, карточка счета 90	Сличение данных карточки счета 90 с документами по отгрузке	Аудитор Иванова Мария Сергеевна
Проверка своевременности оплаты от покупателей за отгруженные товары	ТГН по отгрузке товаров, договор купли-продажи, платежные документы	Проверка на основании сроков оплаты за отгруженные товары, предусмотренных договором, сроков фактической оплаты товаров, отгруженных по ТГН	Аудитор Иванова Мария Сергеевна
Проверка правильности формирования расходов на реализацию	Первичные документы по расходам на реализацию, карточка счета 44, оборотно-сальдовая ведомость по счету 44	Сличение данных первичных документов по расходам на реализацию с данными аналитического учета по счету 44	Аудитор Иванова Мария Сергеевна
Проверка правильности отражения прибыли от реализации в Отчете о прибылях и убытках	Главная книга по счету 90, Отчет о прибылях и убытках	Сличение суммы прибыли от реализации в главной книге и в Отчете о прибылях и убытках	Аудитор Иванова Мария Сергеевна

Примечание: собственная разработка на основании изученных документов ОАО «Альфа».

На основании плана ожидаемых работ аудитора, разработанного в таблице 1, проведем проверку хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности в ОАО «Альфа».

В первую очередь проверим правильность определения метода формирования выручки. Для этого внимательно изучим учетную политику предприятия в части, касающейся метода учета выручки. В учетной политике предусмотрено, что выручка от реализации товаров, услуг отражается по мере

отгрузки товаров (выполнении услуг) и предъявления покупателю (заказчику) расчетных документов (метод начисления). Выбранный метод соответствует действующему законодательству. При использовании метода учета выручки «по отгрузке» товар считается реализованным в момент его отгрузки и предъявления покупателю счета об оплате. Здесь должен применяться счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Проведя проверку корреспонденций счетов в учетных регистрах счета 90, мы убедились, что способ отражения в учете выручки от реализации товаров, услуг соответствует учетной политике.

Далее по плану аудита необходимо проверить правильность оформления первичных документов по учету доходов и расходов от текущей деятельности. Для этого проведем выборочную проверку документов и составим ведомость проверки оформления первичных документов по учету доходов и расходов от текущей деятельности (табл. 2). В нее занесем результаты проверки соответствия первичных документов унифицированным формам, а также выполнения требования полноты заполнения реквизитов.

Так например, по итогам проверки были выявлены некоторые нарушения по заполнению товарно-транспортной накладной №4442515 от 11.03.2015г., а именно не указано время простоя автомобиля при разгрузке, и путевой лист легкового служебного автомобиля №2072 от 01.04.2014 г., а именно не прописано наименование груза. Однако, по нашему мнению, данные нарушения незначительны, т.к. они не влияют на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Таблица 2. – Ведомость проверки оформления первичных документов по учету доходов и расходов от текущей деятельности

Наименование документа	№ документа	Соответствие унифицированным формам		Выполнение требования полноты заполнения реквизитов		Замечания
		Да	Нет	Да	Нет	
Товаротранспортная накладная	4442515	+			Нет, не заполнена графа 17	Замечаний нет
Командировочное удостоверение	060	+		+		Замечаний нет
Авансовый отчет	240	+		+		Замечаний нет
Путевой лист легкового служебного автомобиля	2072	+			Нет, не прописано наименование груза	Замечаний нет

Примечание: собственная разработка на основе изучения первичных документов ОАО «Альфа».

Следующим пунктом по плану ожидаемых работ аудитора идет проверка своевременности оприходования выручки от реализации. Для этой проверки мы используем способ сличения данных карточки счета 90 за январь 2015 года с документами по отгрузке и составим таблицу 3.

Таблица 3. – Ведомость проверки своевременности оприходования выручки от реализации товаров за 03 января 2015 г.

Сумма выручки по акту об оказании производственных услуг BSP00001108	Сумма выручки по кредиту счета 90	Отклонения
398 000 бел.р.	398 000 бел.р.	Нет
Сумма выручки по акту об оказании производственных услуг BSP00001658	Сумма выручки по кредиту счета 90	Отклонения
208 950 бел.р.	208 950 бел.р.	Нет

Примечание: собственная разработка на основании документов ОАО «Альфа».

Таким образом, при проверке своевременности оприходования выручки от реализации товаров за 03 января 2015 года в ОАО «Альфа» нарушений не выявлено.

Теперь проведем выборочную проверку своевременности оплаты от покупателей за отгруженные товары. Ведь от своевременности перечисления покупателями средств за оказанные услуги в значительной мере зависит платежеспособность предприятия и своевременность его расчетов с поставщиками. Составим вспомогательную ведомость (табл. 4).

Как видно в таблице 4 нами сверены даты перечисления денежных средств на расчетный счет ОАО «Альфа» и акту 1/15 от 31 января 2015 года. Так как согласно договору, об оказании услуг, в котором определен порядок расчетов за оказанную услугу в течение 80 календарных дней с момента

отгрузки, а согласно платежным документам товар оплачен через 56 дней, то сроки оплаты соблюдены и нарушений не выявлено.

Таблица 4. – Ведомость проверки своевременности оплаты за оказанные услуги согласно акту 1/15 от 31 января 2015 года

Наименование услуги	Сроки оплаты согласно договору №0801/1	Дата фактической оплаты по платежному поручению №62	Отклонения
Техническое обслуживание согласно акту 1/15 от 31 января 2015 года	В течение 80 дней с момента оказания услуги	26.03.2015	Нет

Примечание: собственная разработка на основании документов ОАО «Альфа».

При проведении аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности ОАО «Альфа» обязательно следует проверить правильность формирования и отражения в учете расходов на реализацию. Для этого составим таблицу 5, с помощью которой проведем выборочную проверку статей затрат.

Таблица 5. – Ведомость проверки правильности формирования и отражения в учете расходов на реализацию

Первичные документы	Сумма, руб.	Учетные регистры	Сумма, руб.	Дебет	Кредит	Отклонения
Счет-фактура (Электроэнергия) от 13.04.2015	370 535	Карточка счета 44 по статье затрат «Электроэнергия» ОАО «Управляющая компания холдинга «Агромашсервис»»	370 535	44	76	Нет
Авансовый отчет №240	30 000	Карточка счета 44 по статье затрат «Командировочные расходы» Станкевич Л.Г.	30 000	44	71	Нет

Примечание: собственная разработка на основании документов ОАО «Альфа».

Согласно счет-фактуре от 13.04.2015 года, предъявленной ОАО «Управляющая компания холдинга «Бетта»» предприятию ОАО «Альфа», стоимость электроэнергии всего с НДС составила 370 535 бел.руб. за период с 01 по 30 апреля 2015 года. В карточке счета 44 за апрель 2015 года по статье «Электроэнергия» ОАО «Бетта» по дебету счета 44 отражены расходы на электроэнергию в сумме 370 535 бел.руб.

Согласно авансовому отчету №240 от 02 апреля 2014 года по служебной командировке, сданному в бухгалтерию сотрудником Станкевичем Л.Г., его командировочные расходы составили 30 000 бел.руб. В карточке счета 44 за апрель 2014 года по статье «Командировочные расходы, Игнатович А.Г.» по дебету счета 44 отражены командировочные расходы в сумме 30 000 бел.руб.

Расходы на реализацию по всем статьям затрат в иерархии «Командировочные расходы» карточки счета 44 в полной сумме (80 000 бел.р.) списаны с кредита счета 44 в дебет счета 90. Обороты за апрель 2014 года из карточки счета 44 по командировочным расходам в сумме 80 000 бел.руб. перенесены в оборотно-сальдовую ведомость по счету 44 за январь 2014 года.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в результате проведенной проверки нарушений не выявлено. Установлена достоверность формирования и отражения в учете расходов на реализацию в той части, в которой они были проверены.

По плану аудита нам необходимо также провести проверку правильности отражения прибыли от реализации в Отчете о прибылях и убытках. Для данной проверки составим таблицу 6

Таблица 6. – Ведомость проверки правильности отражения прибыли от реализации в Отчете о прибылях и убытках за 2015 год

Сумма прибыли от реализации по данным главной книги	Сумма прибыли от реализации в Отчете о прибылях и убытках	Сумма прибыли от реализации по данным аудиторской проверки	Отклонения
1233 млн р.	1233 млн р.	1233 млн р.	Нет

Примечание: собственная разработка на основании документов ОАО «Альфа».

Как видно из таблицы 6, сумма прибыли от реализации товаров, услуг ОАО «Альфа», отраженная по кредиту счета 99 в главной книге по счету 90 «Доходы и расходы от текущей деятельности» соответствует прибыли от реализации товаров, услуг, отраженной в Отчете о прибылях и убытках, а также данным аудиторской проверки, которые были получены путем изучения и сверки регистров бухгалтерского учета и Отчета о прибылях и убытках. Таким образом, искажений финансового результата от текущей деятельности не выявлено.

В результате проверки, проведенной по направлениям, изложенным в разработанном ожидаемых работ аудитора, по нашему мнению, за исключением некоторых нарушений по заполнению товарно-транспортной накладной, совершаемые хозяйственные операции по учету доходов и расходов по текущей деятельности во всех существенных аспектах соответствуют законодательству. А указанные нарушения незначительны, т.к. они не влияют на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Подводя итоги проведенного аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности, можно отметить эффективность разработанного плана ожидаемых работ аудитора по проверке учета доходов и расходов от текущей деятельности ОАО «Альфа», который помог правильно выстроить методику аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности в ОАО «Альфа». По результатам которой, возможно выразить достоверное мнение о проведенном аудите хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности в ОАО «Альфа».

ЛИТЕРАТУРА

1. Энциклопедический словарь / под ред. И.А. Андриевского ; издатели: Ф.А. Брокгауз, И.Ф. Ефрон. – М. : Нобель пресс, 2000. – 420 с.
2. Об аудиторской деятельности : Закон Республики Беларусь № 56-3 от 12.07.2013 г.
3. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 (в ред. Закона Республики Беларусь от 04.06.2015 N 268-3).
4. об утверждении Правил аудиторской деятельности «Аудиторское заключение по бухгалтерской (финансовой) отчетности» : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 17.09.2003 г. № 128 (в ред. постановления Минфина от 16.12.2014 № 83).
5. Бухгалтерский и налоговый учет, финансовый анализ и контроль : учеб. пособие / А.О. Левкович [и др.] ; под общ.ред. А.О. Левковича. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2012. – 728 с.

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОТ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ

А.В. ПОЛУЩУК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Л.В. МАСЬКО)

Рассмотрены различные подходы к предмету исследования, сущности проблемы формирования доходов и расходов от текущей деятельности. По результатам проведенного исследования представлена сравнительная характеристика, которая явилась теоретической основой предлагаемых авторских определений.

В Республике Беларусь основным нормативным документом, регулирующим учет доходов и расходов, является Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 №102. Данная инструкция является элементом государственного регулирования бухгалтерским учетом и отчетностью в Республике Беларусь и применяется при признании, оценке и раскрытии информации в бухгалтерском учете и отчетности для доходов и расходов, всближении международными стандартами финансовой отчетности.

Так как экономический элемент «доход» не имеет однозначного определения, исходя из проведенного анализа, систематизируем характерные признаки понятия «доходы» в таблице 1.

Таблица 1. – Анализ сущности понятия «Доходы»

Источник	Увеличение экономических выгод(активов) или уменьшение обязательств	Приток денежных средств и материальных ценностей	Выручка за минусом затрат	Прибавочная стоимость
1	2	3	4	5
1. Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности»	+	-	-	-
2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99	+	-	-	-
3. ПСБУ 15 «Доход» № 290	+	-	-	-
4. Налоговый кодекс Российской Федерации	+	-	-	-
5. Д.Н. Ушаков	-	+	-	-
6. Ф.А. Брокгауза, И.А. Ефрона	-	+	-	-
7. М. Макмиллан	-	+	-	-
8. Ален Бейтон, Антуан Казорла, Кристин Долло, Анн Мари Дре	-	+	-	-
9. Экономика предприятия : учебник для вузов. – М. : Банки и биржи; ЮНИТИ	-	-	+	-
10. Г.П. Журавлева	-	+	-	-
11. П.С. Ещенко, Ю.И. Палкин	-	-	+	-
12. И.М. Лемешевский	-	+	-	-
13. Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева	-	+	-	-
14. А.Н. Азрилиян	-	+	-	-
15. Т.А. Фролова	-	-	+	-
16. К. Маркс	-	-	-	+
Итого	25%	50%	19%	6%

Примечание: собственная разработка на основе изучения специальной экономической литературы и нормативных актов.

Как видно из таблицы 1, нормативные документы Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Украина по бухгалтерскому учету трактуют доход как увеличение экономических выгод (активов) или уменьшение обязательств. Так, Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 (далее – Инструкция 102) устанавливает, что доходы – это увеличение экономических выгод в течение отчетного

периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника ее имущества (учредителей, участников).

Авторы экономических словарей Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева, Д.Н. Ушаков, Ф.А. Брокгауза, И.А. Ефрона, М. Макмиллан, А.Н. Азрилян, а также авторы учебников по экономической теории Ален Бейтон, Антуан Казорла, Кристин Долло, Анн Мари Дре, Г.П.Журавлева, И.М.Лемешевский сходятся во мнении, что доход — это денежные средства или материальные ценности, полученные в результате какой-либо деятельности за определённый период времени.

С точки зрения авторов учебников по экономической теории П.С. Ещенко, Ю.И. Палкин и Т.А. Фролова, доход – это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат.

Интересное и не похожее на все вышеприведенные мнение по поводу понятия «доход» выражает известный финансист 19 века К. Маркс в своем труде «Капитал» (1867 г.).

Карл Маркс определяет доход как прибавочную стоимость, полученную в результате движения капитала. Объясняется это тем, что капиталу необходимо непрерывно производить прибавочную стоимость и постоянно воспроизводить её для того, чтобы он продолжал существовать. Создав прибавочную стоимость, капитал должен быть снова применен, чтобы вторично её создать, и т.д. Следовательно, капитал всё снова и снова производит прибавочную стоимость и воспроизводит её. Прибавочная стоимость выступает как постоянно возрождающийся плод находящегося в движении капитала, как постоянный доход с капитала, как прибыль [1].

По нашему мнению, наиболее точно отражающим сущность понятия доход является определение представленное в Инструкции 102 о том, что доход – это увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Финансовый результат от текущей деятельности является главной составляющей общего финансового результата наряду с финансовым результатом от инвестиционной и финансовой деятельности. Текущая деятельность – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности [5]. Финансовый результат от текущей деятельности определяется как разница между доходами и расходами от текущей деятельности. Поэтому важно понимать сущность понятий «доходы от текущей деятельности» и «расходы от текущей деятельности».

На основании проведенного анализа подходов к понятию «доходы от текущей деятельности» авторов специальной литературы по бухгалтерскому учету и нормативных документов Республики Беларусь, Российской Федерации, составим аналитическую таблицу 2.

Таблица 2. – Анализ сущности понятия «Доходы от текущей деятельности»

Источник	Выручка от реализации	Доходы от реализации	Результат хозяйствования от основной деятельности
1. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов от 30.09.2011 № 102	+	-	-
2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99	+	-	-
3. А.О. Левкович	-	+	-
4. О.В. Грищенко	-	-	+
5. Т.А. Фролова	+	-	-
Итого	60%	20%	20%

Примечание: собственная разработка на основе изучения специальной экономической литературы и нормативных актов.

Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 № 11) признает доходами от текущей деятельности выручку от реализации продукции, товаров, работ, услуг, а также прочие доходы от текущей деятельности [3]. Примерно такое же определение встречается в Положении по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99, утвержденном Приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н (в ред. Приказа Минфина РФ от 08.11.2010 № 144н).

Автор экономической литературы Т.А.Фролова также характеризуют доходы от текущей деятельности выручкой от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат [9]. Такой подход к понятию «доходы от текущей деятельности» занимает 60% от всех изученных подходов. По

20% в общем количестве занимают определения сущности понятия «доходы от текущей деятельности» как доходов от реализации готовой продукции, товаров и полуфабрикатов собственного изготовления (А.О. Левкович) и как результата хозяйствования от основной деятельности (О.В. Грищенко).

Мы же согласимся с большинством. Таким образом, на наш взгляд, доходы от текущей деятельности – это выручка от реализации товаров, работ, услуг, полученная в процессе текущей деятельности предприятия.

Предприятие, функционируя на рынке и получая доходы, обязательно несет расходы. В аналитической таблице 3 систематизируем характерные признаки понятия «расходы».

Таблица 3. – Анализ сущности понятия «Расходы»

Источник	Уменьшение экономических выгод (активов) или увеличение обязательств	Затраты	Сумма, израсходованная для оплаты товаров или услуг	Использование ресурсов для получения дохода
1.Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов от 30.09.2011 №102	+	-	-	-
2.Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности»	+	-	-	-
3. ПСБУ 16 «Расход» № 318	+	-	-	-
4.Налоговый кодекс Российской Федерации	-	+	-	-
5.Налоговый кодекс Украины	+	-	-	-
6.Е.Е.Румянцева	-	+	-	-
7. А.Б. Борисов	-	+	-	-
8.А.Г.Грязновой	-	+	-	-
9.Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовской, Е. Б. Стародубцева	+	-	-	-
10.М.Е.Медведев	-	+	-	-
11.Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс	-	-	+	-
12.А.С.Игуменников	-	-	-	+
13.Н.П.Мощенко	+	-	-	-
14.Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России	+	-	-	-
15.Я.В.Соколов,Ф.Ф.Бутынец, Л.Л.Горецкая, Д.А.Панков	-	-	-	+
16.О.В.Грищенко	-	-	-	+
Итого	44%	31%	6%	19%

Примечание: собственная разработка на основе изучения специальной экономической литературы и нормативных актов.

Инструкция №102 определяет расходы как уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода путем уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества, распределением между учредителями (участниками) [3].

Закон Республики Беларусь от 18 октября 1994 г. N 3321-ХП «О бухгалтерском учете и отчетности» (в ред. Закона Республики Беларусь от 26.12.2007 N 302-3) трактует расходы как уменьшение активов или увеличение обязательств, ведущие к уменьшению капитала [7]. Практически такое же определение расходам дается в нормативных документах Российской Федерации и Республики Украина и авторов экономических соавреях Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовской, Е.Б. Стародубцева, Н.П. Мощенко.

С точки зрения А.Б. Борисова, А.Г. Грязнового, М.Е. Медведева расходы – затраты или издержки предприятия, приводящие к уменьшению его средств (капитала) или к увеличению его обязательств в процессе хозяйственной деятельности [4]. Налоговый кодекс Российской Федерации признает расходы обоснованными и документально подтвержденными затратами.

Еще одна группа авторов, взгляды которых целесообразно объединить в одно целое, объясняет суть расходов как использование ресурсов для получения дохода. Представителями этой группы являются А.С. Игуменников, Я.В. Соколов, Ф.Ф. Бутынец, Л.Л. Горецкая, Д.А. Панков, О.В. Грищенко. Так, расходами организации признается стоимость использованных ресурсов, которые полностью потрачены (израсходованы) в течение определенного периода времени для получения дохода [6].

Итак, на основании таблицы 3 сделаем вывод о том, что в большей части изученных источников (44%) встречается определение расхода как уменьшение активов или увеличение обязательств, ведущие к уменьшению капитала. Второе место разделили две трактовки понятия «расход»: затраты в процессе хозяйственной деятельности (31%) и использование ресурсов для получения дохода (19%). На третьем месте – сумма, израсходованная для оплаты товаров или услуг (6%).

Таким образом, по нашему мнению, расходы – это обоснованные и документально подтвержденные затраты предприятия в процессе хозяйственной деятельности, направленные на получение доходов.

Как отмечалось выше, доходы тесно связаны с расходами. Поэтому проанализируем различные подходы к сущности понятия «расходы от текущей деятельности». Для этого систематизируем характерные признаки в аналитической таблице 4.

Таблица 4. – Анализ сущности понятия «Расходы от текущей деятельности»

Источник	Затраты, относящиеся к доходам по текущей деятельности	Расходы, связанные с реализацией	Совокупная себестоимость реализованной продукции
1. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов от 30.09.2011 №102	+	-	-
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99	-	+	-
3. А.В. Гартвич	+	+	-
4. В.Н. Жуков	-	-	+
5. Г.Г. Завилейский	-	-	+
Итого	40%	40%	20%

Примечание: собственная разработка на основе изучения специальной экономической литературы и нормативных актов.

Как видно из таблицы 4, Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 №102 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 № 11) признает расходами по текущей деятельности часть затрат организации, относящуюся к доходам по текущей деятельности, полученных организацией в отчетном периоде. А.В.Гартвич в своем определении расходов от текущей деятельности называет их расходами, связанными с реализацией, направленными на получение доходов.

В Положении по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99, утвержденном Приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н (в ред. Приказа Минфина РФ от 08.11.2010 №144н) расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров [8].

В.Н.Жуков и Г.Г.Завилейский считают, что расходы от текущей деятельности являются совокупной себестоимостью выпущенной и проданной продукции.

Подводя итоги, отметим, что в 40% изученных источников встречается определение расходов от текущей деятельности как расходов, связанных с реализацией и затраты, относящиеся к доходам по текущей деятельности. Второе место – совокупная себестоимость реализованной продукции (20%).

Отметим также, что по нашему мнению, все трактовки являются одинаково применимыми для определения понятия «расходы от текущей деятельности». Однако на наш взгляд, Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов наиболее точно выражает сущность расходов от текущей деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркс К. Капитал. Т. I // Там же. Т. 23.
2. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 N 32н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету „Доходы организации“ ПБУ 9/99».
3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 №102 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 № 11) «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов» и признании утратившими силу некоторых Постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов.
4. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. — М.: Финансы и статистика. Под общ. ред. А.Г. Грязновой. 2002.
5. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) " от 31.07.1998 N 146-ФЗ(ред. от 19.02.2018).

6. Бухгалтерский учет в зарубежных странах: учеб./Я.В.Соколов, Ф.Ф.Бутынец, Л.Л.Горецкая, Д.А.Панков; отв.ред. Ф.Ф.Бутынец.- М.: ТК Велби, Изд-во Проспект,2005,-664с.
7. Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. N 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» (в ред. Закона Республики Беларусь от 04.06.2015 N 268-З).
8. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 года N 33н).
9. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А. Фролова. - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009.

УДК 657

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ДОХОДОВ ОТ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ СБЛИЖЕНИЯ МСФО

А.В. ПОЛУЩУК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Л.В. МАСЬКО)

Рассмотрены этапы признания выручки по IFRS 15 «Выручка по договорам с клиентами» и исследованы сходства и различия учета доходов от текущей деятельности разных стран. На основе которых нами была составлена поэтапная схема по признанию выручки.

С развитием международной рынка, появлением многонациональных компаний и глобализацией рынка капитала, возникла потребность в гармонизации финансовой отчетности компаний разных стран.

Процесс формирования доходов на бухгалтерских счетах предприятий, ведущих учет в соответствии с МСФО, имеет ряд характерных особенностей, отличающих его от аналогичного процесса на белорусских предприятиях. Эти особенности вызваны, прежде всего, тем, что подход к организации учета доходов, отраженный в МСФО, не такой жесткий, как в Республике Беларусь. Акцент в МСФО в первую очередь сделан на информационных потребностях инвесторов, для которых важна не сама сумма доходов, понесенных предприятием, а то, правильно ли эти доходы классифицированы.

В международном стандарте IFRS 15 «Выручка по договорам с клиентами» представлена следующая модель признания выручки:

1. Установление договора с клиентом.
2. Установление обязательств исполнителя по договору.
3. Определение цены сделки.
4. Распределение цены операции на обязательства исполнителя по договору.
5. Признание выручки в момент исполнения обязательств исполнителя.

На первый взгляд, пятиступенчатая модель признания выручки представляется не очень сложной, а ее действия — логичными, последовательными.

Тем не менее, каждый из пяти этапов потребует существенных суждений от организации, согласованных с ее аудиторами, в применении ключевого принципа признания выручки, особенно в части передачи контроля при оценке целесообразности ее признания.

Рассмотрим этапы определения момента признания выручки от реализации продукции и разберемся с существенными изменениями согласно IFRS 15 «Выручка по договорам с клиентами» на рисунках 1 и 2.

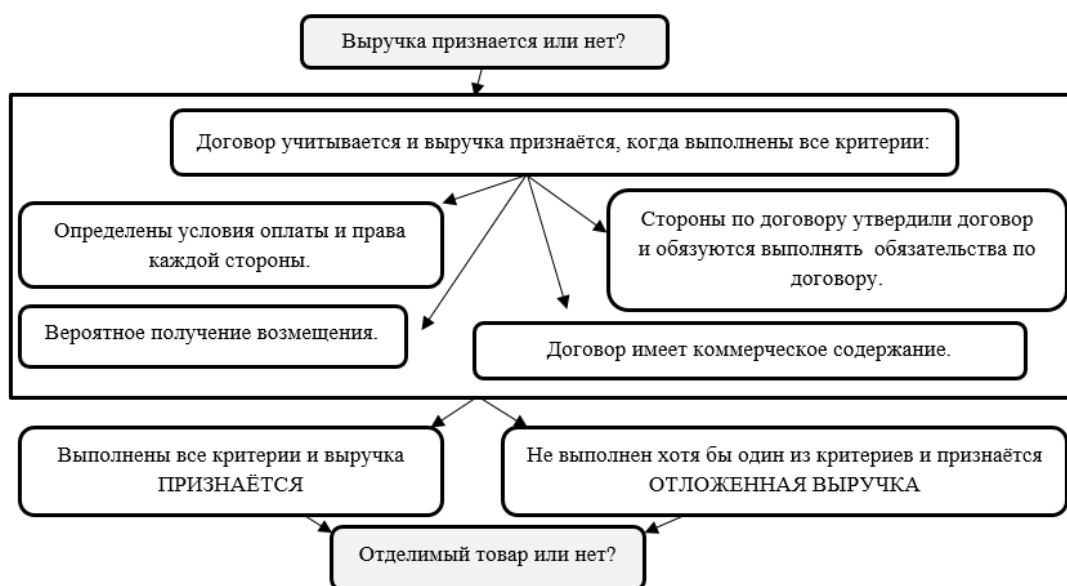


Рисунок 1. – Этапы определения момента признания выручки от реализации продукции

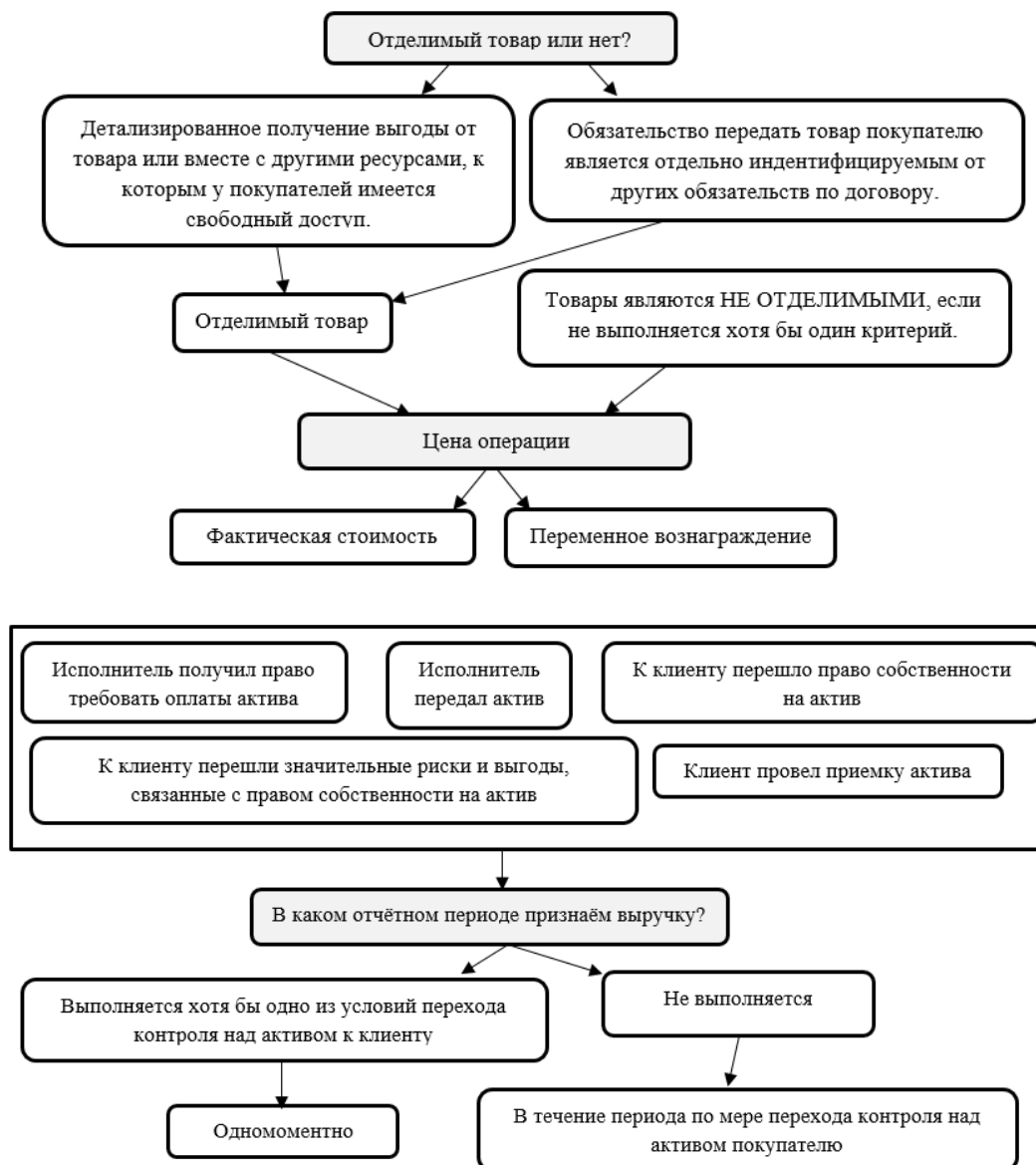


Рисунок 2. – Этапы определения момента признания выручки от реализации продукции

С целью исследования сходств и различий учета доходов от текущей деятельности разных стран составим таблицу 1.

Таблица 1. – Сходства и различия учета доходов от текущей деятельности в разных странах

Характеристика	Республика Беларусь	Российская Федерация	Республика Украина	США	МСФО (IFRS15)
1	2	3	4	5	6
Определение доходов от текущей деятельности					
Выручка от реализации	-	+	+	-	-
Выручка от реализации и прочие доходы от текущей деятельности	+	-	-	-	-
Фактические или ожидаемые поступления денежных средств от основной деятельности	-	-	-	+	-
Доходы в ходе обычной хозяйственной деятельности	-	-	-	-	+

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Критерии признания выручки					
Переход к покупателю рисков и вы- год, связанных с владением товара	+	-	+	+	+
Право собственности на товар перешло к покупателю	-	+	-	-	+
Выручка может быть определена	+	+	+	-	-
Вознаграждение четко установлено и выручка может быть надежно измерена	-	-	-	+	+
Имеется уверенность в увеличении экономических выгод	-	+	+	-	-
Предполагается получение экономических выгод	+	-	-	-	+
Оплата гарантирована в достаточной степени	-	-	-	+	-
Расходы могут быть определены	+	+	+	-	+
Организация не контролирует продан- ные товары	-	-	+	-	+
Выручка вытекает из конкретного договора	-	+	-	-	-
Оценка дохода (выручки)					
В сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине поступ- ления денежных средств	-	+	-	-	-
Исходя из того объема прав на переменную компоненту возна- граждения, который предусмотрен контрактом.	-	-	-	-	+
По справедливой стоимости	-	-	+	+	+

Примечание: собственная разработка на основании изученной специальной экономической литературы.

Как следует из таблицы 1, определение доходов от текущей деятельности в Республике Беларусь и в странах постсоветского пространства является практически одинаковым, за исключением того, что Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов №102 Республики Беларусь кроме выручки от реализации в состав доходов по текущей деятельности включает и «прочие доходы по текущей деятельности». В МСФО и в общепринятых принципах бухгалтерского учета (ОПБУ) США нет четкого определения доходов по текущей деятельности. Они сразу основываются понятием «выручка». Согласно МСФО 15 выручка определяется как доходы в ходе обычной хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта [2]. ОПБУ США (SFAC 5, п. 83–84) определяют выручку как приток фактических или ожидаемых денежных средств, произошедший или ожидаемый вследствие непрерывной деятельности компании.

Вопросы признания выручки от реализации продукции, товаров, услуг как в Международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), так и в Республике Беларусь и зарубежных странах являются одним из важнейших аспектов в оценке деятельности компании и перспектив ее развития. Выручка признается, если вероятно, что организация в будущем получит экономические выгоды (МСФО, ОПБУ США, Республика Беларусь). В нормативных актах Российской Федерации и Республики Украина говорится, что выручка признается, когда имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации. Т.е. отличие в трактовках «вероятно» и «имеется уверенность».

Следующий критерий признания выручки во всех сравниваемых странах, кроме Российской Федерации и МСФО, заключается в переходе к покупателю рисков и выгод, связанных с владением товара. ПБУ 9/99 «Доходы организации» Российской Федерации говорит не про переход рисков и выгод, а про переход права собственности на продукцию (товар) от продавца к покупателю. По нашему мнению, российский документ МСФО дает более точное определение этому условию признания выручки.

Еще одним общим критерием у стран постсоветского пространства является то, что сумма выручки может быть определена. В МСФО И ОПБУ США существует такой же критерий, но с немного другой трактовкой, а именно, согласно МСФО выручка может быть надежно измерена, а ОПБУ США выделяют при признании выручки тот факт, что вознаграждение, получаемое от покупателя, должно быть четко установлено и определено.

Также имеется общий критерий признания выручки в нормативных актах Беларуси, России, Украины и в МСФО, суть которого состоит в том, что расходы, которые произведены или будут произведены при совершении хозяйственной операции, могут быть определены. В ОПБУ США такой критерий отсутствует.

В МСФО и в ПСБУ 15 «Доход» Республики Украина существует критерий, который устанавливает, что предприятие не осуществляет дальнейшее управление и контроль за реализованной продукцией (товарами, другими активами) [3]. Остальными анализируемыми странами этот критерий не затрагивается. Мы считаем, что указание вышеназванного критерия в нормативных документах не является обязательным, так как его существование само собой разумеется при реализации продукции, товаров, работ, услуг (передаче покупателю права собственности на товар).

Отличительным критерием признания выручки в ПБУ 9/99 «Доходы организации» Российской Федерации является то, что выручка вытекает из конкретного договора. В Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов №102 Республики Беларусь и в ПСБУ 15 «Доход» Республики Украина такой подход отсутствует. Что же касается МСФО и ОПБУ США, Совет по МСФО и американский Совет по стандартам финансовой отчетности сосредоточили свое внимание на модели признания выручки на основе изменения контрактных активов и обязательств.

Оценка выручки в ПСБУ 15 «Доход» Республики Украина, в МСФО и ОПБУ США происходит по справедливой стоимости вознаграждения, полученного или подлежащего получению. Справедливая стоимость – сумма, на которую можно обменять актив или произвести расчет по обязательству при совершении сделки между хорошо осведомленными, желающими совершить такую операцию независимыми сторонами. В ПБУ 9/99 «Доходы организации» Российской Федерации выручка принимается к бухгалтерскому учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине поступления денежных средств и иного имущества и (или) величине дебиторской задолженности. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов №102 конкретной оценки выручки не содержит. В МСФО выручка оценивается исходя из того объема прав на переменную компоненту вознаграждения, который предусмотрен контрактом.

На основании проведенной сравнительной характеристики учета доходов от текущей деятельности в Республике Беларусь, в зарубежных странах и по МСФО, отметим, что в учете присутствуют определенные сходства. Объясняется это заинтересованностью в том, чтобы сделать сопоставимой отчетность разных стран. Для этого разные страны свой национальный учет постепенно приводят в соответствие с МСФО. Это касается также и Республики Беларусь, которая стала на путь сближения национального учета с МСФО.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов : постановление М-ва финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 № 11) и признании утратившими силу некоторых постановлений М-ва финансов Респ. Беларусь и их отдельных структурных элементов.
2. Выручка по контрактам с клиентами : МСФО (IFRS) 15. Международный стандарт финансовой отчетности.
3. Доход : ПСБУ 15, утв. приказом М-ва финансов Украины от 29 ноября 1999 г. № 290, с изм. и доп. от 9 дек. 2011 г. № 1591.

УДК 657.6: 351.863.1

**НАПРАВЛЕНИЯ АУДИТА В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БИЗНЕСА****Н.А. СОТНИЧЕНКО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.Б. МАЛЕЙ)*

Приведены основные этапы осуществления аудита экономической безопасности бизнеса Республики Беларусь, обоснованы и выделены перспективные направления аудита экономической безопасности бизнеса. Результаты могут быть использованы в практической деятельности организаций различных сфер деятельности, а также в научно-исследовательском и учебном процессе.

Введение. В основе экономической защиты деятельности хозяйствующего субъекта лежит комплексный и системный подход к обеспечению его безопасности. Для этого необходимо проводить аудит в контексте обеспечения экономической безопасности, который включает комплексный анализ всех наиболее важных бизнес-процессов на предмет поиска недостатков и просчетов, которые могут составлять возможные угрозы функционирования и привести к непредвиденным потерям для организации.

Прогнозирование кризисных явлений, банкротства и определение путей выхода из создавшейся угрожающей обстановки, а также способов укрепления экономической безопасности бизнеса становится важнейшей задачей в современных условиях хозяйствования. Таким образом, возникает необходимость использования новых подходов к методике контроля и аудита.

Основы аудита в контексте обеспечения экономической безопасности. Под экономической безопасностью хозяйствующего субъекта следует понимать защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от внешних или внутренних экономических угроз и способность к его воспроизводству.

Одним из элементов управления субъектом, который дает возможность повысить достоверность учетной информации и повлиять на состояние экономической безопасности является система аудита. Характер аудита и процедуры его проведения будут отличаться в зависимости от составляющих экономической безопасности, относительно которых проводится соответствующий аудит.

В общем процедура аудита в контексте обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта включает:

1) Подготовительную стадию проведения аудита безопасности (установление объемов и масштабов деятельности аудиторов).

2) Для определения содержания основной стадии отдельно выделим анализ в контексте обеспечения экономической безопасности. Заключительным этапом анализа является оценка уровня экономической безопасности, что в нашем случае и является основной стадией аудита.

3) Завершающую стадию аудита (составление аудиторского заключения).

Уровень экономической безопасности связан с финансовым состоянием хозяйствующего субъекта, либо финансовой устойчивости. Рассмотрим 4 типа финансовой устойчивости:

1) Абсолютная устойчивость финансового состояния. При абсолютной финансовой устойчивости организация не зависит от внешних кредиторов, запасы и затраты полностью покрываются собственными ресурсами.

2) Нормальная устойчивость финансового состояния. При нормальной устойчивости финансового состояния организация платежеспособна.

3) Неустойчивое финансовое состояние. При неустойчивом финансовом состоянии возрастает риск неплатежеспособности.

4) Кризисное финансовое состояние, при котором компания находится на грани банкротства.

Обобщая данные типы, мы можем выделить положительное состояние (1 и 2 типы) и отрицательное состояние хозяйствующего субъекта (3 и 4 типы). В таблице 1 представлена сравнительная характеристика по целям аудита финансовой отчетности в контексте обеспечения экономической безопасности.

Как можно видеть из таблицы 1, при отрицательном состоянии (а именно на стадии банкротства, внешнего управления, санации) аудит в контексте обеспечения экономической безопасности представляет собой аудит финансовой отчетности при банкротстве (ликвидационный баланс).

Составим сравнительную таблицу источников информации для проведения аудита финансовой отчетности организации на различных стадиях её функционирования. Данные представлены в таблице 2.

В таблице 2 существуют различия между такими источниками, как отчетность, регистры учета и набор первичных документов, а также плановая информация (бизнес-план) для положительного, либо отрицательного состояния субъекта.

Таблица 1. – Сравнительная таблица по целям аудита в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь

Статус аудита	Положительное состояние	Отрицательное состояние
Этап бизнес-цикла при проведении аудита	-	На стадии банкротства, внешнего управления, санации
Обязательный аудит (в рамках действующего законодательства)	Подтверждение достоверности отчетности и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета законодательству	Подтверждение достоверности отчетности и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета законодательству
Обязательный аудит (в рамках предлагаемых изменений)	-	1. Подтверждение достоверности ликвидационного баланса и соответствия порядка оформления и отражения операций, связанных с его формированием по законодательству. 2. На стадии внешнего управления подтверждение соответствия порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РБ и обоснованности бизнес-плана
Инициативный аудит	-	Подтверждение достоверности формирования ликвидационного баланса или остатков по отдельным статьям и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета на аудируемом субъекте по законодательству РБ

Примечание: собственная разработка на основании изучения экономической литературы.

Таблица 2. – Источники информации для проведения аудита на различных стадиях бизнес-цикла

Наименование информационных источников	Положительное состояние	Отрицательное состояние
Хозяйственно–правовые документы	Договоры, соглашения	
Документы, определяющие систему ведения бухгалтерского учета	Учетная политика, график документооборота, рабочий план счетов	
Плановая информация	Бизнес-план, планы производства на текущий период	Бизнес-план по выводу организации из кризиса
Отчетность	Бухгалтерская (финансовая), статистическая, налоговая, управленческая	Ликвидационный баланс
Регистры бухгалтерского учета	Ведомости аналитического учета, данные оперативного учета, выгрузки учетных регистров (карточки счетов, анализ счетов, ОСВ, оборотные ведомости по счетам), разработочные таблицы	Данные оперативного учета
Первичные документы	Приказы, распоряжения; товарные накладные, накладные на внутреннее перемещение; расчеты себестоимости продукции, бухгалтерские справки об исправлении ошибок; приходные и расходные кассовые ордера, выписки банка, платежные требования / поручения и др.	Учетно-аналитические процедуры в части инвентаризации активов и обязательств (инвентаризационные описи, акты инвентаризации, сличительные ведомости)

Примечание: собственная разработка на основании изучения экономической литературы.

Направления аудита в контексте обеспечения экономической безопасности. В системе оценки экономической безопасности нами были выделены индикаторы экономической безопасности. Данные индикаторы должны отражать отраслевую специфику и условия деятельности предприятия. Для средне-статистического предприятия нами были предложены типовые индикаторы, разделенные на три группы: производственные, финансовые, которые относятся к аудиту финансовой отчетности, социально-экономические, а также экологические и управленческие.

Чтобы организация функционировала с более устойчивым развитием, и ее экономическая безопасность обеспечивалась более основательно, нами также были предложены дополнительные индикаторы, такие как экологические и управленческие группы индикаторов [2]. Соответственно для новых индикаторов необходимо определить направления аудита, не связанные с аудитом финансовой отчетности организации:

1. Важная роль в обеспечении экономической безопасности предприятия на современном этапе развития экономики различных стран отводится экологоориентированному аудиту. В целом система эколого-ориентированного учета должна включать в себя три основные составляющие:

- учет экологических финансовых обязательств;
- отчетность об экологической деятельности;
- аудит экологической деятельности.

Экологический аудит проводится в соответствии с законодательством, например, в Республике Беларусь с Положением о порядке проведения экологического аудита [1]. Экологический аудит проходит в несколько этапов:

1. Заключение договора между экологическим аудитором и природопользователем на проведение экологического аудита.
2. Сбор и анализ информации, представленной природопользователем.
3. Составление плана проведения экологического аудита.
4. Выезд экологического аудитора на место проведения аудита.
5. Подготовка заключения о проведении экологического аудита.
6. Подготовка рекомендаций о снижении вредного воздействия деятельности аудируемого субъекта на окружающую среду [3].

Соотнесем основные моменты экологического аудита и аудита финансовой отчетности и выделим основные различия в таблице 3.

Таблица 3. – Различия между экологическим аудитом и аудитом финансовой отчетности

Аудит финансовой отчетности	Экологический аудит
Установленные законом требования	Добровольная деятельность предприятия
Ежегодное событие	Нет фиксированного расписания
Аудиторское заключение	Советы и рекомендации
Осуществляется аудиторской организацией	Является внутренним механизмом управления предприятием
Установленный законом минимальный объем работы	Требования к выполняемой работе оговариваются индивидуально

Примечание: источник [4].

2. Одним из элементов, составляющих экономическую безопасность предприятия, являются социальные отношения. Управлять и контролировать социальные отношения на предприятии помогает социальный аудит. Социальный аудит используется при выполнении различного рода задач, среди которых особое внимание заслуживают: оценка формальных и неформальных правил поведения коллектива предприятия, измерение степени корпоративной ответственности, учет мнения сторон с целью улучшения условий труда и т.д.

Предметом социального аудита является достоверная и объективная информация, поступающая со всех уровней обследования социоэкономических отношений через анализ существующей нормативно-правовой документации, а также оценка информации, полученной с помощью исследований, опросов, интервью, мониторинга, статистических данных и т.д.

Обычно в рамках социального аудита осуществляются:

- аудит соответствия - оценивает соответствие практических действий нормам, правилам, планам и предписаниям, существующим в организации, а также качество информационного обмена между его подразделениями.
- аудит эффективности (аудит управления) оценивает соответствие методов внутреннего управления организацией его целям и возможность их совершенствования. Аудит службы управления персоналом осуществляется по трем уровням [5].

Социальный аудит предполагает аудит конкретных характеристик качества трудовой деятельности предприятия:

- аудит трудового потенциала (профессионализм, образование, этнокультура, психофизическое состояние);
- аудит мотивации и деятельности трудовых ресурсов, материальное и моральное стимулирование труда, социальная защищенность работника, эргономика, участие сотрудника в управлении, корпоративная культура.

3. Управленческий аудит - это еще одна зримая, четко различаемая разновидность узкоспециализированной, высокоэффективной интеллектуальной человеческой деятельности, имеющей большое будущее.

Другими словами, управленческий аудит предприятий является еще одним обособленным видом экономической деятельности специально подготовленных для нее людей, рынок услуг которых только начинает формироваться.

Результаты управленческого аудита могут быть открытыми полностью или частично. Отдельные данные, полученные в процессе управленческого аудита, могут быть закрытыми, как представляющие коммерческую тайну обследованного предприятия.

Управленческий аудит предприятия целесообразнее всего проводить раз в год, желательно в начале текущего года, после того как составлен и утвержден годовой отчет по результатам работы данной компании в истекшем году.

По своей сути управленческий аудит предприятий является экономической диагностикой, существующей на обследуемом предприятии системы управления его производственной, коммерческой и социальной деятельностью с последующей разработкой комплекса всесторонних мероприятий, направленных на устранение выявленных в этой системе недостатков.

В целом, аудит экономической безопасности предприятия выступает инструментом не только оценки ее уровня, но и инструментом управления рисками в целом. Предотвращение угроз снижения экономической безопасности предприятия обеспечивает защиту также и социальных и информационных его интересов.

Использование аудита в контексте обеспечения экономической безопасности позволяет гарантировать точность бухгалтерской и финансовой информации, осуществлять оперативный контроль за всеми видами деятельностью предприятия. Результаты использования аудита экономической безопасности предприятия выступают только внутренним инструментом управления.

Выводы. На основании проведенной оценки угроз и существующих индикаторов экономической безопасности предложена система аудита в контексте обеспечения управления экономической безопасностью, предусматривающая устранение и снижение уровня угроз.

В зависимости от выбранного направления дальнейшего развития предприятия могут быть определены следующие направления аудита:

- аудит достоверности показателей бухгалтерской отчетности;
- социальный аудит;
- экологический аудит;
- управленческий аудит.

Взаимодействие организаций и аудиторов в контексте обеспечения экономической безопасности заключается не только в проведении аудита финансовой отчетности, но и в оказании полного спектра сопутствующих аудиту услуг, определенных законодательством.

Проведение аудита несостоятельных организаций, должно быть закреплено на законодательном уровне, что позволило бы государству осуществлять полный контроль за деятельностью значимого сектора экономики в настоящее время.

Полученные теоретические и методические результаты позволяют рекомендовать предприятиям включать в программы социально-экономического развития в качестве обязательных разделы, содержащие анализ риска реализуемости этих программ, методiku управленческого, финансового и оперативного учета, а также требовать дополнения этих программ комплексами мероприятий по нейтрализации или смягчению последствий наиболее существенных факторов хозяйственного риска в случае их проявления.

ЛИТЕРАТУРА

1. О порядке проведения экологического аудита [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 26.05.2016 № 412. – Режим доступа: <http://www.government.by/ru/solutions/2504>. – Дата доступа: 18.09.2018.
2. Сотниченко, Н.А. Индикаторы и источники информации анализа в контексте обеспечения экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс] / Н.А. Сотниченко // Электронный сборник трудов молодых специалистов Полоцкого государственного университета. Экономические науки. – 2017. – Вып. 16 (86). – С. 148–151. – 1 электрон. опт. диск.
3. Ёдчик А.В. Экологический аудит: как проводить по-новому? [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://ecologia.by/number/2016/7/Ekologicheskij_audit_kak_provodit_po_novomu/. – Дата доступа: 18.09.2018.
4. Мотосова, Е.А. Разработка экономических методов экологизации хозяйственной деятельности предприятий : дис. ... канд. экон. наук / Е.А. Мотосова. – М., 2004. – 151 с.
5. Вагин, А.П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики (опыт ФРГ) / А.П. Вагин, В.И. Митирко, А.В. Модин. – М. : Дело, 2002.

УДК 657

**МСФО: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ
КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ****Д.Ю. ВАСИЛЕВИЧ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.А. БОРЕЙКО)*

В условиях постоянного обострения конкуренции информация о бизнесе имеет все более важное значение. Чтобы получить информацию о деятельности группы субъектов, совокупности индивидуальных отчетностей недостаточно – возникает необходимость в предоставлении консолидированной отчетности. Международные стандарты финансовой отчетности содействуют высокому уровню ведения бухгалтерского учета, составления и сопоставления финансовой отчетности субъектов хозяйствования во всем мире.

При подготовке консолидированной отчетности следует учитывать все имеющиеся международные стандарты финансовой отчетности, однако наиболее активно применяются:

- 1) Концепция МСФО и IAS 1 «Представление финансовой отчетности»;
- 2) IAS 12 «Налоги на прибыль»;
- 3) IAS 28 «Инвестиции в ассоциированные компании и дочерние предприятия»;
- 4) IAS 34 «Промежуточная финансовая отчетность»;
- 5) IFRS 1 «Первое применение МСФО»;
- 6) IFRS 3 «Объединения бизнеса»;
- 7) IFRS 5 «Активы, предназначенные для продажи»;
- 8) IFRS 10 «Консолидированная финансовая отчетность».

В соответствии с МСФО (IFRS) 10 [1, прил. А] консолидированная финансовая отчетность – это финансовая отчетность группы¹, в которой активы, обязательства, собственный капитал, доход, расходы и денежные потоки материнской организации² и ее дочерних организаций³ представлены как таковые единого субъекта экономической деятельности.

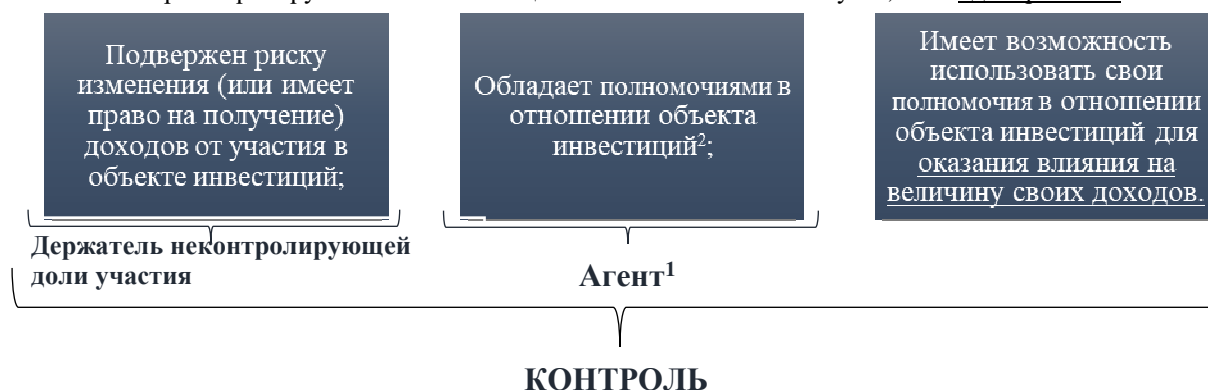
¹Группа – материнская организация и ее дочерние организации (!Ассоциированные компании не упоминаются в определении группы!) [1, приложение А].

²Материнская организация – организация, которая контролирует одну или несколько организаций [1, приложение А].

³Дочерняя организация – организация, находящаяся под контролем другой организации [1, приложение А].

Прежде, чем приступить к формированию консолидированной финансовой отчетности необходимо установить наличия контроля, то есть определить является ли организация материнской.

Инвестор контролирует объект инвестиций в том и только в том случае, если одновременно он:



Источник: собственная разработка на основании изученного МСФО (IFRS) 10 [1, п. 6-7]

¹Агент – это сторона, привлеченная прежде всего с целью осуществления деятельности от имени и в интересах другой стороны или сторон (принципала (принципалов)) [1, приложение В, п. В58].

²Инвестор обладает полномочиями в отношении объекта инвестиций, если у инвестора имеются существующие права, которые предоставляют ему возможность в настоящее время управлять значимой деятельностью, то есть деятельностью, которая оказывает значительное влияние на доходы объекта инвестиций [1, п. 10].

Основные этапы формирования консолидированной финансовой отчетности выглядят следующим образом:

1. Формирование материнской и дочерними структурами индивидуальных финансовых отчетностей. Здесь есть 2 варианта:

а) все структуры формируют индивидуальную отчетность по собственным учетным политикам. В таком случае, перед процедурами консолидации потребуются привести все индивидуальные отчетности в сопоставимый вид;

б) разрабатывается единая учетная политика для всех структур и они в последующем составляют свои индивидуальные отчетности в соответствии с ней.

Хотелось бы отметить, что следует четко разграничивать понятия «индивидуальная отчетность» и «отдельная отчетность». Таким образом:

Отдельная финансовая отчетность – отчетность, составляемая материнской организацией (т. е. инвестором, имеющим контроль над дочерней организацией) или инвестором, имеющим совместный контроль над объектом инвестиций или значительное влияние на него, финансовая отчетность, в которой инвестиции учитываются по первоначальной стоимости или в соответствии с МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» [2].

Другими словами, это финансовая отчетность, в которой компания может по своему выбору учитывать инвестиции в дочерние компании, ассоциированные компании и совместные предприятия или по себестоимости, или как финансовый актив в соответствии с МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты», или по методу долевого участия в соответствии с МСФО (IAS) 27 «Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия» [3].

Отдельная финансовая отчетность – финансовая отчетность, которая представляется в дополнение к консолидированной финансовой отчетности или к финансовой отчетности, в которой инвестиции в ассоциированные организации или совместные предприятия учитываются по методу долевого участия. Отдельную финансовую отчетность не требуется прилагать к указанной финансовой отчетности или включать в сопровождение к ней.

Финансовая отчетность, составленная с использованием метода долевого участия, не является отдельной финансовой отчетностью. Аналогично финансовая отчетность организации, не имеющей ни дочерних организаций, ни ассоциированных организаций и не являющейся участником совместных предприятий, не является отдельной финансовой отчетностью [2].

А под индивидуальной финансовой отчетностью (МСФО: финансовой отчетностью общего назначения или финансовой отчетностью) нами подразумевается отчетность, отражающая активы, обязательства, собственный капитал, доход, расходы и денежные потоки одной организации или те отчетности, которые в последствие включаются в консолидированную финансовую отчетность.

2. При необходимости приведение индивидуальных отчетностей в сопоставимый вид (если они были составлены в соответствии с различными учетными политиками).

3. Производство консолидационных корректировок:

а) балансовая стоимость инвестиций материнской компании в каждую дочернюю компанию и часть капитала каждой дочерней компании, принадлежащая материнской компании, элиминируются (взаимно исключаются); в результате объединения может возникнуть гудвил, который отражается в консолидированном отчете о финансовом положении отдельной строкой;

б) определяющие неконтролирующие доли участия в прибыли или убытке консолидированных дочерних компаний за отчетный период;

в) неконтролирующие доли участия в чистых активах консолидированных дочерних компаний указываются отдельно от капитала акционеров материнской компании. Неконтролирующая доля участия в чистых активах состоит из:

– неконтролирующей доли участия в чистых активах дочерней компании на дату объединения бизнеса (определяется в соответствии с МСФО (IFRS) 3);

– неконтролирующей доли участия в изменениях капитала дочерней компании с момента приобретения до отчетной даты. Неконтролирующая доля участия представляется в консолидированном отчете о финансовом положении в составе капитала отдельно от капитала материнской компании.

г) внутригрупповые остатки, операции, доходы и расходы, имевшие место между компаниями группы, должны быть полностью исключены [3].

Таким образом, еще одной характерной особенностью консолидированной отчетности является наличие следующих статей:

1. Гудвил (в отчете о финансовом положении).

Гудвил – это актив, представляющий собой будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, приобретенных при объединении бизнесов, которые не идентифицируются и не признаются отдельно [4, приложение А].

2. Неконтролирующая доля участия (в отчете о финансовом положении).

Неконтролирующая доля участия – доля в собственном капитале дочерней организации, не относящаяся прямо или косвенно на материнскую организацию [4, приложение А].

3. Прибыль от выгодной покупки (в отчете о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе). Возникает при превышении стоимости чистых активов над рыночной стоимостью приобретаемого бизнеса (другими словами, отрицательный гудвил) или превышение суммы вознаграждения над стоимостью активов приобретенного бизнеса (при увеличении суммы чистых активов дочерних структур после приобретения).

4. Последним этапом является непосредственно составление консолидированной финансовой отчетности: агрегирование соответствующих статей отчетностей материнской и дочерних структур, полученных после процедур, описанных в пунктах выше.

ЛИТЕРАТУРА

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finotchet.ru/articles/89/>. – Дата доступа: 10.09.2018.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 10 «Отдельная финансовая отчетность» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finotchet.ru/articles/147/>. – Дата доступа: 10.09.2018.
3. Pricewaterhouse Coopers : учеб. пособие АСАА ДипИФР – М. : Россия acca.dipifr@ru.pwc.com, 2016 г. – 586 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/training/assets/dipifr-dec2014-textbook.pdf>. -- Дата доступа: 17.09.2018.
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finotchet.ru/articles/82/>. – Дата доступа: 10.09.2018.

УДК 657.1

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ РАДИОАКТИВНЫХ ОТХОДОВ КАК ОБЪЕКТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

А.А. ХАРЧЕНКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.В. ПРИМАКОВА)

Проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности понятий «отходы», «радиоактивные отходы», проведен анализ и разработаны понятия, которые наиболее точно отражают содержание вышеуказанных определений, приведена авторская классификация вышеупомянутых определений.

Хозяйственная деятельность предприятий почти всегда связана с образованием отходов, что определяет необходимость их выделения в качестве объекта бухгалтерского учета.

Отходы образуются во всех сферах хозяйственной деятельности, в том числе и в энергетике. Эти отходы являются опасными для человека и окружающей среды. И для организации правильного обращения с радиоактивными отходами необходимо вести их учет, который требует грамотного определения сущности понятия «радиоактивные отходы».

В настоящее время в Республике Беларусь отсутствует нормативная база по учету радиоактивных отходов, а в связи со строительством Островецкой АЭС назревает вопрос о её необходимости.

Для более подробного исследования сущности понятия «радиоактивные отходы» нами была рассмотрена суть обобщающего понятия «отходы», представленная в нормативных документах стран СНГ, трудах различных авторов (В.И. Решняк, О.В. Витязева, П.В. Толстов, А.С. Гринин, Б.Б. Бобович, В.Г. Гавриленко и другие) и других источниках.

Проанализировав собранные данные, мы дали свое определение отходов на их основе. Отходы – это вещества или отработки, которые образуются в результате бытовой или производственной деятельности человека и не используются на месте своего образования, при этом полностью или частично утрачивают свои потребительские свойства.

Рассмотрев и проанализировав некоторые определения категории «радиоактивные отходы», предлагаемые разными авторами (Е.Э. Боровский, М.С. Хвостова) и другими источниками, и приняв во внимание общую сущность определения категории «отходы», мы можем дать свое определение категории «радиоактивные отходы»: радиоактивные отходы – это непригодные для использования вещества или отработки, которые образуются в результате хозяйственной деятельности человека, содержание и активность радионуклидов в которых превышает допустимые уровни.

Для целей бухгалтерского учета радиоактивные отходы следует классифицировать. Но сперва необходимо провести классификацию отходов как объектов бухгалтерского учета.

Классификация отходов, установленная Законом Республики Беларусь «Об обращении с отходами» от 20 июля 2007 г. № 271-З, представлена в таблице 1.

Таблица 1. – Классификация отходов согласно законодательству Республики Беларусь

Классификационный признак	Классификационные группы
по происхождению	отходы производства
	отходы потребления
по степени опасности	опасные
	неопасные
по возможности использования	вторичные материальные ресурсы
	иные отходы
по видам в зависимости от агрегатного состояния	жидкие
	твердые

Примечание: собственная разработка на основе источника [1].

Отходы производства – отходы, образующиеся в процессе осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями экономической деятельности (производства продукции, энергии, выполнения работ, оказания услуг), побочные и сопутствующие продукты добычи и обогащения полезных ископаемых.

Отходы потребления – отходы, образующиеся в процессе жизнедеятельности человека, не связанной с осуществлением экономической деятельности, отходы, образующиеся в гаражных кооперативах,

садоводческих товариществах и иных потребительских кооперативах, а также уличный и дворовый смет, образующийся на территориях общего пользования населенных пунктов.

Опасные отходы – отходы, содержащие в своем составе вещества, обладающие каким-либо опасным свойством или их совокупностью, в таких количестве и виде, что эти отходы сами по себе либо при вступлении в контакт с другими веществами могут представлять непосредственную или потенциальную опасность причинения вреда окружающей среде, здоровью граждан, имуществу вследствие их вредного воздействия. Радиоактивные отходы относятся к опасным отходам.

Вторичные материальные ресурсы – отходы, которые после их сбора могут быть вовлечены в гражданский оборот в качестве вторичного сырья и для использования которых в Республике Беларусь имеются объекты по использованию отходов [1].

Радиоактивные отходы образуются в результате хозяйственной деятельности человека, поэтому по происхождению они являются отходами производства.

Приняв во внимание классификацию, установленную законодательством, и рассмотрев классификации, предложенные различными авторами (Н.В. Тумашик, Е.Н. Саяпина), была разработана авторская классификация отходов, которая приведена в таблице 2.

Таблица 2. – Классификация отходов производства для организации бухгалтерского учета

Признаки классификации	Классификационные группы отходов
По происхождению	Отходы органические природного происхождения;
	Отходы минерального происхождения;
	Отходы химического происхождения.
По источнику формирования	Отходы различных отраслей хозяйственной деятельности.
По классу опасности	1-го класса опасности
	2-го класса опасности
	3-го класса опасности
	4-го класса опасности
По возможности утилизации на предприятии	Утилизируемые
	Трудноутилизируемые
	Неутилизируемые
По возможности дальнейшего использования	Возвратные
	Безвозвратные
По целевому назначению	Подлежащие ликвидации
	Используемые в качестве сырья
	Используемые в качестве вспомогательных материалов или для получения энергии
	Реализуемые за оплату сторонним организациям
По отношению к хозяйственным процессам	Отходы на стадии заготовки
	Отходы на стадии производства
	Отходы на стадии реализации
По отношению к производственному процессу	Отходы основного производства
	Отходы вспомогательного производства
	Отходы обслуживающего производства
По отношению к технологическому процессу	Отходы, возникающие на различных стадиях технологического процесса
По причинам возникновения	Организационные
	Технологические
	Технические
По возможности оценки	Отходы, подлежащие денежной оценке
	Отходы, не имеющие денежную оценку, но учитываемые в количественном выражении
По способам оценки	По цене реализации
	По цене возможного использования

Примечание: собственная разработка на основе источников [2, 3].

Согласно законодательству, отходы, содержащие в своем составе вещества, обладающие каким-либо опасным свойством или их совокупностью, в таких количестве и виде, что эти отходы сами по себе либо при вступлении в контакт с другими веществами могут представлять непосредственную или потенциальную опасность причинения вреда окружающей среде, здоровью граждан, имуществу вследствие их вредного воздействия, являются опасными отходами. Таким образом, радиоактивные отходы относятся к

опасным отходам, поэтому имеет место быть классификация отходов в зависимости от класса опасности. Принято выделять 4 класса опасности отходов:

- первый класс опасности – чрезвычайно опасные;
- второй класс опасности – высокоопасные;
- третий класс опасности – умеренно опасные;
- четвертый класс опасности – малоопасные [1].

Радиоактивные отходы относятся к первому классу опасности как чрезвычайно опасные отходы. От правильности определения класса опасности отходов зависит выбор способа их утилизации. Для работы с отходами первого класса опасности необходимо применение современных технологий, процесс переработки отходов первого класса должен быть многоступенчатым, все формы строгой отчетности должны быть соблюдены.

Рассмотрев и проанализировав различные источники, мы выяснили, какие основные критерии к классификации радиоактивных отходов выделяет законодательство РФ и большинство авторов, и на основании этого разработали классификацию радиоактивных отходов, приведенную в таблице 3.

Таблица 3 – Классификация радиоактивных отходов

Критерий классификации	Классификационные группы отходов
По соотношению рисков, связанных с радиационным воздействием к затратам, связанным с их захоронением	Удаляемые
	Особые
По агрегатному состоянию	Жидкие
	Твердые
	Газообразные
По составу излучения	α- излучение
	β- излучение
	γ- излучение
	нейтронное излучение
По степени активности	Низкоактивные
	Среднеактивные
	Высокоактивные
По времени жизни	Короткоживущие
	Среднеживущие
	Долгоживущие

Примечание: собственная разработка на основе источников [4, 5].

Удаляемые радиоактивные отходы – радиоактивные отходы, для которых риски, связанные с радиационным воздействием, иные риски, а также затраты, связанные с извлечением таких радиоактивных отходов из пункта хранения радиоактивных отходов, последующим обращением с ними, в том числе захоронением, не превышают риски и затраты, связанные с захоронением таких радиоактивных отходов в месте их нахождения.

Особые радиоактивные отходы - радиоактивные отходы, для которых риски, связанные с радиационным воздействием, иные риски, а также затраты, связанные с извлечением таких радиоактивных отходов из пункта хранения радиоактивных отходов, последующим обращением с ними, в том числе захоронением, превышают риски и затраты, связанные с захоронением таких радиоактивных отходов в месте их нахождения [4].

В ходе работы были проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности и классификации радиоактивных отходов; разработано и предложено определение отходов, радиоактивных отходов и их классификация.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об обращении с отходами : Закон Республики Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-3.
2. Тумашик, Н.В. Проблемы учета затрат на качество, брак и утилизацию отходов производства / Н.В. Тумашик // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 5. – С. 184–187.
3. Саяпина, Е.Н. Возвратные отходы: организация бухгалтерского учета, оценка и налогообложение [Электронный ресурс] / Е.Н. Саяпина. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/articles/account/assets/a11/479341.html>. – Дата доступа 10.04.2018.
4. Об обращении с радиоактивными отходами и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон Рос. Федерации.от 11 июля 2011 г. № 190-ФЗ.
5. Родзинский, Г. Классификация радиоактивных отходов [Электронный ресурс] / Г. Родзинский. – Режим доступа: webkonspect.com/?room=profile&id=8503&labelid=160707. – Дата доступа: 19.04.2018.

УДК 657.01

**СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ И УЧЕТ ВОДОПОЛЬЗОВАНИЯ У ОРГАНИЗАЦИЙ,
ПРИБРЕТАЮЩИХ ВОДУ ЗА ПЛАТУ****О.Ю. ЯКИМЕЦ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)*

Проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности понятий «водные ресурсы», «водное хозяйство», «водопотребление» и «водопользование», провели анализ и разработали понятия, которые наиболее точно отражают содержание вышеуказанных определений.

В Республике Беларусь значительное внимание уделяется рациональному использованию водных ресурсов как составной части экономического потенциала страны.

Рациональное использование водных ресурсов, в особенности пресноводных, — одна из острых глобальных проблем мирового хозяйства.

Использование воды отраслями экономики приводит, с одной стороны, к позитивным последствиям, так как имеется возможность осуществлять производственный процесс, создавать новые виды готовой продукции, выполнять работы, оказывать услуги, с другой стороны – к негативным последствиям, так как происходит загрязнение водных ресурсов, что в конечном итоге нарушает состояние водных ресурсов.

Так как загрязнение водных ресурсов в большинстве случаев происходит посредством промышленности, необходимым фактором развития системы эффективного управления является наличие комплексного бухгалтерского учета у организаций-водопользователей.

В настоящее время ряд вопросов водопользования, а именно экологический, управленческий и финансовый учет, нашли свое отражение в нормативных документах Республики Беларусь. Различные аспекты учета рассматривались в трудах российских ученых (А.И. Белоусова, О.Г. Гайнутдинова, В.Ф. Палий, Я.В. Соколов и др.) и отечественных (Д. А. Панков, В.И. Стражев, О.С. Шимова и др.).

Прежде чем приступать к изучению вопросов учета водопользования необходимо разобраться с вышеуказанным понятием, поскольку в данной области используется разный понятийный аппарат. Так, на практике встречаются понятия: «водные ресурсы», «водное хозяйство», «водопотребление», «водопользование».

Вместе с тем исследовав вышеуказанные понятия, авторы пришли к выводу, что для целей бухгалтерского учета следует применять понятия «водопользование» и «водоотведение».

По мнению Т.Ф. Ефремовой, Ю.И. Фединского, В.П. Теплова, И.В. Жерелиной, водопользование – это «использование водных объектов для удовлетворения нужд населения и хозяйственной деятельности», что совпадает с определением, данным в Законе Республики Беларусь №341-З [1]. Однако, согласно водному кодексу Республики Беларусь, под водопользованием следует понимать использование водных ресурсов и воздействие на водные объекты при осуществлении хозяйственной или иной деятельности [2].

В соответствии с ГОСТ 17.1.1.03-86. «Охрана природы. Гидросфера. Классификация водопользований» для водопользований устанавливаются следующие признаки классификации: цели водопользования; объекты водопользования; технические условия водопользования; условия предоставления водных объектов в пользование; характер использования воды; способ использования водных объектов; воздействие водопользований на водные объекты [3].

Для концепции развития бухгалтерского учета водопользования как системы предлагаем для организации-водопользователя следующую классификацию (табл. 1).

Таблица 1. – Классификация водопользования у организаций-водопользователей

Водопользование		
По целям использования воды	По техническим условиям	По способу использования
- промышленные нужды	Без применения сооружений и устройств	Без изъятия воды
- хозяйственно-питьевое		

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы [3].

Водоснабжение из централизованных систем водоснабжения, прием в централизованные системы водоотведения (канализации) сточных вод производится при наличии договора «Оказание услуг водо-

снабжения и водоотведения», который заключается между организацией ВКХ и абонентом сроком на один год. В нем указываются права, обязанности, ответственность сторон, а также порядок расчета и стоимость оказанных услуг водоснабжения и водоотведения. [4]

Оплата за оказанные услуги, как правило, производится за фактически израсходованную воду. Для этого в соответствии с договором на оказание услуг водоснабжения и водоотведения приобретены и установлены водоизмерительные приборы.

Водоканал выставляет организации-водопользователю для оплаты за оказанные услуги счет-фактуру, в которой указаны количество израсходованной воды, ее цена, стоимость водоснабжения и водоотведения с учетом НДС и без.

Учет водопользования у организаций – водопользователей, приобретающих воду без изъятия за плату у водопроводно-канализационного хозяйства, в настоящее время отражается как в таблице 2.

Таблица 2. – Учет воды у организаций

Содержание хозяйственной операции	Дт	Кт
Произведена оплата за использование воды	60	51
Отражение водопользования как затрат	20, 25, 26	60
Отражение НДС за использование воды	18	60

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы.

Но данная система не позволяет рассчитать, сколько воды приходится на тот или иной вид затрат, поэтому мы предлагаем следующий способ отражения воды на счетах бухгалтерского учета.

Согласно Закону Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности», каждая хозяйственная операция подлежит оформлению первичным учетным документом [5], поэтому мы предлагаем следующие учетные документы:

1. Для учета поступления воды оформлять приходный ордер на основании счет – фактуры, в которой будет отражаться количество воды, поступившей в организацию, ее цена, стоимость, наименование и код поставщика;

2. Для учета использования воды предлагается составлять АКТ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ВОДЫ, в котором будет находиться информация о том, в каком количестве и каким образом используется вода на предприятии;

3. В конце месяца вносить данные об использовании воды в Ведомость распределения воды по местам возникновения затрат. В данной ведомости будут показаны дата измерения, показания счетчиков, количество использованной воды, цена за нее и ее стоимость, а также информация о том, сколько использовано воды на тот или иной вид затрат.

Для синтетического учета воды необходимо открыть отдельный субсчет к счету 10. Например, субсчет 13. Тогда, в бухгалтерском учете следует сделать записи как в таблице 3.

Таблица 3. – Учет водопользования у организаций, приобретающий воду за плату

Содержание хозяйственной операции	Дт	Кт	Документ, подтверждающий хозяйственную операцию
Произведена оплата за использование воды	60	51	Платежное поручение, договор
Учет поступления воды	10/13	60	Приходный ордер, счет-фактура
Отражение НДС	18	60	
Оприходование воды в производство	20, 25, 23, 26	10/13	1. Акт об использовании воды по местам возникновения затрат 2. Ведомость распределения воды по местам возникновения затрат

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы.

В ходе работы были проанализированы и систематизированы подходы к экономической сущности понятий «водные ресурсы», «водное хозяйство», «водопотребление» и «водопользование», провели анализ и разработали понятия, которые наиболее точно отражают содержание вышеуказанных определений. Также предложили авторскую классификацию водопользования для целей бухгалтерского учета и собственную методику отражения воды в бухгалтерском учете для организаций, приобретающих воду у организаций водопроводно-канализационного хозяйства за плату.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2015 г. № 341-З.
2. Водный кодекс Республики Беларуси (изм. и доп.: Закон Республики Беларусь от 18 июля 2016 г. № 399-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.07.2016, 2/2397)) – Режим доступа: <http://kodeksy.by/vodnyu-kodeks>. – Дата доступа: 15.04.2018.
3. Охрана природы. Гидросфера. Классификация водопользований : ГОСТ 17.1.1.03-86.
4. Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 сент. 2016 г. № 788.
5. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 12.07.2013 г. № 57-З / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2013. – 2/2055. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx> – Дата доступа: 02.04.2018.

ФИНАНСЫ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 339.742 (476)

ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ КАК ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.А. ТРУБЧЕНКО

(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)

Рассматривается сущность и необходимость валютного регулирования и контроля Республики Беларусь; обозначены основные регулирующие законодательные акты. Произведена оценка эффективности валютного регулирования в Беларуси.

Одна из функций государства — определение на конкретный период времени целей и задач налогово-бюджетной и денежно-кредитной политики. Эта функция выполняется в пределах географической территории (экономического пространства), находящейся под юрисдикцией правительства данной страны, где могут свободно перемещаться рабочая сила, товары и капитал. Составной частью денежно-кредитной политики является валютная политика.

Валютная политика — это совокупность мер в области валютных отношений, осуществляемых государством в соответствии с выработанными политическими и экономическими ориентирами.

Целью валютной политики является поддержание равновесия платёжного баланса, валютного курса, обеспечение устойчивого функционирования национальной валютной системы [1].

Для стабилизации валютного курса национальной денежной единицы проводятся мероприятия валютного регулирования и контроля.

Наиболее распространённым определением понятия валютное регулирование является следующее: под валютным регулированием понимают совокупность форм и методов организации денежных потоков, как в иностранной, так и в национальной валюте при проведении внешнеэкономических операций в целях укрепления отечественного платёжного баланса, обеспечения стабильности валютного курса и предотвращения оттока капитала [2, с. 163].

Наличие выверенной и чёткой валютной политики и, соответственно, устойчивое и эффективное функционирование механизмов валютного регулирования — один из признаков суверенитета государства.

Необходимо классифицировать валютное регулирование в вертикальном и горизонтальном направлениях.

В вертикальном направлении валютное регулирование реализуется [3, с. 72]:

- на макроуровне, как определение стратегий и направлений валютного регулирования;
- на микроуровне посредством разработки принципов и механизмов реализации директивного и либерального валютного регулирования.

В горизонтальном направлении разграничивается на [3, с. 72]:

- область валютного контроля в сфере валютных отношений;
- область физического перемещения товаров и валютных ценностей.

Основными методами государственного валютного регулирования являются [2, с. 167]:

- валютные интервенции;
- протекционистские меры;
- дисконтная политика;
- девальвация и ревальвация;
- управление официальными золотовалютными резервами с целью их диверсификации.

Надзор за соблюдением субъектами экономических отношений правил обращения валютных ценностей осуществляется в процессе валютного контроля.

Валютный контроль — это определение степени соответствия (несоответствия) реального процесса ведения валютных операций законодательно установленным валютным ограничениям.

В рамках валютного контроля осуществляется комплекс мер, которые принимают форму валютных ограничений в виде запрета, лимитирования, регламентации, задержки совершения операций с валютными ценностями или распоряжения ими.

Применение валютных ограничений зависит от уровня развития экономики, положения страны во внешнеэкономическом обороте и конкретной ситуации, сложившейся на валютном рынке.

В качестве главных целей валютного контроля и валютных ограничений можно выделить следующие [3, с. 74]:

- обеспечение экономической безопасности;
- стимулирование развития внешнеэкономических связей;
- формирование валютных резервов страны;
- выполнение международных обязательств страны.

В соответствии с определенными направлениями внешнеэкономической политики страны и внешнеэкономической деятельностью в форме международного обмена товарами, работами и услугами основным требованием валютного контроля является соблюдение валютного законодательства, которое, как правило, предусматривает комплекс мероприятий по контролю за выполнением текущих операций и операций, связанных с движением капитала (по структуре платежного баланса) [3, с. 76].

Валютное регулирование в Республике Беларусь осуществляется на основе следующих нормативно-правовых актов [4]:

- Закон Республики Беларусь от 22 июля 2003 г. № 226-З «О валютном регулировании и валютном контроле»;
- Указ Президента Республики Беларусь от 27 марта 2008 г. № 178 «О порядке проведения и контроля внешнеэкономических операций»;
- Постановление Правления Национального Банка Республики Беларусь от 29 января 2016 г. № 46 «Об установлении формы отчетности 1044 “О целевом использовании иностранной безвозмездной помощи в виде денежных средств” и утверждении Инструкции о порядке составления и представления банками отчетности 1044 “О целевом использовании иностранной безвозмездной помощи в виде денежных средств” и информации о получении физическими лицами денежных средств, поступивших из-за рубежа»;
- Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 16 апреля 2009 г. № 46 «Об утверждении Инструкции о порядке регистрации сделки и выполнении банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями функций агентов валютного контроля»;
- Постановление Правления Национального Банка Республики Беларусь от 30 апреля 2004 г. № 72 «Об утверждении Правил проведения валютных операций»;
- Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 13 сентября 2006 г. № 129 «О порядке осуществления обязательной продажи иностранной валюты на внутреннем валютном рынке»;
- Банковский кодекс, таможенное законодательство и др. нормативно-правовые акты.

Среди экономистов и финансистов не существует единой позиции по поводу необходимости государственного валютного регулирования и контроля.

Аргументы противников отталкиваются от принципа, доказанного Дж. Винером и др., согласно которому никакая система, в том числе и экономическая, не может достичь всех целей одновременно. В частности, под действием любого государственного регулирования экономика описывает лишь зигзаги, а достижение идеальной точки может быть только кратковременным и случайным событием.

Современное экономическое обоснование валютного регулирования вытекает из выводов монетаристов, сделанных в середине XX в. о том, что мероприятиям по государственному регулированию экономических проблем противодействуют меры по стимулированию экономического роста. Другими словами, чем ниже степень регулирования рынка (и соответственно, чем выше степень либерализации), тем выше темпы экономического роста. Поскольку беспрепятственная работа рынка – наилучший вариант для обеспечения долгосрочного и эффективного распределения ресурсов в экономике, то отсутствие мер валютного регулирования — необходимое условие быстрого экономического роста.

Динамичный процесс формирования и развития валютного рынка невозможен без твердой законодательной базы, регламентирующей в целом поведение участников валютного рынка.

Являясь важным связующим звеном национальной экономики с мировой, валютное регулирование позволяет, с одной стороны, с большей эффективностью использовать все преимущества от участия в мирохозяйственных связях, а с другой – ограничивать негативные воздействия мирового рынка на колебания курса национальной валюты и отток национальных и зарубежных инвестиционных капиталов [3].

Тем не менее, внимание большинства авторов сконцентрировано на оценке эффективности валютного регулирования через показатели открытости и прозрачности экономики.

Для оценки открытости экономики (далее – O) используют показатель внешнеторговой квоты, который рассчитывается как отношение внешнеторгового оборота к ВВП. Опираясь на данные Национального банка Республики Беларусь за 2017 г., мы имеем:

$$O = \frac{\text{внешнеторговый оборот}}{\text{ВВП}} = \frac{72\,900 \text{ млн долларов}}{48\,126 \text{ млн долларов}} * 100\% = 151,5\%, \quad (1)$$

Полученное значение показателя внешнеторговой квоты говорит о том, что экономика Беларуси характеризуется высокой степенью открытости.

Данный показатель позволяет отнести Республику Беларусь к числу лидеров открытой экономики, т.к. в разных странах его величина в 2–3 раза ниже (Германия – 54%, Франция – 44%, РФ – 40%, Япония – 21%). Однако данный показатель субъективен: его высокое значение свидетельствует скорее о малом ВВП, чем о серьезной открытости и эффективной экспортно–импортной политике. Кроме того, его высокий уровень характерен либо для стран с узкой отраслевой специализацией (чего нельзя сказать о Беларуси), либо стран, находящихся в кризисной ситуации [5].

Валютная сфера считается прозрачной, если она регулируется устоявшимися, не допускающими двоякого толкования, общепринятыми законодательными нормами.

Для определения степени прозрачности воспользуемся следующей формулой [5]:

$$P = \frac{NL_1}{NL_2}, \quad (2)$$

где P – степень прозрачности валютной сферы;

NL_1 – количество законов и подзаконных актов;

NL_2 – количество инструктивных писем, разъяснений, телеграмм, регламентирующих валютные отношения.

Для определения данного показателя воспользуемся данными из источника 5:

$$P = \frac{23}{186} = 0,124, \quad (3)$$

Полученное значение говорит о том, что степень прозрачности валютной сферы Беларуси достаточно низкая. Число применяемых указаний органов валютного регулирования и контроля в 8 раз превышает число действующих общепринятых законодательных норм, что отрицательным образом влияет на внешнеэкономическую деятельность и усложняет осуществление валютного контроля в стране.

Таким образом, определяющая роль в управлении экономикой как единой целостной системой принадлежит государству, и в сфере валютных отношений также оно осуществляет регулирующие функции. Одним из инструментов регулирования в системе валютных отношений является валютная политика страны. Средствами её реализации являются валютное регулирование и валютный контроль. Эффективное функционирование механизмов валютного регулирования и вдобавок наличие четкой валютной политики являются одним из признаков суверенитета государства.

Исходя из проведенных расчетов по оценке эффективности валютного регулирования, экономика Беларуси характеризуется достаточно высокой степенью открытости, однако большое количество указаний органов валютного регулирования отрицательно сказывается на осуществлении валютного контроля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркусенко, М.В. Влияние валютной политики на сбалансированность экономического развития: проблемы и их решение в Беларуси / М.В. Маркусенко // Белорус. экон. журн. [Электронный ресурс]. – 2014. – №3. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/24008/1/Markusenko_M._V._S._96-108.pdf. – Дата доступа: 07.09.2018.
2. Валютное регулирование в Республике Беларусь / В.Н. Киблов [и др.]. – Минск : Регистр, 2015. – 160 с.
3. Рудый, К.В. Валютная политика государства: сущность, регулирование [Электронный ресурс] / К.В. Рудый. – Режим доступа: <http://www.bseu.by/russian/scientific/herald/2003/3/030313.pdf>. – Дата доступа: 08.09.2018.

4. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 08.09.2018.
5. Мисевич, И.Ю. Оценка эффективности валютного регулирования в Республике Беларусь и резервы её повышения в условиях экономической интеграции / И.Ю. Мисевич // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сб. науч. ст. пятой междунар. науч.-практ. конф. по вопросам банковской экономики, Пинск, 30-31 окт. 2014 г. / Полесский государственный университет ; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск, 2014. – С. 205–209.

УДК 339.742 (476)

**ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ
В СВЕТЕ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА****В.А. ТРУБЧЕНКО***(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)*

Рассмотрена сущность валютного регулирования и контроля; проведён анализ динамики средне-взвешенных курсов валют по отношению к белорусскому рублю. Оценены результаты проведения политики либерализации в сфере валютного регулирования и контроля.

Международная экономика обычно разделяется на четыре сектора:

– *реальный сектор* отражает реальные экономические операции в экономике между домашними хозяйствами, финансовыми и нефинансовыми корпорациями, органами государственного управления и остальным миром.

– *фискальный сектор* служит прежде всего для перераспределения доходов. Расходы государственного бюджета являются составной частью агрегатированного спроса.

– *монетарный сектор* – представлен денежными потоками, проходящими через центральный и коммерческий банки.

– *внешний сектор* включает операции с зарубежными странами каждого из вышеназванных секторов и отражается в платежном балансе.

Балансы основных секторов экономики (реальный, внешний, фискальный и монетарный) взаимосвязаны – любые меры, принимаемые в ответ на шок в одном секторе, повлияют на баланс хотя бы одного другого сектора.

Внешний сектор отражает экономические операции и финансовые потоки между страной и остальным миром и заключается в оценивании внешней позиции страны, которая представлена платежным балансом и международной инвестиционной позицией (МИП). Одним из ключевых макроэкономических показателей, прогнозируемым в рамках внешнего сектора, является валютный курс [1, с. 1].

Валютный курс – относительная цена валют двух стран, т.е. цена одной валюты, выраженная в единицах другой валюты.

С 1 июня 2015 г. торги по доллару США, евро и российскому рублю проводятся открытым акционерным обществом "Белорусская валютно-фондовая биржа" в режиме непрерывного двойного аукциона. Данный режим торгов предполагает, что заявки на покупку и продажу валюты подаются банками в торговую систему в течение всего времени проведения торговой сессии. В процессе торгов удовлетворение заявок на покупку (продажу) иностранной валюты осуществляется по мере подачи заявок при совпадении заявленных курсов. Таким образом, в ходе торговой сессии по одной валюте заключается множество сделок по различным курсам. Сформированный по результатам торгов средневзвешенный курс по долларам США, евро и российским рублям используется Национальным банком в качестве официального курса белорусского рубля к указанным валютам со дня, следующего за днем проведения торгов.

Режим непрерывного двойного аукциона - наиболее широко используемая в мировой практике форма проведения биржевых торгов различными финансовыми инструментами, в том числе иностранными валютами.

Именно рыночный режим курсообразования, на который Национальный банк Беларуси пошел в 2015 году, позволяет властям сегодня отказываться от административных инструментов регулирования на валютном рынке.

Волатильность курсов валют сглаживается регулированием корзины валют. На данный момент корзина валют Республики Беларусь имеет следующую пропорцию: 40% — российский рубль, 30% — доллар и 30% — евро [2].

К концу 2017 года курс белорусского рубля к доллару составил 1,97, хотя Национальный банк прогнозировал, что доллар будет стоить не менее 2 рублей. За весь год рубль девальвировался к доллару всего на 0,7%. Правда, евро усилился к рублю на 13%, но евро весь год усиливался и к доллару. Незначительно, но белорусский рубль девальвировался и к российскому рублю. Об этом могут свидетельствовать графики курсов на рисунке 1.

Валютный рынок страны во многом поддерживало население, продавая свои сбережения. Только в декабре месяце 2017 года впервые более чем за два года оно выступило по наличной валюте чистым покупателем. За 2015-2017 годы чистая продажа валюты населением составила 3,8 млрд в долларовом эквиваленте.

После двухлетней рецессии в 2017 году экономика Беларуси вышла на положительные значения роста ВВП. Определенную роль в этом сыграли благоприятные внешние факторы. Выросли мировые цены на нефть, нефтепродукты и калийную соль — традиционные статьи белорусского экспорта. В результате внешняя торговля дала хоть и небольшое, но положительное сальдо в размере 63,2 млн долларов. За 2017 год по сравнению с 2016 годом Беларусь увеличила внешнеторговый оборот товаров и услуг на 21,5% до 72,8 млрд долларов. При этом экспорт вырос на 21,7% и составил 36,44 млрд долларов, импорт — на 21,2%, до 36,37 млрд долларов. Традиционно сальдо торговли товарами осталось отрицательным в сумме 2,92 млрд долларов, но оно было перекрыто также традиционно положительным сальдо по услугам (2,99 млрд долларов). Торговый баланс Беларуси в годы рецессии не способствовал росту ВВП, в 2017 году небольшое положительное его сальдо также не имело большого значения при выходе экономики из рецессии [1].

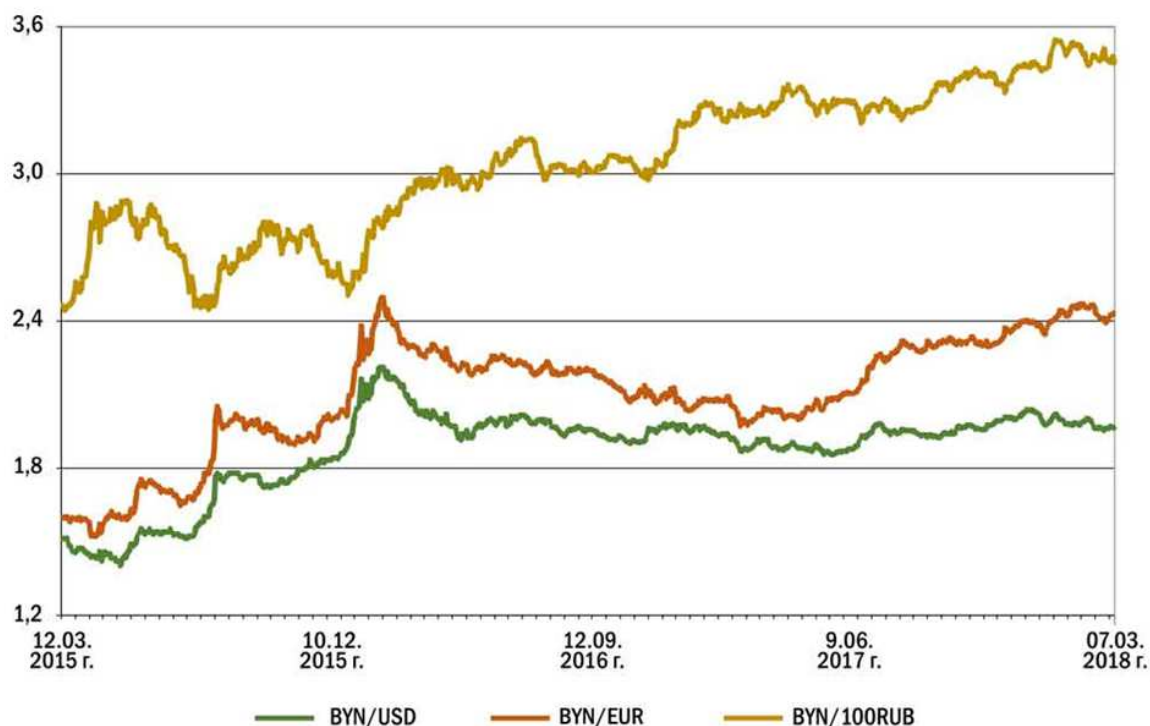


Рисунок 1. – Динамика средневзвешенных курсов доллара США, евро и российского рубля по отношению к белорусскому рублю

Источник: [10].

Для стабилизации валютного курса национальной денежной единицы проводятся мероприятия валютного регулирования и контроля.

Под *валютным регулированием* понимают совокупность форм и методов организации денежных потоков, как в иностранной, так и в национальной валюте при проведении внешнеэкономических операций в целях укрепления отечественного платёжного баланса, обеспечения стабильности валютного курса и предотвращения оттока капитала [3, с.163-164].

Надзор за соблюдением субъектами экономических отношений правил обращения валютных ценностей осуществляется в процессе валютного контроля.

Валютный контроль — это определение степени соответствия (несоответствия) реального процесса ведения валютных операций законодательно установленным валютным ограничениям.

Белорусская система валютного регулирования и валютного контроля включает комплекс правил, регулирующих валютные операции в Республике Беларусь и деятельность органов и агентов валютного контроля, направленную на обеспечение выполнения резидентами и нерезидентами требований валютного законодательства Республики Беларусь [4].

Система валютного регулирования и валютного контроля Республики Беларусь включает:

– органы валютного регулирования и валютного контроля — Совет Министров Республики Беларусь и Национальный банк Республики Беларусь;

– органы валютного контроля — Комитет государственной безопасности, и Государственный таможенный комитет;

– агентов валютного контроля — таможенные органы, банки, министерства, другие органы государственного управления, организации, подчиненные Совет Министров Республики Беларусь, областные и Минский Городской Исполнительный Комитет.

Базовым источником валютного законодательства в Республике Беларусь является Закон Республики Беларусь от 22.07.2003 № 226-3 «О валютном регулировании и валютном контроле».

На данный момент проводится работа над либерализацией валютных отношений, в связи с тем, что действующий режим валютного регулирования утрачивает свою эффективность.

В целях либерализации валютных ограничений осуществлены мероприятия: [2]:

- отмена обязательной продажи валютной выручки;
- снятие ограничений на целевую покупку иностранной валюты;
- отмена требования о регистрации паспортных данных при покупке валюты физлицами;
- увеличение сроков завершения внешнеторговых операций до 180 дней по экспорту и до 90 дней по импорту.

Обязательная продажа иностранной валюты была отменена с 3 августа 2018 года. С этой даты вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь от 31 июля 2018 г. № 301 "Об отмене обязательной продажи иностранной валюты. Указ Президента Республики Беларусь от 17 июля 2006 г. № 452 "Об обязательной продаже иностранной валюты" признан утратившим силу. Таким образом, с 3 августа текущего года субъекты хозяйствования не осуществляют обязательную продажу 10 процентов выручки в иностранной валюте, в том числе поступившей им до указанной даты.

Отмена обязательной продажи валюты включена в комплекс мер по реализации Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. Она будет способствовать повышению конкурентоспособности белорусских экспортеров, станет существенным фактором улучшения условий ведения бизнеса в Беларуси.

В условиях стабилизации ситуации на валютном рынке, которая длительное время характеризуется устойчивым превышением предложения иностранной валюты над спросом на неё, Национальным банком в 2016–2017 годах принимались последовательные шаги по постепенному снижению размера обязательной продажи иностранной валюты субъектами хозяйствования: в сентябре 2016 года данный норматив был уменьшен с 30 до 20 процентов, в октябре 2017 года – до 10 процентов.

Отмена обязательной продажи части валютной выручки также станет еще одним шагом Республики Беларусь в направлении гармонизации валютного законодательства в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС), ведь первоначально договоренности в рамках ЕАЭС предусматривали с 1 января 2017 г полную отмену в Беларуси обязательной продажи валютной выручки субъектами хозяйствования. Однако затем Национальным банком было принято решение отменить норматив об обязательной продаже части валютной выручки к 2018 году [2].

В будущем с целью расширения операций на валютном рынке Беларуси и либерализации валютного регулирования Национальный банк Беларуси планирует отменить необходимость получения физическими лицами разрешений на открытие счетов за границей, реализовать переход от разрешительного порядка проведения отдельных валютных операций движения капитала к регистрационному.

Тем не менее, не исключено, что методы административного (ручного) управления валютным рынком могут еще вернуться из-за внешних шоков.

По плану Национального банка либерализация завершится в 2020 году. На заключительном этапе либерализации валютных отношений планируется принять новую редакцию закона о валютном регулировании и валютном контроле, которая изменит подходы к регулированию оставшихся ограничений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Желиба, Б.Н. Драйверы и барьеры белорусской экономики / Б.Н. Желиба // Устойчивое развитие экономики международные и национальные аспекты : II Междунар. науч.-практ. конф. БГЭУ / Минск, 2018 – С. 1–2.
2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/> – Дата доступа: 10.09.2018.
3. Валютное регулирование в Республике Беларусь / В.Н. Киблов [и др.]. – Минск : Регистр, 2015. – 160 с.
4. Рудый, К.В. Валютная политика государства: сущность, регулирование / К.В. Рудый [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bseu.by/russian/scientific/herald/2003/3/030313.pdf>. – Дата доступа: 11.09.2018.

УДК 336.645.1

**ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ:
КРАТКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ****М.В. ГОЛЯКОВИЧ***(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)*

Рассмотрены основные направления развития инвестирования, определены тенденции, а также проанализирована текущая ситуация на рынке инвестиций Республики Беларусь.

Введение. На сегодняшний момент в Республике Беларусь инвестиционная деятельность является крайне важным фактором и структурной единицей национальной экономики в целом, а также неотъемлемой частью деятельности абсолютно любого предприятия в частности.

Основная часть. Инвестиционная деятельность представляет собой часть хозяйственной деятельности предприятия по целевому формированию и распоряжению собственными и заемными источниками финансовых ресурсов, а также амортизацией, которые обеспечивают его расширенное воспроизводство [1]. Иными словами, инвестиционная деятельность предприятия — это форма его пользования своими средствами, и направлено это пользование может быть на самые различные направления. По этому фактору можно выделить следующие объекты инвестиционной деятельности предприятий:

- Ценные бумаги (акции, облигации);
- Интеллектуальные ценности и права на интеллектуальную собственность;
- Целевые денежные вклады;
- Основные средства предприятия – их модернизация или обновление.

Имея данную классификацию, уже можно представлять основные направления инвестирования предприятий в зависимости от общих целей деятельности предприятия, желаемых направлений развития, а также от размера и типов имеющихся свободных средств на предприятии.

Таблица 1. – Инвестиции в основной капитал по областям и г. Минску

	Использовано за январь – август 2018 г., тыс. рублей (в текущих ценах)	В сопоставимых ценах	
		Январь – август 2018 г. в % к январю – августу 2017 г.	Справочно январь – август 2017 г. в % к январю – августу 2016 г.
Брестская область	1 599 245	105,8	114,4
Витебская область	1 236 431	106,5	99,7
Гомельская область	2 051 070	108,6	111,4
Гродненская область	2 372 936	104,7	113,5
г. Минск	2 874 949	126,0	93,5
Минская область	3 168 136	104,2	89,2
Могилевская область	977 728	124,4	72,3
ИТОГО по Республике Беларусь	14 282 421	110,4	98,8

Источник: составлена автором на основе [2].

Анализировать представленную таблицу можно по двум направлениям — региональное распределение и динамика роста.

В лидерах по количеству инвестиций среди областей и г. Минска выступают собственно г. Минск и Минская область, и это закономерно – именно там находятся и зарегистрированы крупнейшие налогоплательщики Республики Беларусь, и это такие компании, как: «Газпром трансгаз Беларусь» - дочерняя компания российской компании «Газпрома», государственная компания «Минскэнерго», оператор связи «velcom», а также многие другие известные компании [3]. Также можно отметить и самые малоразвитые в этом плане регионы – Витебская и Могилёвская области, их доля в республиканском объеме инвестиций в основной капитал всего 8.66% и 6.85% соответственно.

Динамика роста данного показателя не совсем однозначна и стабильна для всех регионов, однако одна общая тенденция у них имеется – это положительный показатель роста за период январь – август 2018 г. по сравнению с таким же периодом прошлого года. На мой взгляд, это хорошее явление, т.к. рост такого показателя, как инвестирование предприятий, в частности в основной капитал, очень важный и желательный к развитию и росту. Наибольший темп роста показал г. Минск – его показатель 126%, также Могилёвская область показала очень близкий к этому показатель – 124.4%, что свидетельствует о том, что в регионе проводится работа по выведению области с последнего места в РБ по общему объёму инвестиций. Среди регионов с наименьшими темпами роста можно отметить все остальные регионы Беларуси – у них всех он примерно одинаков – $105 \pm 1\%$.

Рассматривая данные темпов роста за период январь – август 2017 г., по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., можно отметить уже некоторое различие в показателях. Есть как и положительные, так и сильно отрицательные моменты. Среди тех, кто вышел в рост – Брестская, Гомельская и Гродненская области, с показателями 114,4%, 111,4% и 113,5% соответственно. Среди отрицательных результатов есть различия – например, Витебская область – там отрицательный темп прироста составил всего 0.3 п.п. Но есть и другие области, такие как Могилёвская – там этот показатель равен 27,7 п.п.

Далее хотелось бы рассмотреть этот же фактор инвестиций в основной капитал, но со стороны источников финансирования этих самых инвестиций – данные можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2. – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования, млн руб.

	2014	2015	2016	2017
Инвестиции в основной капитал - всего	22 526,97	20 715,25	18 710,0	21 033,7
в том числе за счет:				
республиканского бюджета	1 457,7	2 845,2	3 198,1	3 483,2
местных бюджетов	2 099,3	1 676,9	1 244,6	1 758,8
собственных средств организаций	8 668,2	8 218,3	7 439,8	8 110,8
заемных средства других организаций	342,3	272,2	241,0	243,6
средств населения	2 252,4	2 531,6	2 349,8	2 501,2
иностраннх инвестиций (без кредитов (займов)) иностранных банков	823,4	800,9	929,2	1 046,0
кредитов банков	5 997,2	3 559,4	2 563,4	2 719,1
из них:				
кредитов (займов) иностранных банков	1 850,2	476,9	517,9	808,3
кредитов по иностранным кредитным линиям	553,6	578,2	297,6	327,3
прочих источников	887,2	810,7	744,1	1 170,8

Источник: составлена автором на основе [2].

Таблица 2 представляет данные о структуре инвестиций в основной капитал по источникам финансирования за период 2014 – 2017 гг.

Первое, что хочется отметить – это то, что количество инвестиций в основной капитал, финансируемых за счёт республиканского бюджета имеет тенденцию на устойчивый рост как в количестве, так и в процентном отношении к итогу, только в 2017 его доля по сравнению с 2016 уменьшилась на 0.5 п.п. Доля финансирования инвестиций из местных бюджетов наоборот имела тенденцию к уменьшению вплоть до 2016 года, однако, в 2017 произошёл рост и данный показатель увеличился на 1.7 п.п. Инвестиции за счёт собственных средств предприятий занимают лидирующее место по доле в общей сумме инвестиций и составляют на 2017 год 8 110,8 млн руб., что является 38,6% от общего объёма. Заёмные средства других организаций не играют такую важную роль в системе распределения инвестиций и занимают небольшую долю в 1.2% на 2017 год. Средства населения имеют стабильный показатель в 10–12% от общей доли инвестиций в основной капитал, и в денежном выражении это значение варьируется

от 2 252,4 до 2 531,6 млн рублей. Иностранные инвестиции, к сожалению, на момент 2017 года имеют очень маленькую долю в общей структуре – 3,7% в 2014 году и 5% в 2017. Такой фактор, как иностранные инвестиции, очень важен для развития любого государства, т.к. это не только привлечение новых технологий и средств производства, но также и выход государства на международную арену, который позволит наращивать производственный потенциал страны и улучшать её имидж в целом. Однако это не такой однозначный момент, и иностранные инвестиции могут иметь также и отрицательный эффект, так что важно соблюсти баланс. Следующий показатель – это кредиты банков, и данный показатель имеет чёткую и ярко выраженную тенденцию как на уменьшение общего количества, так и на уменьшение своей доли в общей структуре инвестиций. В 2015 произошёл резкий спад – их количество в денежном выражении уменьшилось на целых 40,6%, однако в структурном плане данный показатель уменьшился на 9.4 п.п. – с 26,6% до 17,2%, и каждый последующий год наблюдался так же спад, и итоговое значение данного показателя – 12,9% на 2017 год.

Выводы. Таким образом, рассмотрев приведённые выше данные, можно сделать несколько выводов о ситуации с инвестициями в основные средства предприятий в Республике Беларусь. Первое, что можно отметить – это лидирующее положение г. Минска и Минской области в общей структуре республики по количеству инвестиций в основной капитал – вместе они занимают долю, равную 42,3% от общего объёма.

По другому показателю, такому как источники финансирования инвестиций можно отметить устойчивую тенденцию на то, что основным источником инвестиций в основной капитал предприятий были и остаются таковыми собственные средства предприятий – 38,6% на 2017 год. Следующим по количеству являются инвестиции за счёт республиканского бюджета – 16,6% на 2017 год. Замыкают тройку самых популярных источников инвестиций кредиты банков – 12,9% на 2017 год и они имеют устойчивую тенденцию на своё уменьшение — более чем в 2 раза за 4 года.

ЛИТЕРАТУРА

1. Режим доступа: <http://ebooks.grsu.by>.
2. Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.
3. Режим доступа: kurjer.info.

УДК 336.645.1

**ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ
НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ-РЕЦИПИЕНТА****М.В. ГОЛЯКОВИЧ***(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)*

В настоящее время ни одна страна в мире не может существовать без международных интеграций практически во всех сферах своей деятельности — глобализация, повсеместность и доступность любой информации изменила практически все аспекты жизнедеятельности современных стран, и иностранное инвестирование — это как раз то, что является одним из главных следствий данного процесса. Но, исходя из названия данной статьи, можно понять, что не всё так однозначно. Именно это и будет рассмотрено и проанализировано ниже.

В первую очередь необходимо дать определение такого понятия, как инвестиции — это любые вложения (денежные, интеллектуальные и т.п.) в любой вид деятельности с целью получения прибыли или любой другой выгоды для инвестора. Иностранные инвестиции — это то же самое, но инвестор и объект инвестиций находятся в разных странах.

В первую очередь необходимо осветить все достоинства данного явления — их у него больше, чем недостатков, однако в рассмотрении нуждаются оба фактора.

1. Приток капитала. Иностранные инвестиции обеспечивают увеличение капитала принимающей страны, увеличивает её производственные мощности и в целом расширяет экономическую составляющую региона, что, несомненно, положительно влияет на ситуацию. Ярким примером может служить Китай. Там, с помощью большого объёма иностранных инвестиций удалось построить практически с нуля современное высокотехнологичное и наукоёмкое производство, развить инфраструктуру и стать на данный момент крупнейшей экономикой мира.

2. Передача технологий. Как правило, иностранные инвестиции подразумевают под собой внесение определённых технологий производства, которые могут быть как наравне с технологиями в стране-реципиенте, так и лучше, продуктивней, новее и т.д. Помимо положительного эффекта от новых технологий и развития местного производства, в любом случае будет происходить обмен управленческим и производственным опытом, передача некоторых способов обучения и т.д. и т.п.

3. Создание новых рабочих мест. Новое производство подразумевает под собой необходимость в новых, как правило, высококвалифицированных работников, что помимо того, что увеличивает количество занятых, так ещё и их уровень образования, и следовательно, квалификации.

4. Стимулирование местного производства. В большинстве своём объекты, которые были созданы или модифицированы иностранными инвесторами, остаются на одном уровне или же опережают местных производителей, что вынуждает их приспосабливаться, улучшая качество своей продукции, уменьшая цены, проводя более качественные рекламные кампании или же любой другой способ конкурентирования. В большинстве случаев это сказывается положительно на конечном потребителе — именно на него это всё и ориентировано.

В общем итоге можно сказать, что все положительные стороны направлены на расширение текущего производства в стране, а также улучшение его качества, спектра услуг и развитие сопутствующей инфраструктуры — это отлично, но есть и другая сторона данного явления:

1. Ущемление местных производителей. В пункте 4 положительных черт было сказано, что иностранные инвестиции стимулируют конкуренцию на местном рынке, и это положительно сказывается на потребителях. Но может оказаться и так, что не все местные производители смогут конкурировать с новыми предприятиями, и в итоге они будут вынуждены уйти с рынка, что приведёт к потере рабочих мест и другим неприятным последствиям.

2. Увеличение зависимости экономики. Слишком большой приток иностранных инвестиций даёт иностранным инвесторам слишком много прав и возможностей, вследствие чего они могут оказывать на государство влияние, которое не всегда будет положительно сказываться на последнем. Примером, хоть и не совсем явным, могут служить некоторые страны Балтии и Южной Европы. Они, вступив в Евросоюз, получили значительный вклад в свою экономику, и это дало с одной стороны хороший положительный эффект в виде развития промышленности, интеграции на евторынки и т.д., но с другой стороны, эти страны лишились полной самостоятельности в принятии некоторых важных экономических решений.

Также их экономика теперь полностью завязана на экономике Евросоюза в целом, что не всегда есть хорошо.

3. Влияние на экспорт. Слишком большое количество инвестиций может повлиять на объём экспорта и импорта страны-реципиента, например, сделав товары местных производителей неконкурентоспособными, что приведёт к упадку спроса на них.

Выводы.

В общих итогах, такое явление, как иностранных инвестиции, хотя оно и является довольно спорным в некоторых моментах, всё же является в некоторых странах главной и основной целью. При должном и умеренном государственном контроле и вмешательстве, если это необходимо, можно достичь баланса, который позволит сохранить все преимущества иностранных инвестиций, и не достичь грани, при которой начинаются негативные влияния.

УДК 336.7

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Т.Ю. ПОЛТОРАК

(Представлено: А.В. ВЕРИГО)

Исследованы типы подходов к комплексной оценке банковских рисков, выявлены преимущества и недостатки существующих систем. Приведена сравнительная характеристика мер по оценке риска в зависимости от выбранной методики. Обозначены рекомендации для наиболее эффективной и достоверной комплексной оценке рисков банковского сектора.

В современных условиях хозяйствования функционирование банковской системы любого государства сопряжено с различного рода неопределенностями внутренней и внешней среды, то есть с рисками. Изучением данной категории занимались ученые разных экономических школ: кейнсианство, представители классической школы и маржинализма. И сейчас, актуальность изучения этого термина не требует подтверждения. Исходя из проведенных нами ранее исследований, можно отметить, что под риском принято понимать вероятность, а точнее угрозу потери банком своих ресурсов, недополучения доходов или произведения дополнительных расходов в результате осуществления определенных финансовых операций, а также вероятность воздействия на человеческие ценности вследствие принятия какого-либо решения.

При классификации банковских рисков все также остро стоит вопрос о границах каждого отдельного риска. В качестве примера можно привести трудность определения порога между процентным риском и риском ликвидности. Наиболее логичный и ступенчатый подход к классификации рисков представлен в стандарте Risk Management Standard, созданным в Великобритании (The Institute of Risk Management). Выделенный метод сформирован на обособлении групп однородных рисков, для каждой из которых приведены присущие ей внешние и внутренние факторы [1].

Схематично данную классификацию можно представить в виде рисунка.



Рисунок. – Классификация рисков согласно Стандарту по управлению рисками Великобритании [1]

Исследование современных методов классификации рисков банковского сектора показало, что различные ученые определяют по большей части всю совокупность банковских рисков. Однако, касаясь проблем идентификации и комплексного исследования угрожающего банку риска до сих пор имеются вопросы, а также слабо описываются проблемы учета составляющих отдельных видов рисков в моделях оценки капитала.

Комплексная оценка финансового риска банка есть исследование относительного расхождения суммы положительного финансового результата банка (прибыли), как следствие влияния совокупности причин возникновения риска, к которым относятся кредитный риск, рыночный риск, операционный риск и стратегический риск, состоящее в ложном подборе стратегии совершенствования, заключающемся в сокращении потенциального дохода.

В теории вероятности под риском подразумевают некоторое распределение случайной величины в бесконечном диапазоне значений. Принимая во внимание тот факт, что бесконечное число значений риска образует определенные трудности при его идентификации и исследовании, за оцениваемые и анализируемые принимаются только определенные стороны распределений этой случайной величины, к которым относится стандартное отклонение, математическое ожидание, Shortfall, Value at Risk (VaR) и некоторые другие.

Проведем сравнение основных мер рисков в таблице.

Таблица. – Сопоставление основополагающих мер рисков

Критерий сопоставления	Стандартное отклонение	Value at Risk	Shortfall
Интуитивная понятность интерпретации	Достаточная	Да	Достаточная
Стабильность	Зависит от формы распределения	Зависит от формы распределения	Зависит от формы распределения
Простота расчета	Да	Требуется подбор вида распределения	Требуется подбор вида распределения
Понятность для высшего менеджмента	Да	Да	Достаточная
Признаки случайных величин	Может быть нарушена монотонность	Да	Да
Возможность декомпозиции	Простая	Сложная	Относительно простая

Источник: собственная разработка на основе [2].

В вопросах изучения степени риска по концепции Value at Risk существуют как ряд преимуществ, так и недостатки. К основным преимуществам можно отнести следующие:

1. Способность к агрегации, включая вне зависимости от типа исследуемого фактора риска и среды, к которой принадлежит рисковый инструмент.

2. Изучает именно ту часть стоимости капитала, что является рисковой и которая нужна для минимизации издержек в ходе реализации данного элемента риска. Эта специфика позволяет оценить ответственность использования капитала в разных сферах банковских структур.

3. Исследование объема капитала подверженного риску дает возможность воздействовать на сумму риска и успешно управлять им с помощью введения лимитов по определенным операциям.

В качестве недостатка данной концепции можно отметить недоступность шанса оценки экстремальных издержек (в хвостах) в ходе применения риска в границах шире доверительного интервала [2]. Однако даже этот недостаток не препятствует применению VaR как системной меры для идентификации конкретных структурных компонентов финансового риска и его комплексной оценки. Кроме того, использование преимущественных сторон других дополнений мер риска может быть использовано в качестве приложений и совершенствования концепции Value at Risk. Одним из таких приложений является индикатор Shortfall, итоги оценки которого в большей мере консервативны и для одинаковой степени риска запрашивают большее количество капитала по сравнению с методикой value at Risk. Преимуществом данного фактора является способность учитывать потери, наступающие с крайне невысоким шансом вероятности, другими словами, исследовать риск, когда распределение издержек имеет тяжелый «хвост», что, к примеру, проявляется у операционного риска. Итак, применение Shortfall в симбиозе с VaR дает возможность исследовать вспомогательные вероятности потерь, плотность распределения последних и толщину вышеупомянутых «хвостов». Таким образом, комплексная оценка финансового риска будет более достоверной, многогранной и эффективной.

Подводя итог, главными условиями для построения эффективной модели комплексного исследования финансового риска можно отметить достоверность характеристики всех факторов, сопровождающих банковскую деятельность, возможность агрегации всех компонентов риска в целостную систему,

определение желательного объема капитала на минимизацию риска, эмпирическая визуализация для применения полученных результатов исследования при принятии управленческих решений. Исследование современной текущей нормативно-правовой и законодательной базы, научных методологий выявило немалое число разных стандартов и приемов риск-менеджмента. Применительно к кредитно-банковским учреждениям важно применять рекомендации Базельского комитета по банковскому надзору в сфере управления рисками, деятельность которого направлена на анализ и управление практически всем набором финансовых рисков банковской системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. European FERMA RIMAP Risk Management Certification // Сайт Института Риск Менеджмента [Электронный ресурс]. – Copyright FERMA, 2018. – Режим доступа <https://www.ferma.eu/ferma/european-ferma-rimap-risk-management-certification>. – Дата доступа: 19.09.2018.
2. Рогов, М.А. Риск-менеджмент / М.А. Рогов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 118 с.

УДК 336.7

**ОСНОВНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ И УЧАСТНИКИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА****Т.Ю. ПОЛТОРАК***(Представлено: А.В. ВЕРИГО)*

Исследованы процедуры управления комплексным финансовым риском коммерческого банка. Приведены подходы к способу покрытия рисков. Обозначены недостатки и направления усовершенствования стандартов и рекомендаций в области финансового риск-менеджмента.

Процедура системного управления финансовыми рисками коммерческого банка включает следующие процессы: распознавание, ранжирование важнейших параметров риска, методов их изучения и агрегации, тестовый контроль и верификация моделей их изучения, разработка в соответствии с полученной моделью правил и методов риск менеджмента. В практике финансовое управление рисками охватывает 2 основополагающих подхода к риск-менеджменту, предупреждение и покрытие.

Согласно названию, первый подход включает работу с идентификацией и ликвидацией источника риска, другой же, в свою очередь, признание риска и компенсацию издержек из-за возникновения риска. Процедура управления финансовыми рисками предусматривает осуществление следующих мер: идентификация и измерение рисков и дальнейшее наблюдение за их уровнем для контроля и заблаговременного предупреждения трансформации их величины. Действенными мерами риск-менеджмента являются рестрикция рисков установлением лимитов на сделки, трансляция рисков, внедрение их в стоимость продукции, хеджирование и страхование, сохранение капитала на покрытие убытков в результате возникновения риска. Кроме того, продуктивным способом сокращения вероятных убытков считается диверсификация.

Но при менеджменте комплексного финансового риска пригодными для использования являются далеко не все действующие меры риск-менеджмента, которые одновременно эффективны для их составляющих. Так, например, хеджирование и страхование при риск-менеджменте комплексного риска не пригоден, хотя действителен при управлении операционным риском банка или совокупности рыночных.

Исходя из вышеупомянутого, важнейшими процессами менеджмента комплексного финансового риска признают построение и изучение его распределения с использованием определенных математических моделей, формирование параметров образованного распределения, выявление методик и средств управления верными пропорциями между размером прогнозируемого риска и прибылью, с помощью образования резервов, между размером неопределенного риска и объемом собственного капитала банка, который нужен для его покрытия.

При этом комплексной оценкой финансового риска банка будет являться финансовый капитал, представляющий собой объем капитала, требующегося для всех не спрогнозированных рисков с конкретным уровнем доверия. Применение показателя финансового капитала для идентификации риска может быть применено и к изучению действительности многих сторон банковской деятельности с учетом риска. Что говорит о способности данного показателя устранить проблему распределения капитала по различным сферам.

Таблица. – Подходы к покрытию комплексного финансового риска

Уровень покрытия	Способ покрытия
Спрогнозированный риск	Образование специальных резервов на покрытие возможных убытков; Переоценка активов и обязательств по справедливой стоимости
Не спрогнозированный риск	Целевое финансирование расходов по смете Нераспределённая прибыль
Потери сверх финансового капитала	Уставный капитал Добавочный капитал

Источник: собственная разработка на основе [1].

В разных стандартах управления финансовыми рисками разрабатываются и предлагаются разные принципы идентификации рисков и финансового риск-менеджмента. Например, вопросы оценки финансовых рисков описываются в соглашениях и рекомендациях Базельского комитета по банковскому

надзору, а также стандартах Risk Management Standarts (RMS). Вопросы касаются методов риск-менеджмента представлены в рекомендациях и стандартах FERMA, COSO, ISO. Схематично принцип построения процедур управления рисками можно изобразить с помощью рисунка 1.

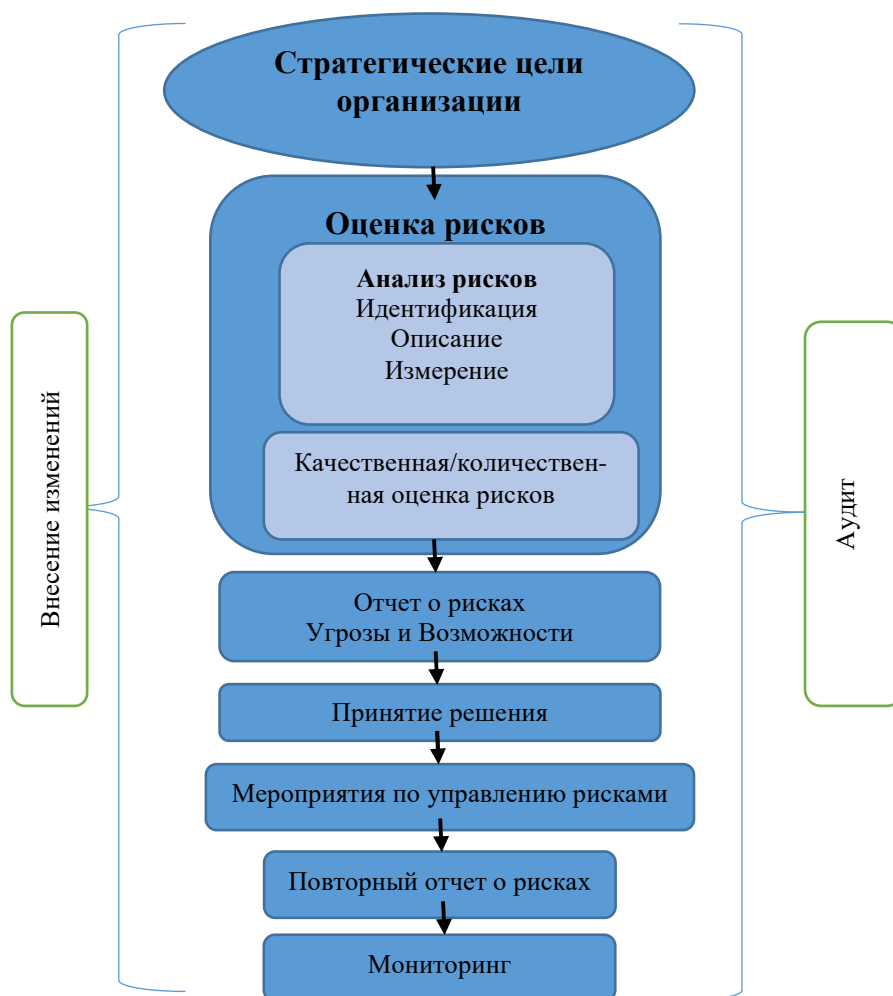


Рисунок. – Структура процессов управления рисками банка [2]

Необходимо обозначить, что в современных рекомендациях и стандартах применительно к деятельности кредитно-финансовых структур довольно полно описываются методы управления конкретными видами банковских рисков (операционными, кредитными и другими), но проблемы управления стратегических рисков не раскрыты вовсе, а лишь отмечается важность их учета при комплексной оценке совокупного риска.

К примеру, центральными рекомендациями Базельского комитета по вопросам управления банковскими рисками считаются выполнение минимальных требований к достаточности капитала, который рассчитывается, как частное от деления капитала банка на активы, взвешенные с учетом риска. В соглашении Базель II активы предлагают взвешивать при рассмотрении рыночных рисков, кредитного и операционного, которые затем суммируются в соответствии с условиями достаточности капитала.

На более поздних этапах опубликования отметилось внедрение более совершенных методов в оценке финансовых банковских рисков при помощи моделей, разработанных внутри банка. Этим Комитет подтвердил несостоятельность подхода к изучению степени финансового риска при помощи обычного суммирования и потребность внедрения более эффективных и математически точных методов оценки и агрегации рисков.

Отсюда выделим основные недостатки и направления совершенствования методик идентификации и агрегации комплексного риска банка:

1. Неаддитивность отдельных показателей комплексного финансового риска (обыкновенное суммирование не показывает их действительного уровня, в качестве решения этого вопроса можно применять методы портфельных моделей).

2. Отсутствие учета вероятности разных распределений для различных составляющих комплексного финансового риска, а также учета мультиколлинеарности показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / под ред. А.А. Лобанова и А.В. Чугунова. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 225 с.
2. European FERMA RIMAP Risk Management Certification // Сайт Института Риск Менеджмента [Электронный ресурс]. – Copyright FERMA, 2018. – Режим доступа <https://www.ferma.eu/ferma/european-ferma-rimap-risk-management-certification>. – Дата доступа: 19.09.2018.

УДК 336.7

**УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РАЗЛИЧНЫХ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА,
СКОРРЕКТИРОВАННЫХ НА РИСК**

Т.Ю. ПОЛТОРАК
(Представлено: А.В. ВЕРИГО)

Исследованы модели оценки стоимости капитала, применимые для коммерческих банков. Приведены преимущества и недостатки используемых на практике моделей. Обозначены рекомендации по повышению эффективности оценки стоимости капитала, скорректированного на риск, с целью повышения доходности банка.

Риск и доходность – смежные категории. Общими показателями, которые отражают взаимозависимость между возникающим риском и прогнозируемой доходностью банковской деятельности являются:

- чем выше риск от вложений средств, тем выше доходность от такой операции;
- при увеличении доходов сокращается вероятность их извлечения, хотя одновременно минимально гарантированный уровень дохода обеспечивается фактически без рисков.

Эффективность пропорции риска и дохода — значит достижение максимума для соотношения «доходность-риск» или минимума для соотношения «риск-доходность». Однако в этом случае, должны соблюдаться следующие принципы:

- 1) ни одна другая пропорция доходности и риска не даст большей доходности при заданном или же меньшем уровне риска;
- 2) ни одна другая пропорция доходности и риска не даст меньшего риска при заданном или более высоком уровне дохода.

Доходность отражает стоимость капитала, которая представляет собой прогнозируемую норму доходности, доступную для внедрения на финансовом рынке альтернативной стоимости (другими словами, вложения денежных средств с эквивалентным уровнем риска). В то же время наиболее значимым пунктом сравнения является риск, который показывает уровень надежности ожидаемых финансовых затрат.

В современной практике существует несколько методов (моделей) оценки стоимости капитала. Рассмотрим их в таблице 1.

Таблица 1. – Модели оценки стоимости капитала коммерческого банка

Наименование модели	Описание	Формула для расчета	Преимущества	Недостатки
1	2	3	4	5
Кумулятивная модель расчета стоимости капитала (BUM – Build-Up Method)	Предполагает расчет ставки дисконтирования путем суммирования аналитиком оценок систематических и несистематических рисков, связанных с тем или иным банком или с долей собственности в нем	$E(R1) = R_f + PR_m + PR_s + PR_u$ где $E(R1)$ – требуемая норма доходности; R_f – безрисковая норма доходности на дату оценки; PR_m – рыночная премия за риск; PR_s – надбавка за риск; PR_u – надбавка за риск с учетом дополнительного несистематического риска	простота при расчете; используется для мелких и средних банков; не зависит от рыночной активности банка	требует широких знаний аналитиков; субъективна
Модель оценки капитальных активов (CAPM – Capital Assets Pricing Model)	Разработанная Марковицем и Шарпом теория, призванная объяснить какими должны быть премии за риск, на которые согласились бы инвесторы в ситуации рыночного равновесия, при условии, что все они обладают равными	$E(R1) = R_f + \beta(PR_m) + PR_s + PR_u$ где $E(R1)$ – требуемая норма доходности; R_f – безрисковая норма доходности на дату оценки; β – коэффициент бетта для оцениваемого банка PR_m – рыночная премия за риск; PR_s – надбавка за риск; PR_u – надбавка за риск с учетом дополнительного несистематического риска; С – дополнительный уровень дохода,	расчет основан на статистических данных, что уменьшает степень субъективизма; отражает взаимосвязь между уровнем рыночного риска (системного риска) и уровнем будущей доходности портфеля	предполагает ситуацию рыночного равновесия и абсолютно диверсифицированный портфель инвестора; учитывает только рыночный риск; требует объективной оценки

Окончание таблицы

1	2	3	4	5
	возможностями, ведут себя рационально, стремятся диверсифицировать свои портфели	учитывая уровень странового риска		общей степени доходности в регионе; сложно объективно оценить β -коэффициент; не учитывает сложившейся ситуации в самом банке, прежде всего структуру его капитала
Метод средневзвешенной стоимости капитала (WACC – Weighted Average Cost of Capital)	Представляет собой минимальную норму прибыли, которую ожидают инвесторы от своих вложений	$WACC = \sum_{i=1}^n \omega_i * Y_i$ ω_i – цена i-го источника средств, %; Y_i – доля i-го источника средств в общем объеме, доли единиц; n – количество источников средств	обобщающий показатель, учитывающий стоимость отдельных источников капитала банка; прост для понимания и широко используется	необходимо проведение многочисленных расчетов; используется как вспомогательный показатель, так как представляет минимальную норму прибыли
Модель арбитражного ценообразования (АРТ – Arbitrage Pricing Theory)	Разработана С. Россом. С ее помощью можно оценивать и отслеживать риски стратегии размещения активов или оценивать желательные изменения в составе портфеля в зависимости от изменения в экономической ситуации	$E(R_i) = R_f + (B_1 K_1) + (B_2 K_2) + \dots$ где $E(R_i)$ – ожидаемая норма доходности; R_f – безрисковая норма доходности на дату оценки; $K_1 \dots K_n$ – надбавка за риск, связанный с риском К для среднего актива на рынке; $B_1 \dots B_n$ – чувствительность актива к каждому фактору риска относительно средней чувствительности рынка к тому же фактору	учитывает влияние огромного набора факторов риска; позволяет оценивать желательные изменения в составе портфеля в зависимости от изменения в экономической ситуации; не требует образования рыночного портфеля	применение в РБ затруднительно, что обусловлено отсутствием достоверных статистических данных, слабым развитием государственных и частных институтов макропрогнозирования и др.; неопределенность факторов, влияющих на доходность
Модель суммирования оценок факторов	Введена 1991 году Парнеллом Блэком и Робертом Грином, основывается на присвоении факторам, влияющих на доходность капитала, весов с корректировкой в зависимости от уровня риска. Затем эти корректировки суммируются и представляют собой ставку доходности оцениваемого банка	Этапы применения модели: Проведение финансового анализа банка; определения перечня факторов; присвоения факторам весов, а также их корректировка в диапазоне от (от 0 до 10%) для каждой категории, но не более 40% в целом; выбор итоговых процентных значений в зависимости от величины риска, привносимым каждым фактором в соответствующую категорию: отсутствие риска (+0,0%), низкий риск (+1,0%), средний-низкий риск (+2,5%), средний риск (+5,0%), средний-высокий риск (+7,5%), или высокий риск (+10%)	4 категории факторов, которые охватывают всю деятельность банков	субъективизм в присвоении весов факторов и их корректировок

Источник: собственная разработка на основе [1].

Исходя из данных таблицы, не существует универсального метода оценки стоимости капитала. При определении конкретной модели для использования при расчете стоимости капитала следует учитывать множество различных факторов, таких как опыт и квалификация аналитика, макроэкономическая и политическая ситуация в стране, степень раскрытия информации и др. В качестве наиболее оптимальной модели не представляется возможным выбрать ни 1 из существующих на современном этапе ввиду нестабильности рыночных ситуаций, то есть возникающих финансовых и нефинансовых рисков. Оптимальный метод для повышения доходности банковских активов определяется в зависимости от конкретных задач и мотивов банка, а также от особенностей его деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Оценка стоимости бизнеса : учебник / под ред. М.А. Эскиндарова, М.А. Федотовой. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 320 с.

УДК 336.748.32(476)

АНТИИНФЛЯЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**В.Д. РУДАК***(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)*

Приводится понятие инфляции. Рассматривается связь инфляции с финансами. Рассматривается новая антиинфляционная программа Республики Беларусь

Инфляция является одним из самых важных вопросов в современной экономике, с успешным решением которого связано как процветание одного государства, так и всего мира в целом. Инфляция – одна из наиболее острых проблем современного развития экономики практически во всех странах мира. На протяжении последних десятилетий проблемы инфляции – причины возникновения, последствия, а также экономический потенциал антиинфляционной политики занимают особое место в дискуссиях ученых, экономистов, бизнесменов и политиков. Инфляция не новое явление – это хорошо известный феномен экономической жизни. И на данном этапе развития Беларуси она стала основной проблемой. В связи с этим важной задачей является борьба с ней. Явление инфляции присуще в той или иной степени любой рыночной и переходной к ним экономикам, в том числе и экономикам промышленно развитых стран. Однако в развитых странах она не представляет серьезной угрозы, поскольку там отработаны и достаточно широко используются методы её ограничения и регулирования.

Инфляция – это процесс обесценения денег, проявляющийся, как правило, в продолжительном устойчивом росте общего уровня цен и связанный с появлением в обращении избыточной по отношению к товарному предложению денежной массы [1, с. 210].

Таким образом, суть инфляции заключается в том, что национальная валюта обесценивается по отношению к товарам, услугам и иностранным валютам, сохраняющим стабильность своей покупательной способности.

Действие инфляции необходимо связывать с проблемами финансов, поскольку явление инфляции зависит от финансовых факторов:

- применения определённых налоговых форм и методов;
- способов покрытия дефицита государственного бюджета;
- размеров государственной задолженности.

Для снижения инфляции используются антиинфляционные меры. Они проявляются в основном через финансовый механизм государства.

Существует два варианта действий государства при инфляции:

- 1) проведение адаптационной политики – приспособлению к инфляции
- 2) проведение комплексов антиинфляционных мер по снижению или подавлению инфляции – попытка ликвидации инфляции [2, с. 79].

Адаптационная политика – политика, построенная на том, что все субъекты рыночной экономики (домохозяйства, фирмы, государство) в своих действиях учитывают инфляцию – прежде всего через учет потерь от снижения покупательной способности денег. Домохозяйства пытаются адаптироваться к инфляции через поиск дополнительных источников доходов. Работники пытаются защитить себя от инфляции через введение в контракт инфляционной корректировки заработной платы.

Фирмы также изменяют свою экономическую политику в условиях инфляции. Это выражается, например, в том, что они берутся лишь за реализацию краткосрочных проектов, которые сулят более быстрое возвращение инвестиций. В условиях инфляции фирмы вынуждены изменять политику использования прибыли. С одной стороны, для стимулирования экономического интереса к деятельности фирмы менеджеры вынуждены увеличивать средства, направляемые на материальное поощрение. С другой стороны, ввиду того, что в условиях инфляции поток доходов уменьшается, а поток расходов растёт, собственники фирмы, если они не хотят допустить сворачивания своего капитала, вынуждены все большую часть чистой прибыли направлять на развитие производства.

Антиинфляционная политика – это комплекс мер по государственному регулированию экономики, направленных на борьбу с инфляцией.

Существует два основных метода антиинфляционной политики – дефляционная политика и политика доходов.

Дефляционная политика – это методы ограничения денежного спроса через денежно-кредитный и налоговый механизмы путем снижения государственных расходов, повышения процентной ставки за кредит, усиления налогового пресса, ограничения денежной массы и т.д.

Дефляционная политика включает в себя:

– ограничение денежной массы. Правительство устанавливает лимит финансовых вливаний в экономику. При этом игнорируется текущее состояние государственного бюджета – такие действия принимаются, даже если он дефицитный. Главный механизм здесь – Центробанк. При резком падении курса национальной валюты он повышает ключевую ставку, что затрудняет приток новых денег в экономику. Дороже кредиты для банков – дороже и для потребителей и бизнеса;

– введение нормы обязательного резерва. Это сумма, которая в обязательном порядке должна находиться в активе каждого банка. Таким образом регулируется масштаб деятельности кредитных организаций;

– операции Центробанка с гособлигациями и другими ценными бумагами. В условиях бурного роста инфляции и стремительного взлета цен, Центральный банк непременно выходит на рынок ценных бумаг. Если его цель – снизить инфляцию, то он продает государственные облигации и таким образом снижает объем денег в экономике. Когда кризис проходит, регулятор постепенно возвращает себе распроданное;

– монетарное таргетирование – режим ДКП, при котором конечной целью является снижение инфляции. Это контроль за величиной денежной массы с целью сдерживания инфляции.

Политика доходов предполагает параллельный контроль над ценами и заработной платой путем их полного замораживания или установления пределов их роста.

К мерам воздействия политики доходов относят:

1. Регулирование государством цен на социально значимые товары. Достигается это с помощью прямого и косвенного регулирования цен. К последнему относят субсидии, государственные закупки, борьба с монопольными сговорами, займы, пошлины на импорт и экспорт, эмбарго.

2. Добровольное регулирование роста цен. Задача государства – обеспечить диалог бизнеса и работников. Это способствует установлению реальных границ роста цен и зарплатных ожиданий. Работает такая политика и на уровне отдельных предприятий, и на государственном или отраслевом [1, с.230].

Постановлением Совета Министров и Национального банка Беларуси от 11 сентября 2018 года №658/12 утверждена антиинфляционная программа.

Цель программы – создание условий для устойчивого экономического роста, развитие конкуренции и снижение инфляционных ожиданий. Документом предусмотрены меры, направленные на ликвидацию существующих диспропорций в ценообразовании и уменьшение темпов роста административно регулируемых цен и тарифов; совершенствование налоговой политики в части прозрачности и предсказуемости на среднесрочный период; развитие конкуренции и снижение монополизации экономики; снижение инфляционных ожиданий и повышение доверия к экономической политике государства.

Программой определен количественный среднесрочный ориентир по уровню инфляции – поддержание на уровне 4%. Для безинфляционного экономического роста в 2018-2020 годах предусмотрены мероприятия, направленные на повышение доверия к национальной валюте, расширение сферы использования белорусского рубля. Достичь этого планируется посредством реализации мер, направленных на исключение использования иностранной валюты в расчетах на территории Беларуси, а также привязки цен, тарифов, ставок и других платежей к иностранной валюте.

Программой предусмотрено проведение мероприятий, направленных на формирование тарифной политики за счет применения механизмов установления тарифов на среднесрочный период на отдельные услуги, в том числе с учетом роста уровня доходов населения.

В сфере жилищно-коммунального хозяйства:

• поэтапное сокращение размеров перекрестного субсидирования населения в тарифах (ценах) на энергоресурсы для реального сектора экономики со снижением тарифов (цен) на энергоресурсы для субъектов хозяйствования в целях обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции на рынке ЕАЭС и третьих стран (с 2019 года);

– оптимизация затрат на оказание жилищно-коммунальных услуг (2018–2020 годы);

– разработка и реализация механизма поддержания достигнутого 100-процентного уровня возмещения тарифами затрат на оказание жилищно-коммунальных услуг (разработка – май 2019 г. реализация – с 2020 г).

В сфере перевозок пассажиров городским и пригородным автомобильным транспортом – достижение к 2020 году за счет повышения тарифов и принятия мер по оптимизации затрат следующего уровня возмещения населением затрат: городским автомобильным транспортом – не менее 80 процентов, в том числе в областях – не менее 90 и г. Минске – не менее 70 процентов; пригородным автомобильным транспортом – не менее 65 процентов.

В сфере электросвязи и почтовой связи – достижение к 2020 году 100-процентного уровня возмещения затрат на оказание услуг электросвязи и почтовой связи общего пользования, тарифы на которые

регулируются в соответствии с законодательством о ценообразовании, в том числе за счет оптимизации затрат.

В сфере фармакологии предполагается внедрение порядка регистрации предельных отпускных цен на лекарственные средства на основе принципов референтного ценообразования. Это исключит реализацию лекарственных средств по необоснованно высоким ценам.

В аграрной сфере запланировано проведение взвешенной ценовой политики с учетом внешних и внутренних факторов и внедрение методики определения закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию, закупаемую для государственных нужд в зависимости от эффективности переработки.

Также будет продолжен мониторинг изменения цен и сплошное обследование товарной номенклатуры реализуемой продукции за счет добровольного партнерства Министерства антимонопольного регулирования и торговли с производителями, торговыми и общественными объединениями и внедрения электронных способов обработки данных.

Республиканским органам государственного управления и иным государственным организациям, подчиненным правительству, Национальному банку, облисполкомам и Минскому горисполкому поручено ежеквартально до 15-го числа месяца, следующего за отчетным кварталом, представлять в МАРТ информацию о ходе реализации антиинфляционной программы. МАРТ будет осуществлять мониторинг выполнения ими программы и ежеквартально до 25-го числа месяца, следующего за отчетным кварталом, информировать Совет Министров о ходе ее реализации [3].

Таким образом, сегодня государство принимает различные меры не только по сдерживанию инфляции в стране, но и по её снижению путём разработки антиинфляционной политики и принятия новых программ. Осуществлять новую программу будет МАРТ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанова, А.В. Макроэкономика: механизмы повышения качества роста. / А.В. Балабанова. – М. : Высшая школа, 2016. – 373 с.
2. Булатов, А.С. Экономика / А. С. Булатов. – М. : Бек, 2016. – 114 с.
3. Об утверждении Антиинфляционной программы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь и Нац. банка Респ. Беларусь от 11 сент. 2018 №658/12. – Режим доступа: <http://pravo.by/>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 336.748.32(476)

ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В.Д. РУДАК

(Представлено: И.А. СТРОГАНОВА)

Рассматривается процесс оценки и прогнозирования уровня инфляции в Республике Беларусь. Особое внимание в статье уделяется динамике инфляционных процессов в Республике Беларусь.

Инфляция представляет собой одну из наиболее острых проблем современного развития экономики во многих странах мира, отрицательно влияя на все стороны жизни общества. Сегодня эта проблема является одной из актуальных, поскольку инфляция обесценивает результаты труда, уничтожает сбережения юридических и физических лиц, препятствует долгосрочным инвестициям и экономическому росту. Высокая инфляция разрушает денежную систему, провоцирует бегство национального капитала за границу, ослабляет национальную валюту, способствует ее вытеснению во внутреннем обращении иностранной валютой, подрывает возможности финансирования государственного бюджета. Инфляция является самым эффективным средством перераспределения национального богатства – от более бедных слоев общества к более богатым, усиливая тем самым его социальное расслоение.

Уровень инфляции, который выражается через изменение свободного индекса потребительских цен, оценивается на основании взвешенной суммы его агрегированных компонентов: базовой инфляции, изменения административно регулируемых цен и цен на плодоовощную продукцию.



Рисунок 1. – Оценка уровня инфляции

Источник: собственная разработка

Для прогнозирования базовой инфляции применяется комплекс эконометрических моделей, которые учитывают основные макроэкономические факторы формирования инфляционных процессов в кратко и среднесрочном периодах (инфляционные ожидания, курс бел. рубля, ВВП, денежная масса и др.).

Прогноз изменения регулируемых цен согласовывается с МАРТ. Прогнозирование цен плодоовощной продукции основывается на прогнозе динамики мировых цен на сельскохозяйственные товары (международные организации, информационная система Bloomberg) и курса белорусского рубля [1].

В республике Беларусь для сдерживания инфляции введен режим монетарного таргетирования. Ключевыми характеристиками текущего монетарного режима Республики Беларусь являются:

- закрепление ценовой стабильности в качестве основной цели денежно-кредитной политики;
- ежегодное установление количественного значения цели по инфляции для достижения основной цели в среднесрочном периоде;

- использование широкой денежной массы в качестве промежуточного ориентира для достижения цели по инфляции;
 - количественное значение промежуточного ориентира устанавливается соответствующим достижению цели по инфляции с учетом прогнозируемого изменения равновесных ВВП и скорости обращения;
 - реализация курсовой политики в режиме управляемого плавающего курса.
- Динамика инфляционных процессов представлена на рисунке 2.

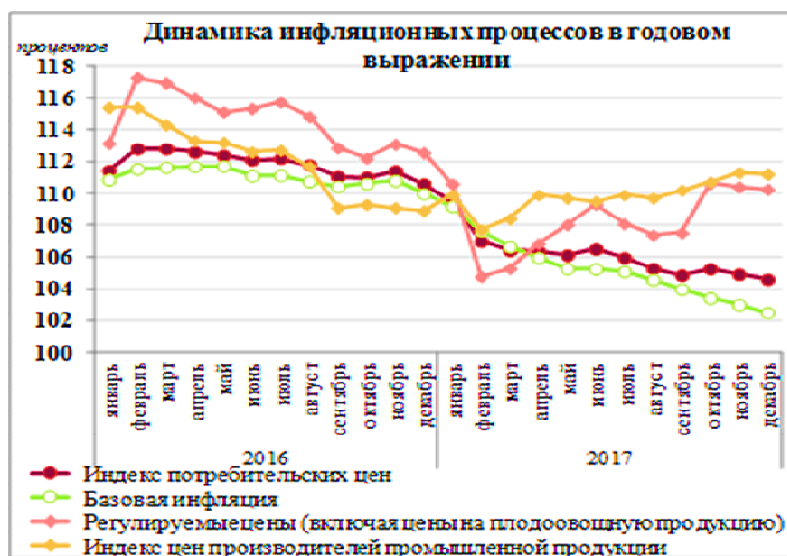


Рисунок 2. – Динамика инфляционных процессов в годовом выражении

Источник: [2].

В 2017 году продолжилось замедление инфляционных процессов. Прирост потребительских цен по итогам года сложился ниже прогнозного параметра и составил 4,6 процента.

Базовая инфляция за год выросла на 2,5 процента (10 процентов годом ранее), что обусловило, по оценке Национального банка, 1,8 процентного пункта прироста сводного индекса потребительских цен (удельный вес данного фактора составил 39,9 процента против 72,4 процента годом ранее).

Годовой прирост административно регулируемых цен и тарифов составил, по оценке Национального банка, 8,1 процента (15,4 процента годом ранее), обеспечив прирост сводного индекса потребительских цен на 1,9 процентного пункта (удельный вес данного фактора составил 41,3 процента против 29,4 процента годом ранее).

Цены на плодоовощную продукцию за 2017 год выросли на 19 процентов (годом ранее – снизились на 3,1 процента), обеспечив прирост сводного индекса потребительских цен на уровне 0,9 процентного пункта (удельный вес фактора составил 18,7 процента). Динамика цен в производственном секторе на протяжении 2017 года опережала динамику потребительских цен. По итогам года прирост цен производителей промышленной продукции составил 11,2 процента, сельскохозяйственной продукции – 12,2 процента. При этом в структуре ИЦПП наиболее высокими темпами росли цены производителей химической продукции, что не оказало прямого воздействия на цены потребительского рынка. В то же время ускоренный рост цен производителей сельскохозяйственной продукции, как в отрасли растениеводства (17,2 процента), так и в отрасли животноводства (10,3 процента), частично реализовался в ускоренном росте цен на плодоовощную продукцию на потребительском рынке.

Несмотря на некоторый рост инфляционных ожиданий с июня, в целом их динамика в 2017 году складывалась на более низком уровне относительно предыдущего года. В декабре 2017 г. интенсивность ожидаемой в ближайшие 3 месяца инфляции составила 36,5 процента.

За последние 10 лет (120 месяцев), показатель инфляции Беларуси составил 496,24%. Инфляция в Беларуси по годам представлена в таблице.

Таблица. – инфляция в Республике Беларусь за 2008–2017гг.

Год	Результат за год, %
2008	13,29
2009	10,12
2010	9,92
2011	108,69
2012	21,78
2013	16,46
2014	16,22
2015	11,97
2016	10,58
2017	4,59

Источник: составлена автором на основе [2].

Таким образом, средний показатель инфляции экономики Беларуси, за 10 лет составил 19,14%. Самого высокого уровня за анализируемый период инфляция достигла в 2011 году. Если проанализировать исторические колебания индекса, видно, что предпринимаемые меры дают заметные результаты. Уже в 2017 году отмечается минимальное значение в 4,59%. А также благодаря успешному проведению денежно-кредитной политики в режиме монетарного таргетирования ожидается инфляция по итогам 2018 года не более 6%.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 15.09.2018.
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 16.09.2018.

УДК 336.71

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**О.Л. ТРАЩЕНКО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.А. ПОЗДНЯКОВА)*

Представлена методика оценки лояльности клиентов банка, включающая методы и показатели. В зависимости от сочетания показателей удовлетворённости качеством обслуживания и продуктовой нагрузки выявлены 4 типа клиентских групп для разработки стратегии дальнейшей работы с каждым из них.

Лояльность – это сочетание определенного типа поведения клиента, выражающегося в длительном взаимодействии с банком и наличии повторных обращений за банковскими продуктами, и его предпочтений, формирующихся в результате обобщения чувств, эмоций, мнений относительно банковского продукта или банка в целом. Лояльность является ключевым показателем долгосрочных отношений клиента и банка.

Удовлетворенность является необходимым условием для формирования лояльности клиентов. Она зависит от качества банковского продукта и обслуживания и отражает восприятие клиентами степени выполнения их требований (ценность банковского продукта).

Для оценки лояльности клиентов в банке могут использоваться следующие методы и показатели (в комплексе или по отдельности):

1. Индекс удовлетворённости потребителей (CSI) – применяется в целях измерения уровня удовлетворённости клиентов обслуживанием в банке и выявления сильных и слабых сторон. Механизм расчёта, перечень вопросов должны разрабатываться индивидуально.

2. Индекс потребительской лояльности (NPS) – применяется в целях определения доли клиентов, приверженных банку и готовых его рекомендовать.

3. SERVQUAL (servicequality – качество услуги) – применяется в целях соответствия качества обслуживания и банковских продуктов ожиданиям клиентов.

4. Исследования по методу «Тайный покупатель» - применяются в целях оценки качества обслуживания клиентов с точки зрения соблюдения ответственными специалистами учреждений банка локальных нормативно-правовых актов, правил и рекомендаций по обслуживанию клиентов.

5. Продуктовая нагрузка – количество потребляемых банковских продуктов в среднем на одного клиента – применяется для определения потенциала «перекрёстных» продаж и «глубины отношений с клиентом».

Индекс CSI – это методика расчета удовлетворённости клиентов, позволяющая выявить значение и соотношение стоимости, качества, доступности и других факторов, положительно или отрицательно сказывающихся на лояльности клиентов.

CSI позволяет комплексно оценить широкий круг факторов, влияющих на удовлетворённость клиентов:

- качество обслуживания, в том числе профессионализм и квалификация персонала, скорость решения вопросов;
- качество предлагаемых банковских продуктов (соответствие потребности клиентов);
- удобство и комфорт помещений банка и др.

Для определения CSI разрабатывается анкета, имеющая следующую специфику: клиенту, принимающему участие в опросе, предлагаются конкретные факторы для оценки банка. Каждый фактор, влияющий на лояльность, имеет свой уровень удовлетворённости и при проведении опросов оценивается клиентом по 5-ти балльной шкале (от «совершенно не удовлетворён» до «полностью удовлетворён»).

При необходимости в анкету включаются открытые вопросы, целью которых является получение от клиентов обратной связи и предложений по усовершенствованию обслуживания. Ответы на данные вопросы не используются при расчёте индекса.

Рассмотрим показатели и методы для оценки лояльности клиентов.

1. CSI рассчитывается как отношение суммы средних значений ответов клиентов по каждому вопросу к максимально возможной сумме баллов (в процентах).

Степень удовлетворённости клиентов характеризуют следующие показатели CSI:

- от 80% (включительно) – высокая степень удовлетворённости;
- от 75% (включительно) до 80% - средняя степень удовлетворённости;
- от 50% (включительно) до 75% - недостаточная степень удовлетворённости;
- менее 50% - низкая степень удовлетворённости.

Формы анкеты для проведения исследования составляются департаментом (отделом) розничного бизнеса и согласовываются должностным лицом банка, направляющим деятельность розничного бизнеса, непосредственно при проведении исследования.

2. NPS рассчитывается на основании ответов клиентов на закрытый вопрос (цель: поставить оценку) «С какой вероятностью вы порекомендуете банк друзьям, коллегам, знакомым?» и открытый вопрос (цель: объяснить поставленную оценку) «Поясните причину такой оценки».

Специфика анкеты – клиент самостоятельно определяет факторы, по которым оценивает банк.

Клиенты оценивают выбор банка по шкале от 0 до 10 баллов, где «0» - точно не порекомендую, «10» - точно порекомендую. По результатам ответов все клиенты делятся на три группы:

- промоутеры или сторонники банка (дали оценки «9-10» баллов) - клиенты, которые лояльны к банку и готовы позитивно рекомендовать его своим знакомым;
- нейтралы (поставили «7-8» баллов) – пассивные клиенты, которые в целом удовлетворены банком, но не отличаются стремлением рекомендовать его другим;
- критики (по шкале оценки «0-6» баллов) – удовлетворённость клиентов банком минимальна, клиенты склонны к негативным откликам о банке и, возможно, находятся в поиске альтернативы.

NPS рассчитывается как разница между долей промоутеров (в процентах) в общем количестве клиентов и долей критиков (в процентах).

3. Методика SERVQUAL позволяет сопоставить ожидания клиентов относительно процесса взаимодействия с банком и его фактическое восприятие, а также выделить главные для клиента параметры оценки качества обслуживания.

Оценка удовлетворённости по методу SERVQUAL производится посредством опроса клиентов на основании двух анкет, состоящих из вопросов, которые делятся на пять основных параметров качества банковских услуг (по 4-5 вопросов по каждому блоку):

- «надёжность» - способность банка вовремя в полном объеме и в согласованные сроки оказать услуги;
- «отзывчивость (чувствительность)» - активная готовность помочь клиенту и быстро оказать услуги, способность персонала помочь клиентам в решении их вопросов (проблем);
- «убедительность (уверенность)» - формируемый уровень доверия к банку, воспринимаемая компетентность персонала, информированность и профессионализм, вежливость и дружелюбие, способность вызвать у клиента доверие к банку, уверенность в безопасности услуг;
- «эмпатия (сопереживание)» - степень персонализации при общении с клиентами (доступность, коммуникативность, понимание и т.д.)
- «осязаемость (материальность)» - восприятие внешнего вида персонала, рекламных материалов, интерьера помещений, оборудования и т.д.

Клиенты по пятибалльной шкале от «полностью согласен» до «полностью не согласен» высказывают свои субъективные восприятия по указанным пяти критериям качества обслуживания в банке и свои общие ожидания относительно тех же критериев.

Расчёт коэффициентов качества по каждой из составляющих рассчитывается путём вычитания полученных рейтингов ожидания из полученных рейтингов восприятия. После определения средних арифметических значений результаты группируются в 5 коэффициентов качества.

Полученные коэффициенты качества суммируются и рассчитывается индекс качества:

- нулевое значение – свидетельствует о том, что уровни ожидания и восприятия качественного обслуживания совпадают, т.е. ожидания клиентов подтверждаются;
- отрицательное значение – означает, что уровень ожидания превышает уровень восприятия;
- положительное значение – указывает на то, что уровень восприятия качества превышает уровень ожиданий.

Приближение какого-либо значения коэффициента качества к нулевому или положительному значению означает высокое качество услуг, отрицательное значение – низкое качество услуг по данному критерию. Чем выше негативных значений коэффициентов качества, тем выше качество услуги в целом и наоборот.

4. Метод проведения исследований (проверок) по методу «Тайный покупатель» направлен на оценку потребительского опыта, получаемого клиентом в процессе потребления банковского продукта, и применяется с целью решения организационных задач, в том числе измерение степени соблюдения стандартов обслуживания клиентов специалистами служб розничного бизнеса банка.

5. Продуктовая нагрузка (количество потребляемых банковских продуктов) в среднем на одного клиента рассчитывается на основании информации банковского программного обеспечения (например, SAPforBanking и ИАС «Форвард») как отношение общего числа банковских продуктов к количеству работающих клиентов [1].

Опрос клиентов в целях расчёта показателей по методам, описанным в пунктах 1-3 данной методики, может быть проведен одним из способов:

- анкетирование (в т.ч. посредством маркетинговой кампании в SAPCRM, корпоративного сайта банка);
- телефонный опрос.

Допускается, что источником получения информации могут выступать анкеты, заполненные специалистами банка по результатам личного интервью, телефонного опроса.

Проведение исследований (проверок) по методу «Тайный покупатель» может осуществляться как сотрудниками банка, так и лицами, приглашенными со стороны.

Количественная оценка (измерение) лояльности может проводиться в целом по клиентской базе банка и (или) по сегментам клиентов. При этом могут учитываться показатели: количество полученных жалоб/благодарностей и средняя продолжительность взаимоотношений с клиентами.

Данной методикой возможно проведение исследования лояльности клиентов к конкретным банковским продуктам. В этом случае составляется анкета, содержащая вопросы об определённом банковском продукте, либо расчет качества продукта осуществляется на основе отдельного блока вопросов.

Комплексное исследование показателей для оценки лояльности клиентов должно проводиться службами розничного бизнеса не реже 1 раза в год. Перечень проведения исследований, способы проведения опроса клиентов, исследуемые сегменты клиентов и прочие параметры утверждаются должностным лицом банка, курирующим деятельность розничного бизнеса.

После проведения комплексного исследования осуществляется анализ и оценка динамики показателей, описанных выше. В зависимости от сочетания показателей удовлетворённости качеством обслуживания и продуктовой нагрузки в соответствии с таблицей клиенты делятся на 4 типа.

Таблица. – Типы клиентов в зависимости от сочетания показателей удовлетворённости и продуктовой нагрузки

Тип клиента	Продуктовая нагрузка	Показатели удовлетворённости
«Лояльные»	Выше среднего уровня, установленного для сегмента, к которому относится клиент	Не менее двух показателей соответствуют критериям: CSI от 75% (включительно); NPS по группе клиентов положительный/ оценка отдельных клиентов более 7 баллов (включительно); SERVQUAL положительный.
«Довольные»	Ниже среднего уровня, установленного для сегмента, к которому относится клиент	Не менее двух показателей соответствуют критериям: CSI от 75% (включительно); NPS по группе клиентов положительный/ оценка отдельных клиентов более 7 баллов (включительно); SERVQUAL положительный.
«Вынужденные»	Выше среднего уровня, установленного для сегмента, к которому относится клиент	Не менее двух показателей соответствуют критериям: CSI до 80%; NPS по группе клиентов отрицательный/ оценка отдельных клиентов менее 8 баллов (включительно); SERVQUAL положительный.
«Нелояльные»	Ниже среднего уровня, установленного для сегмента, к которому относится клиент	Не менее двух показателей соответствуют критериям: CSI до 80%; NPS по группе клиентов отрицательный/ оценка отдельных клиентов менее 8 баллов (включительно); SERVQUAL положительный.

Источник: собственная разработка.

О результатах анализа необходимо информировать должностное лицо банка, отвечающее за деятельность розничного бизнеса. Далее предлагается разрабатывать и выполнять мероприятия, направленные на повышение лояльности клиентов банка в целом.

В соответствии с четырьмя типами клиентов необходимо разрабатывать стратегии дальнейшей работы с каждым из них.

Для достижения общей стратегической цели банка можно предложить:

- в аспекте персонала – повышение мотивации;
- внутренние бизнес-процессы – увеличение каналов распространения банковских услуг и продуктов (т. е. удобство пользования услугами), повышение конкурентоспособности банковских услуг и новых качеств продуктов (ассортимент услуги);
- в аспекте клиентов – увеличение привлекательности услуг банка для потребителей;
- в аспекте финансов – рост ресурсной базы.

Таким образом, для привлечения дополнительных средств и увеличения получаемой прибыли коммерческие банки заинтересованы в расширении спектра предоставляемых услуг, а значит, должны уделять достаточно внимания процессу формирования и анализа клиентской базы банка. Каждая современная банковская организация обязана проводить системный и детализированный анализ клиентской базы и заниматься ее оптимизацией. Это позволит расширить клиентскую базу и реализовать проекты в сфере предоставления новых банковских услуг. Международный опыт показывает, что ведущие компании мира не просто оценивают удовлетворенность или лояльность своих клиентов, а используют именно индекс удовлетворенности и лояльности как обобщающую характеристику, описывающую отношение клиентов к поставщику банковских услуг. Индекс удовлетворенности и лояльности клиентов влияет на показатели экономической эффективности – его рост приводит к росту прибыльности банка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кашкирова, И.А. Основные направления оценки уровня лояльности клиентов банковских организаций / И.А. Кашкирова, М.В. Попова // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 5. – С. 799–806.

УДК 336.71

СТРАТЕГИЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ПРОЦЕСС ПРОИЗВОДСТВА
РОЗНИЧНОГО БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА

О.Л. ТРАЩЕНКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.А. ПОЗДНЯКОВА)

Представлена методика создания вариативного банковского продукта, обоснованы его преимущества. Предлагаемый вариативный вклад состоит из 2-х составляющих – стандартного набора атрибутов и дополнительного, которые может выбирать сам клиент в зависимости от своих потребностей.

В последние годы сложилась тенденция усложнения банковских продуктов, увеличения их «непрозрачности», а также сложность для восприятия продуктов потребителем. Поэтому первоначально розничным банкам необходимо уделить особое внимание тому, чтобы сделать банковские продукты более понятными и прозрачными для своих клиентов.

По степени сложности выделяют четыре типа розничных банковских продуктов:

- 1) продукты, которые могут понять без посторонней помощи большинство потребителей;
- 2) продукты, которые не требуют специального уровня подготовки для их понимания;
- 3) продукты, которые требуют специальных знаний;
- 4) продукты, которые требуют специальных знаний об окружении потребителя с учетом ситуации ее приобретения [1, с. 93].

Современный клиент хорошо осведомлен о различных финансовых продуктах и их стоимости, и не испытывает, как правило, особой лояльности к своему банку. Консультирование носит вспомогательный характер и обеспечивает потребителю выбор из набора стандартных решений, предложенных банком. Однако неопределенность покупаемого продукта остается высокой и часто клиент не может получить продукт, который полностью удовлетворит его потребности.

Следует различать консультирование при продаже традиционного (формирование происходит до процесса продажи специалистами банка без участия потребителя) и вариативного (формирование происходит в процессе продажи специалистами банка совместно с потребителем) продуктов. Традиционное консультирование - интеллектуальная деятельность, которая связана с анализом, исследованием и выдачей информации. Представляет собой передачу информации о предложениях банка от работника к клиенту (рис. 1). При этом результат от консультационной услуги потребитель получает спустя значительный промежуток времени.

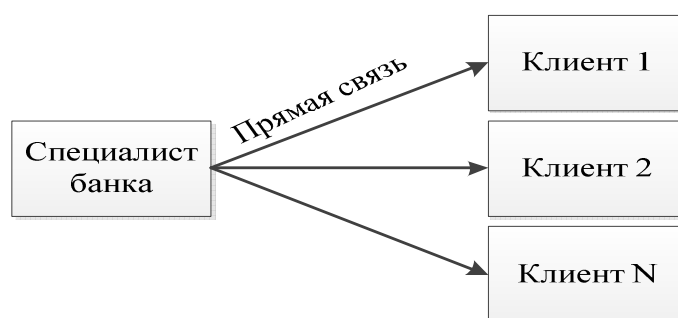


Рисунок 1. – Движение информации в процессе традиционного консультирования

Источник: собственная разработка.

Из рисунка 1 видно, что информация имеет односторонний характер: от банка - к потребителю. Консультирование предназначено для любого потребителя и не зависит от индивидуальных потребностей. Выгодой для клиента при этом является получение от банка информации о стандартных условиях приобретения банковских продуктов для осуществления лучшего выбора.

Вариативный розничный банковский продукт создается в процессе консультирования и характеризуется двусторонним движением информации: от клиента - к банку и от банка - к клиенту (рис. 2).

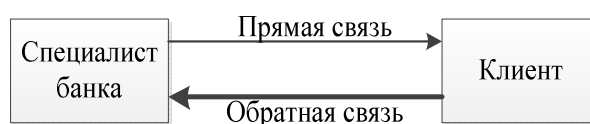


Рисунок 2. – Движение информации в процессе консультирования при работе с вариативными розничными банковскими продуктами

Источник: собственная разработка.

Из рисунка 2 можно сделать вывод, что в результате образуется продукт, предназначенный только для одного клиента. При продаже вариативных розничных банковских продуктов консультирование потребителя должно происходить не только заранее, но и в процессе продажи продукта. Консультирование должно охватывать большой объем информации с глубоким содержанием. Осуществить это невозможно без содержательной консультации со стороны банковского работника. Поэтому очевидно, что при работе с вариативными розничными банковскими продуктами консультирование вызывает более сильный обучающий эффект, чем при продаже традиционных продуктов. В результате растет доверие к банку как к партнеру по финансовым сделкам. А это способствует повышению на рынке конкурентоспособности банковских продуктов и услуг, а также самого банка в целом.

Особенности консультирования при работе с вариативными розничными банковскими продуктами, по сравнению с традиционным консультированием приведены в таблице 1.

Таблица 1. – Сравнение традиционного консультирования и консультирования при продаже вариативного продукта

Признаки консультирования	Традиционные продукты	«Вариативные» продукты
1.Время консультирования	Затраты времени небольшие (перед покупкой продукта)	Затраты времени большие (перед покупкой и в процессе формирования продукта)
2.Уровень персонализации	Низкий	Высокий
3.Объём и глубина содержания	Низкий	Высокий
4.Основная выгода потребителя	Получение информации для лучшего выбора стандартных банковских продуктов	Осознание возможностей вариативного банковского продукта и формирование лучшего продукта
5.Каналы движения информации	Канал «прямой связи»	Канал «прямой» и «обратной» связи
6.Эффект обучения потребителей	Низкий	Высокий

Источник: собственная разработка.

Согласно данным таблицы 1 можно сделать вывод, что вариативный розничный банковский продукт должен создаваться и продаваться по-новому: должен быть наполнен новым содержанием.

Таким образом, преимуществами вариативного розничного банковского продукта являются:

- снижение неопределенности банковского продукта для потребителя;
- приобретение потребителем роли сопроизводителя;
- обоснованный выбор потребителем атрибутов продукта и их значений;
- участие в процессе формирования цены.

Однако если учитывать высокую сложность финансовых услуг, потребители пока не могут самостоятельно планировать, формировать или создавать для себя банковский продукт. Так как подавляющее число из них не имеют соответствующих знаний и навыков, чтобы хорошо представлять структуру банковского продукта.

Если банк предлагает банковский продукт со стандартными вариантами атрибутов, то такой продукт отличается тем, что потребитель принимает участие в его формировании. Так цена банковского продукта станет обоснованной и справедливой с точки зрения потребителя.

Новый банковский продукт должен отличаться следующими признаками:

- «подвижные» атрибуты продукта;
- жесткие рамки замены атрибутов;
- атрибуты продукта заранее определены банком и стандартизированы;

- новая технология продаж продукта;
- система обслуживания и сам процесс производства осуществляется при минимальных издержках.

Процесс формирования вариативного розничного банковского продукта одновременно является процессом формирования его цены. Поэтому эти процессы неразрывно связаны между собой. Таким образом, от выбора клиентов тех или иных атрибутов и их значений зависит размер цены вариативного банковского продукта. Клиент осуществляет выбор между воспринимаемой ценностью продукта, который он хотел бы приобрести, и ценой, которую готов заплатить. Кроме этого неопределенность самого банковского продукта с точки зрения цены снижается, что не менее важно для банка при продажах сложных продуктов.

Величина базовой процентной ставки формируется в результате сложения значений основных атрибутов, а величина надбавок/скидок — дополнительных атрибутов. Поэтому система ценообразования вариативного вкладного розничного банковского продукта функционирует в два этапа:

- первый этап – определяется базовая процентная ставка;
- второй этап – определяется окончательная цена продукта.

Основную часть пассивов банка составляют привлеченные финансовые ресурсы. С их помощью они покрывают до 95% всех потребностей в деньгах. Финансовые ресурсы привлекаются на банковские счета в виде вкладов (депозитов). Таким образом, депозитные счета открываются, как для физических лиц, так и для организаций.

Вклады населения являются небольшими по величине и приобретают значение для банка лишь при достижении определенной массовости. Распыленность вкладов среди множества частных вкладчиков обладает очевидным преимуществом, которое существенно снижает негативные последствия досрочного изъятия вкладов и повышает тем самым устойчивость ресурсной базы банка. Банк становится менее зависимым от действий отдельных клиентов и с большей легкостью может переносить нежелательные повороты рыночной конъюнктуры. Кроме того, раздробленность вкладов позволяет банку организовать более равномерный (без резких пиков и спадов) оборот ресурсов.

Еще одним положительным качеством вкладов населения как ресурса является более длительный срок размещения. По существу, в настоящий момент только население может предоставить ресурсы на срок более года, депозиты предприятий редко выходят за пределы шести месяцев, а длительность межбанковских займов измеряется в днях. Короткий срок обязательств приводит к увеличению напряженности работы по их рефинансированию, чреват срывами и дополнительными потерями. И наоборот, длинный срок обязательств снижает риск потери ликвидности, повышает устойчивость ресурсной базы банков.

Удельный вес сбережений населения в составе кредитных ресурсов (ссудного капитала) весьма существен. По оценкам специалистов, сбережения населения формируют до половины всего ссудного капитала [2, с. 11].

Рассмотрим преимущества внедрения вариативного вкладного продукта на примере ОАО «АСБ Беларусбанк». Для этого необходимо провести сравнительный анализ традиционного и вариативного продукта.

На рисунке 3 указаны примерные варианты условных значений атрибутов, которые образуют базовую процентную ставку, и варианты условных значений надбавок/скидок, а также показан процесс формирования общей цены вкладного продукта. Из рисунка 3 видно, что при формировании вариативного вкладного продукта необходимо представить потребителю варианты объектов выбора. Объектами являются основные и дополнительные атрибуты продукта. Потребитель не может выбрать любое значение основного атрибута (размер суммы, срок и процентная ставка), которое он считает нужным, только в обозначенных банком границах. Для дополнительных атрибутов банк должен заранее создать вариативный ряд значений.

На сегодняшний день инструменты привлечения денежных средств в ОАО «АСБ Беларусбанк» достаточно разнообразны. Однако данные депозиты ограничены набором стандартных атрибутов (процентная ставка, срок и т.д.), что не дает клиенту делать выбор более приемлемых для него условий. Поэтому часто потребитель вынужден искать варианты среди депозитных предложений других банков.

Проведем сравнительный анализ депозитов, предлагаемых ОАО «АСБ Беларусбанк» и примерным вариативным вкладом для определения наиболее выгодного для потребителя. Учитывая, из проведенного анализа, что большей популярностью пользуются долгосрочные безотзывные вклады, для сравнения возьмем условия долгосрочного безотзывного вклада «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)». В таблице 2 приведены условия вклада «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)» и вариативного вклада «Новый».

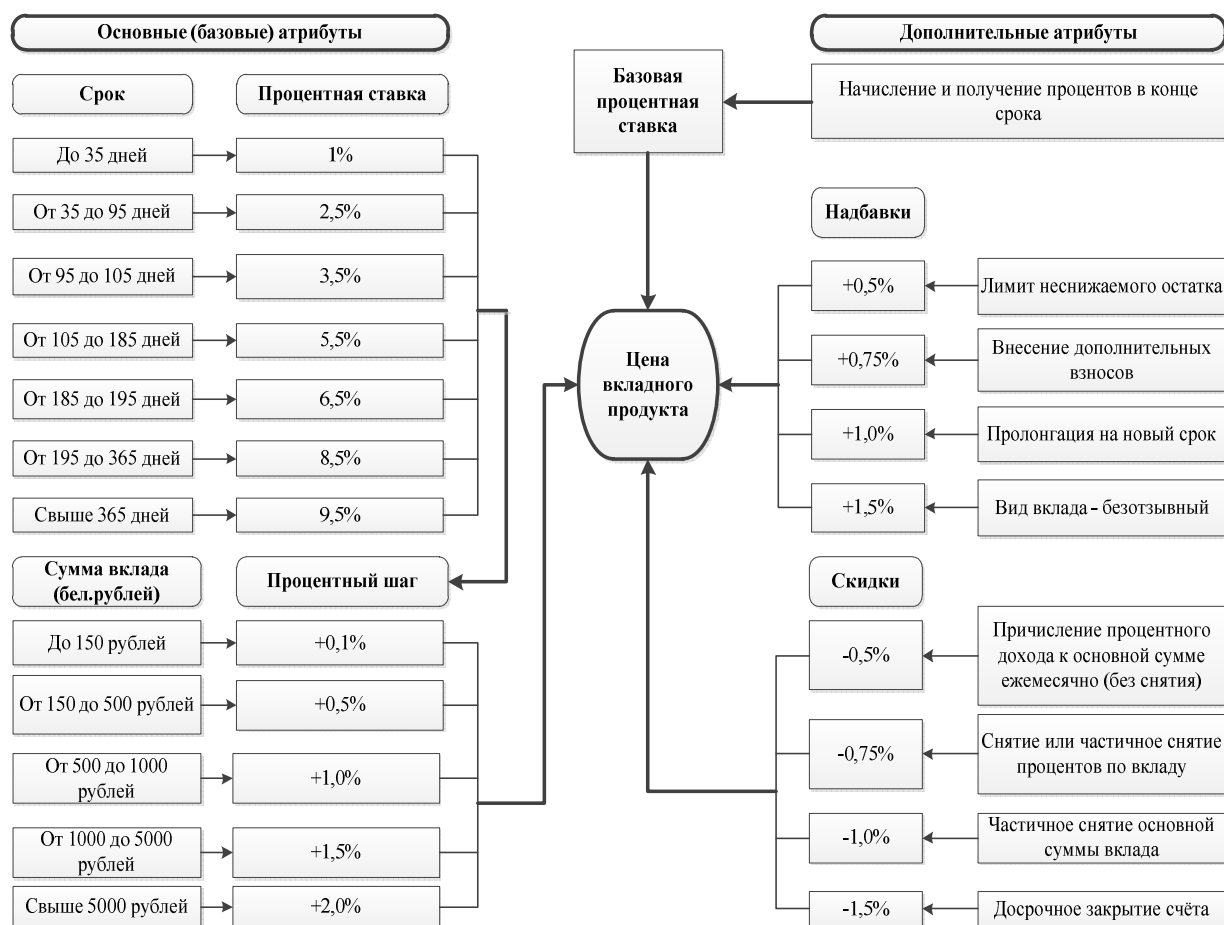


Рисунок 3. – Примерная схема создания вариативного вклада

Источник: собственная разработка

Таблица 2. – Условия вклада «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)» и вариативного вклада «Новый»

Условия	Вклад «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)»	Вклад «Новый»
1.Срок	18 месяцев	18 месяцев
2.Тип ставки	Плавающая	Плавающая
3.Минимальная сумма	150 белорусских рублей	Не определена
4.Частичное снятие	В пределах капитализированных процентов	По выбору клиента (без снятия, в пределах капитализированных процентов)
5.Дополнительные взносы	Без ограничения в течение 15 месяцев	По выбору клиента (без ограничения, без дополнительных взносов)
6.Капитализация	Ежемесячно	По выбору клиента (ежемесячно, в конце срока)
7.Пролонгация	Нет	По выбору клиента (с пролонгацией, без пролонгации)
8. Процентная ставка	9,7% годовых	9,5% годовых + % в зависимости от суммы вклада +% в зависимости от выбранных доп. атрибутов

Источник: собственная разработка на основании данных [3] и рисунка 3.

Из таблицы 2 видно, что вклад, предлагаемый ОАО «АСБ Беларусбанк», имеет стандартный набор атрибутов. А предлагаемый нами новый вариативный вклад состоит из 2-х составляющих – стандартного набора атрибутов и дополнительного набора атрибутов, которые уже может выбирать сам клиент в зависимости от своих потребностей.

Например, клиент открывает вклад на сумму 1100 белорусских рублей, денежные средства ему не понадобятся в течение всего срока вклада. Пользоваться процентами в течение срока клиент не собирается. Рассчитаем доход клиента, если бы он открыл вклад на условиях, предлагаемых ОАО «АСБ Беларусбанк» и вариативного вклада (таблица 3).

Таблица 3. – Расчет дохода клиента банка по действующему вкладу «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)» и предлагаемому вариативному вкладу «Новый»

Условия	Вклад «Классик безотзывный свыше года (18 месяцев)»	Вклад «Новый»
Вид вклада	безотзывный	безотзывный (выбор клиента)
Сумма вклада	1 100,00 BYN	1 100,00 BYN
Процентная ставка	9,7% годовых	Базовая (стандартные атрибуты вклада): 9,5% (вклад свыше года) + 1,5% (сумма вклада 1100 бел.рублей) = 11 % годовых Дополнительная (дополнительные атрибуты вклада): 0,5% (лимит неснижаемого остатка) + 1,5% (вклад «Безотзывный») + 1,0% (продолгация на новый срок) = 3% годовых Итоговая: 11% + 3% = 14% годовых
Сумма процентов на день наступления срока возврата вклада	172,04 BYN	230,79 BYN
Общая сумма на день возврата вклада	1 272,04 BYN	1330,79 BYN

Источник: собственная разработка

Из приведенных расчётов мы видим очевидную выгоду для клиента и преимущество вариативного вклада. Тем самым вырабатывается доверие клиента и его лояльность к банку, так как клиент вовлечен в процесс создания вариативного продукта.

Для банка это возможность:

- полнее удовлетворить финансовые потребности клиентов;
- повысить степень удовлетворенности потребителей качеством обслуживания;
- способствовать формированию репутации банка как открытой организации за счет повышения уровня информированности потребителей в отношении деятельности банка;
- способствовать росту доли постоянных клиентов и улучшению экономических показателей деятельности банка.

Таким образом, создание вариативного розничного банковского продукта возможно только при условии вовлечения в этот процесс клиента в качестве сопроизводителя. Это требует тщательной подготовки специалистами банка всех необходимых составляющих банковского продукта: вариантов атрибутов, гибкого ценообразования, новых технологий в продажах и т.д. Поэтому путь создания банками вариативного розничного продукта является одним из направлений совершенствования розничных банковских услуг, с целью повышения их конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Никоноров, В.В. Развитие розничных услуг коммерческих банков как основа повышения их конкурентоспособности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / В.В. Никоноров ; Волгоградская гос. с.-х. акад. – Волгоград, 2008. – 246 с.
- 2 Ипкаева, И.М. Статистический анализ уровня процентных ставок по кредитам в России и стран Мира / И.М. Ипкаева // Тезисы докл. 5-ой Междунар. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2014/05.pdf>. – Дата доступа: 25.09.2018.
- 3 Официальный сайт ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belarusbank.by>. – Дата доступа: 25.09.2018.

УДК 336.743

ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ КРИПТОВАЛЮТНОГО РЫНКА

М.А. СЕРГЕЕВ, Ю.В. КОШЕЛЕВА
(Представлено Е.С. ЖДАНОВА)

Рассмотрены основные факторы, влияющие на курс криптовалют, а также особенности криптовалютного рынка. На основе новейших данных о резком подъёме курса крупнейшей криптовалюты «Биткоин» за 2017-2018 установлена корреляция курса криптовалют.

Криптовалюта – это виртуальные деньги, которые в отличие от фиатных средств не имеют физического выражения. Единицей такой валюты является «coin», что в переводе с английского языка означает «монета». Особенностью денежной единицы является защита от подделки, ведь в ней зашифрованы данные, не подлежащие дублированию [1].

Существует множество факторов, определяющих курс криптовалют:

- коэффициент спроса/предложения;
- стоимость электроэнергии;
- уровень сложности добычи;
- зависимость друг от друга;
- правительственная политика.

Коэффициент спроса/предложения.

Одним из основных факторов, влияющих на курс криптовалют, является соотношение спроса и предложения. Как и на рынке других товаров, если предложение остается постоянным, а спрос возрастает, то цены на товар растут. Точно так же, увеличение спроса на криптовалюты увеличивает их цены, а при увеличении предложения и снижении спроса, цены снижаются.

Например, в конце 2017 года популярность и обсуждаемость криптовалют, и, в частности биткоина, сильно возросла, что спровоцировало повышение спроса и сильный рост курса данной криптовалюты. Однако в течение нескольких месяцев после начала уже 2018 года, популярность, а, соответственно и спрос на биткоин стали возвращаться на прежние позиции. Эти данные проиллюстрированы графиками курса биткоина за 2017 и 2018 года соответственно (рис. 1, 2).

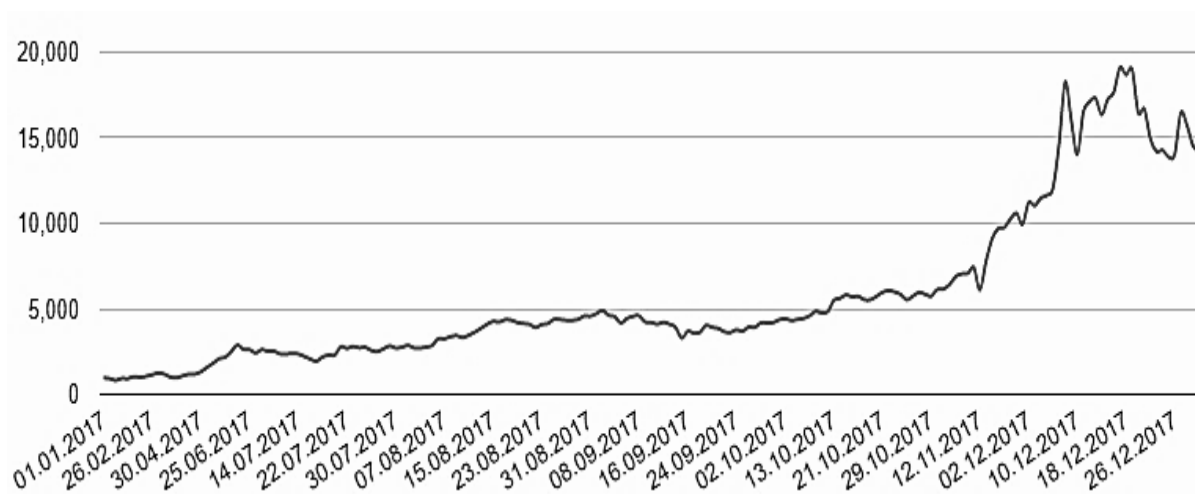


Рисунок 1. – Курс биткоина по отношению к доллару за 2017 год

Источник: [2].

Конечно же, такое поведение курса не обусловлено одним лишь коэффициентом спроса/предложения, но этот фактор, тем не менее, больше всего влияет на курс любой криптовалюты на рынке.

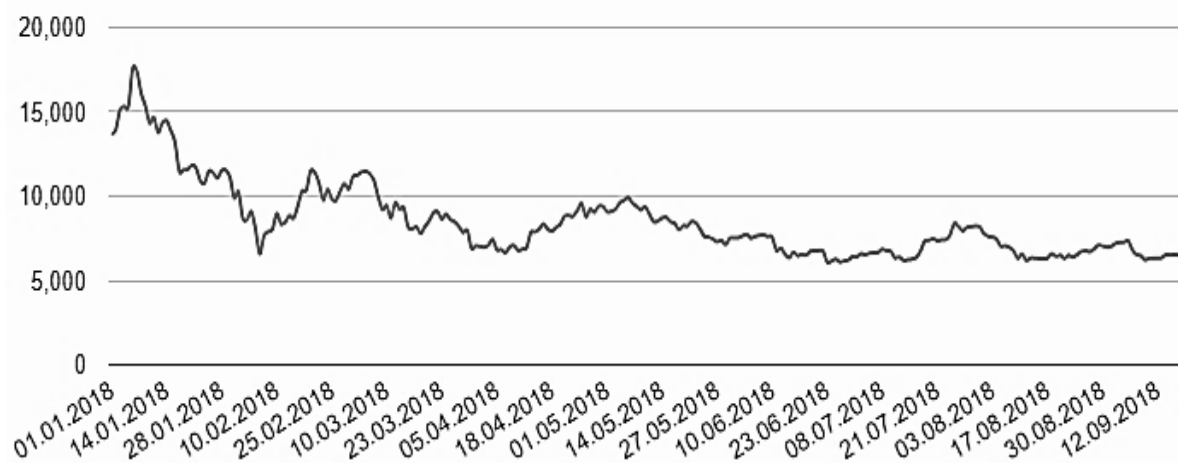


Рисунок 2. – Курс битконна по отношению к доллару за 2018 год

Источник: [3].

Стоимость электроэнергии.

Процесс получения единиц криптовалют называется «добычей». Для добычи криптовалюты требуется постоянная и бесперебойная работа компьютеров, и для получения прибыли от добычи требуется много вычислительной мощности. Чем больше мощность, тем больше используемая энергия. Стоимость энергии также влияет на курс криптовалют. И, согласно прогнозам и аналитике роста криптовалютного рынка, а значит, и роста количества добытчиков, – за 2018 год ожидается потребление 0,6% от мирового потребления электроэнергии только на добычу различных криптовалют [3].

Уровень сложности добычи.

Уровень сложности – еще один важный фактор, который влияет на курс криптовалют. Чем сложнее уровень, тем труднее добыча, тем больше энергии необходимо для добычи, поэтому уровень сложности увеличивает цены на криптовалюты.

Сама по себе сложность добычи означает более высокую безопасность криптовалюты, что может влиять на количество крупных транзакций, совершаемых с её помощью.

Однако более высокий уровень сложности добычи также снижает количество добытчиков некоторой валюты, представляя собой порог вхождения, который, в свою очередь влияет на популярность некоторой криптовалюты, а популярность (количество поисковых запросов и т.д.), в свою очередь, напрямую влияет на спрос.

Зависимость друг от друга.

Курсы криптовалют зависят друг от друга. Если одна криптовалюта начинает стремительно расти, то курсы на другие, соответственно, станут падать, или также расти вместе с ней, в зависимости от взаимосвязи валют. Но криптовалюты с поддержкой крупных трейдеров, манипулирующих ценовым движением своих валют, вполне могут держать их цену в относительной автономии от других криптовалют, естественно, при комфортных для этого условиях.

Правительственная политика.

Правительство любой страны влияет на курсы криптовалют. В основном негативно, по причине сложности в налогообложении данной сферы и большей, чем в фиатной сфере, анонимности транзакций.

Криптовалюты не могут считаться законными платёжными средствами, а во многих странах и вообще связываются с незаконным оборотом оружия и наркотиков, хоть процент криптовалютных транзакций в общем потоке нелегального оборота предположительно ничтожно мал.

Естественно в более закрытых странах, таких как КНР, криптовалюты находятся напрямую за чертой закона, так как при условиях авторитарного режима свободный децентрализованный рынок является слишком чужеродным и неприемлемым. И закрытость некоторых стран по отношению к этому рынку сильно сокращает число добытчиков и пользователей, способных совершать крупные транзакции, что влияет не только на курсы криптовалют, но и на их развитие в целом.

Таким образом, следует отметить, что у криптовалютного рынка довольно много специфических ценообразующих факторов и особенностей, которые нельзя встретить на рынке фиатных валют. В основном это обеспечивается его децентрализованностью и защищенностью транзакций, а именно, самой

сутью криптовалют – технологией блокчейн. Долгосрочное прогнозирование в этой сфере не имеет смысла из-за хаотичности развития рынка, однако тенденции его движения говорят о том, что при всей хаотичности, более стабильные его части работают, и работают исправно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое криптовалюта? Отличительные черты и принцип обращения [Электронный ресурс] // Информационный аналитический портал «Майнинг криптовалюты». – 2018. – Режим доступа: <https://mining-cryptocurrency.ru/что-такое-криптовалюта>. – Дата доступа: 19.09.2018.
2. Bitcoin could end up using more power than electric cars [Электронный ресурс] // Новостной портал «Bloomberg». – 2018. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-10/bitcoin-outshines-electric-cars-as-driver-of-global-power-use>. – Дата доступа: 19.09.2018.
3. Курс биткоин (Bitcoin, BTC) к доллару (USD) [Электронный ресурс] // Справочный портал «Калькулятор». – 2018. – Режим доступа: <https://www.calc.ru/kurs-BTC-USD.html>. – Дата доступа: 19.09.2018.

ЛОГИСТИКА

УДК 336.364

**ОПТИМИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НОВОПОЛОЦКА****В.В. АНОШКО***(Представлено: Л.В. АРТЕМЕНКО, канд. экон. наук, доц. Е.Б. МАЛЕЙ)*

В статье раскрыта сущность социального обслуживания и логистики в Республике Беларусь на примере города Новополоцка, выявлены проблемы в оказании услуг социального обслуживания, предложены пути оптимизации данных услуг.

В настоящее время наблюдаются попытки использовать достижения науки о менеджменте в сферах, которые далеки от способа делового мышления. Эта тенденция касается также логистики, которая берет свое начало в военной сфере, но с 50-х годов прошлого века сильно связана с функционированием предприятий. Однако логистика может применяться не только на промышленных предприятиях с целью повышения их деятельности, логистика так же может быть использована, как инструмент, способствующий повышению уровня социального обеспечения.

Под социальной логистикой понимается искусство управления общественно-существенными материальными потоками (и связанной с ними информацией), с целью достижения определенных пространственно-временных достоинств, необходимых для обеспечения правильного функционирования общества и обеспечения соответствующего качества жизни.

В настоящее время попытки применения логистических принципов в общественной сфере наблюдаются, прежде всего, в случаях: кризисного менеджмента, особенно в гуманитарной помощи; логистического обслуживания учреждений публичного медицинского осмотра.

Более быстрое развитие и научное обобщение получают те применения логистики, которые имеют постоянное применение – практически непрерывное. К таким областям принадлежит хорошо разработанная городская логистика с ее все большим социальным стремлением. Ее развитие началось с проблем, связанных с поставками грузов, в центрах больших городов и с необходимостью привлечь частные транспортные компании к выполнению задач города по обеспечению поставок всем нуждающимся потребителям (получателям) [1].

В Республике Беларусь социальная логистика переплетается с социальной политикой. Социальная политика Республики Беларусь обеспечивает устойчивый рост уровня и качества жизни населения и создание условий для развития человеческого потенциала.

Пенсионное обеспечение - важное направление социальной политики. Основной целью социальной политики Республики Беларусь в области пенсионного обеспечения является повышение уровня жизни пенсионеров через создание стабильной, финансово устойчивой пенсионной системы, удовлетворяющей принципам социальной справедливости, способной противостоять будущим демографическим изменениям [2].

Одним из направлений работы пенсионного обеспечения является создание в центрах социальной помощи населению отделений социальной помощи на дому пенсионерам (инвалиды 1 и 2 групп, а также пенсионеры после 60 лет, с учетом их нуждаемости в социальном работнике).

В данной работе было проведено исследование обслуживания пенсионеров города Новополоцка и работы социальных сотрудников.

Бизнес-процесс обслуживания пенсионеров работниками отделения социальной помощи на дому представлен на рисунке 1.

Основная проблема, выявленная в ходе исследования, заключается в том, что на приобретение и доставку продуктов, необходимых промышленных и медицинских товаров социальный работник тратит около 33,6% времени (на каждого пенсионера согласно установленным нормам у социального работника всего лишь 1,8 ч.). Поэтому, чтобы на помощь самим пенсионерам отводилось больше времени, чтобы работа, которая также закреплена за данным социальным работником, делалась качественно, можно предложить оптимизировать подпроцессы приобретения необходимых продовольственных и промышленных товаров, товаров медицинского назначения и их доставки пенсионерам.



Рисунок 1. – Бизнес-процесс обслуживания пенсионеров работниками отделения социальной помощи на дому

В настоящее время алгоритм действий социального работника по выполнению вышеназванных подпроцессов составляют следующие операции (рис. 2).

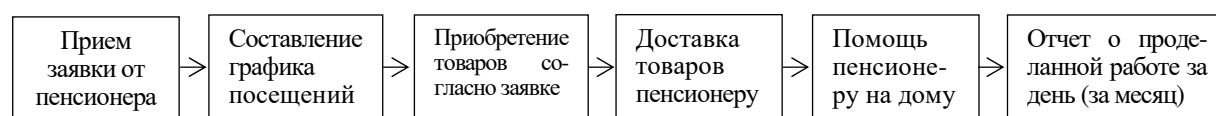


Рисунок 2. – Алгоритм действия социального работника по выполнению закупки и доставки товаров пенсионеру

Подпроцесс приобретения и доставки продукции можно отдать на аутсорсинг, что позволит социальному работнику эффективнее использовать его время, отведенное на одного пенсионера, и улучшить качество других выполняемых им функций. Таким аутсорсером может выступать филиал «Автотранспортное предприятие № 6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс».

После оптимизации подпроцессов приобретения и доставки необходимой продукции, алгоритм действий социального работника по помощи на дому пенсионерам выглядит как на рисунке 3.

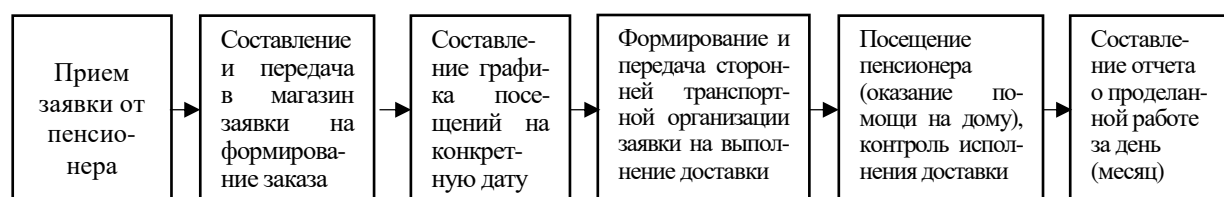


Рисунок 3. – Алгоритм действия социального работника после оптимизации

Были рассчитаны и сравнены временные затраты на доставку продуктов самим работником и доставкой продуктов наемным автотранспортным средством.

Рассмотрим подробнее это на примере.

Социальный работник обслуживает девятерых пенсионеров. Кроме доставки продуктов питания и лекарственных средств в его обязанности также входят:

- оказание помощи в приготовлении пищи;
- мытье пола, уборка пылесосом мягкой мебели, ковров и напольных покрытий, чистка ванны, газовой плиты и т.д;
- в помощь в оплате жилищно-коммунальных услуг;
- оказание помощи в смене постельного белья и т.д.

По информации отделения социальной помощи на дому г. Новополюцка большую часть рабочего времени социальный работник тратит на выполнение подпроцесса приобретения и доставки продуктов, необходимых промышленным и медицинским товаров в близлежащем магазине (аптеке) от места жительства пенсионера или по пути следования (социальный работник сам определяет, согласно рациональности использования своего рабочего времени, с учётом просьбы пенсионера с указанием определённого магазина торговой сети). При необходимости социальные работники пользуются городским пассажирским транспортом. Так же, проанализировав дневники социальных работников, можно отметить, что один социальный работник может обслуживать пенсионеров в разных районах города (то есть к одному социальному работнику пенсионеры прикреплены не территориально).

При использовании наемного автотранспортного средства для выполнения подпроцессов приобретения и доставки необходимых товаров и продуктов, маршруты будут формироваться территориально, но не будут закрепляться за одним социальным работником.

Развозочный маршрут формируется по каждому рабочему дню недели (понедельник – пятница) по территориальному признаку, т.е. в него входят адреса пенсионеров, расположенные в одном микрорайоне независимо от закрепления за отдельным социальным работником. Исключение может составлять включение в него адресов пенсионеров, которым в соответствии с заключенным договором на социальное обслуживание на дому продукты питания должны доставляться 5 раз в неделю.

Можно отметить, что при таком подходе временные затраты будут значительно сокращаться. В дополнение к этому, можно еще предложить заключать договор с магазином. Суть договора заключается в следующем: в магазин поступает заказ от социальных работников на формирование нескольких заказов, затем заказы грузятся в наемное автотранспортное средство и развозят пенсионерам. Кроме затрат времени на доставку, также будет сокращаться время на приобретение продуктов (в среднем социальный работник тратит 30 мин на закупку, а так как будет договор и заказ уже будет сформирован, то максимум 15 минут будет потрачено в магазине).

Исходные данные, которые были использованы в расчете, представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Исходные данные для проведения расчетов

ФИО социального работника	Акуленок Х. Г.
Количество посещений в течение месяца	92 посещения
Общее расстояние по маршрутам обслуживания (исходя из адреса проживания обслуживаемых пенсионеров)	78,1
Общее время, затраченное на приобретение и доставку продуктов	3 068 мин. или 51,1 час.
В том числе по дням недели (в том числе км)	
Понедельник (в т. ч. км)	23 посещения; 6 раз в месяц; 4,4 км
Вторник (в т. ч. км)	12 посещения; 4 раза в месяц; 2,2 км
Среда (в т. ч. км)	20 посещения; 4 раза в месяц; 3,7 км
Четверг (в т. ч. км)	16 посещения; 4 раза в месяц; 2,4 км
Пятница (в т. ч. км)	20 посещений; 5 раз в месяц; 3,7 км
Расчетное время на приобретение и доставку	30 мин
В том числе по дням недели	
Понедельник: пешком	3,2 км (38 мин)
автобусом	-
Вторник: пешком	2,7 км (32 мин)
автобусом	4 км (6 мин)
Среда: пешком	2 км (24 мин)
автобусом	3,6 км (5 мин)
Четверг: пешком	3,6 км (43 мин)
автобусом	-
Пятница: пешком	2 км (24 мин)
автобусом	4,1 км (6 мин)

Примечание: для расчетов времени средняя скорость пешехода была выбрана 5 км/ч; средняя скорость городского автобуса – 40 км/ч.

Если провести расчеты по одной неделе обслуживания, то будет получен следующий результат, представленный в таблице 2:

Таблица 2. – Сравнение доставки продуктов социальным работником и наемным транспортом

Покупка и доставка продуктов социальным работником	Комплектование заказа магазином и доставка наемным транспортом
В месяц 92 посещения, из которых в 75 посещениях необходимо приобретать продукты питания и лекарственные средства.	
t приобретение = $30 \cdot 75 = 2250$ мин	t приобретение = $15 \cdot 75 = 1125$ мин
t движение = $38 \cdot 6 + 38 \cdot 4 + 29 \cdot 4 + 43 \cdot 4 + 30 \cdot 5 = 818$ мин	t движение = $21 \cdot 5 + 48 \cdot 4 + 17 \cdot 6 + 16 \cdot 4 + 23 \cdot 5 = 578$ мин
t общ = $2250 + 818 = 3068$ мин = 51,1 ч	t общ = $1125 + 578 = 1703$ мин = 28,3 ч

Исходя из данных расчетов можно сделать вывод о том, что привлечение для обслуживания пенсионеров наемного автотранспортного средства, а также заключение договора с магазином, который будет формировать заказ, сокращают временные затраты, что позволяет высвободить время социального работника на выполнение других функций (помощи пенсионерам на дому) и позволяет взять на социальное обслуживание больше пенсионеров, не привлекая при этом большего количества социальных работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальная логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lscm.ru/index.php/ru/avtoram/item/1068>.
2. Пенсионное обеспечение в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belarusfacts.by/ru/belarus/politics/domestic_policy/pensionnoe-obespechenie.

УДК 658.783

**СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
В СКЛАДСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ****В.В. ГРЕЧУХО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. О.В. ДОДОНОВ)*

Раскрыта сущность логистического процесса, проведен контент-анализ данного понятия и группировка по однотипным признакам, выделены особенности логистического процесса в складской деятельности предприятий, уточнено определение понятия.

В современных условиях развития рыночных отношений и глобализации экономики предприятия как никогда раньше стоят перед необходимостью улучшить систему поставок своей продукции на рынки сбыта. Движущими силами происходящих изменений выступают конкуренция и растущие требования клиентов к качеству продукции и времени ее поставки в срок. Для целенаправленного и эффективного управления сетями поставок необходима организация правильного управления логистическими процессами, и, в частности – протекающими в такой функциональной отрасли логистической деятельности, как логистика складирования.

Наиболее важным фактором в условиях современной практики складской деятельности предприятий становится формирование и совершенствование системы управления логистическими процессами с учетом особенностей её функционирования. В решении этой проблемы заинтересованы все субъекты рынка логистических услуг, имеющие отношение к складированию. Это объясняется непрерывным усложнением экономических и коммерческих отношений, быстро меняющейся рыночной ситуацией, высокой конкуренцией, необходимостью своевременного улучшения материально-технической базы и финансового состояния предприятий. И чем жестче требования участников экономических отношений в логистической сфере друг к другу, тем острее стоит проблема совершенствования эффективности управления логистическими процессами в различных её отраслях, в том числе и в складировании.

Использование в настоящем исследовании методологических подходов, отвечающих последним достижениям теории управления логистическими процессами вообще, и эффективному применению управления ими на складе – в частности, позволяют по-новому. С учетом изложенного, актуальность и практическая значимость темы исследования определяется следующими основными обстоятельствами:

- во-первых, её направленностью на решение научной проблемы, имеющей важное экономическое значение, а именно: обеспечение эффективности управления логистическими процессами на складе предприятий в целях совершенствования их деятельности для повышения конкурентоспособности;

- во-вторых, в раскрытии необходимости использования в управлении логистическими процессами на складе этапов, позволяющих наиболее полно скоординировать выполнение складских операций и, как следствие – создать условия для принятия правильных и эффективных управленческих решений.

В связи с вышеизложенными фактами можно сделать вывод, что исследование логистического процесса является актуальным и практически значимым. Основными задачами проведенного исследования стали: изучение самого понятия «логистический процесс»; обобщение точек зрения ученых на раскрытие сущности логистического процесса и, на этой основе – группировка существующих понятий в отношении данной дефиниции; уточнение понятия «логистический процесс».

Вследствие вышеперечисленного, возрастает необходимость как можно подробнее рассмотреть сущность понятия логистического процесса.

Логистический процесс представляет собой определенную последовательность основных логистических операций и совокупность действий, обеспечивающих их выполнение с целью эффективного взаимодействия элементов и оптимизации логистической системы в целом.

Среди ученых-экономистов сложилось несколько подходов к пониманию сущности логистического процесса. Первый подход заключается в понимании логистического процесса с точки зрения последовательности целенаправленных логистических операций, совокупности действий участников логистической цепи, позволяющей достигнуть цели логистической системы. Среди этих ученых следует выделить таких, как: Б.А. Аникин и Т.А. Родкина, которые рассматривают логистический процесс как «упорядоченную во времени последовательность логистических операций, интегрирующих функции снабжения запасами, переработки грузов и физического распределения заказа» [1, с. 98]; В.И. Сергеева, который представляет логистический процесс в качестве «организованной во времени последовательности выполнения логистических операций/функций, позволяющей достигнуть заданные на плановый период цели ЛС или ее сетевых (функциональных) подразделений» [2, с. 61]; В.В. Дыбскую, которая под логистическим процессом понимает «определенную последовательность основных логистических операций

и совокупность действий, обеспечивающих их выполнение с целью эффективного взаимодействия элементов и оптимизации логистической системы в целом» [3, с. 93].

Второй подход заключается в его понимании в качестве процесса, оказывающего существенное влияние на экономику предприятия, направленного на реализацию задач планирования, размещения финансовых и людских ресурсов. К ученым, рассматривающим логистический процесс с такой точки зрения можно отнести: П. Никитенко и В. Булавко, считающих логистический процесс таким, в ходе которого «планируется, реализуется и контролируется эффективный и производительный поток товаров, их запасы, сервис и связанная с ними информация по удовлетворению требований потребителя» [4, с. 4].

Следует отметить, что ни в первом подходе, ни во втором не учитываются особенности протекания логистических процессов в контексте управления складами предприятия. В этой связи следует отметить результаты исследований именно тех ученых, которые рассматривают логистический процесс, в ходе которого осуществляется управление логистическими операциями, связанными с грузопереработкой и управлением запасами на складе. Наибольший интерес в группе этих ученых представляют результаты исследований следующих: А.М. Афонина, рассматривающего этот процесс как «предполагающего наличие систем управления информационными потоками, которые осуществляют управление приемом и отправкой грузов, управление запасами на складе, обработку поступающей документации, подготовку сопроводительных документов при отправке грузов и т.д.» [5].

С нашей точки зрения, логистический процесс на складе можно рассматривать как управление логистическими операциями, связанными с грузопереработкой (операционное управление), и координацией смежных служб, обеспечивающих эффективное функционирование склада. Этот логистический процесс не отождествляется с чисто физической грузопереработкой, относящейся к области технологии.

Логистический процесс на складе весьма сложен, поскольку требует полной согласованности функций снабжения запасами, переработки груза и физического распределения заказов. Практически логистика на складе охватывает все основные функциональные области, рассматриваемые на микроуровне. Поэтому логистический процесс на складе гораздо шире технологического процесса, и включает: снабжение запасами, контроль за поставками, разгрузку и приемку грузов, внутри складскую транспортировку и перевалку грузов, складирование и хранение грузов, комплектацию (комиссионирование) заказов клиентов и отгрузку, транспортировку и экспедицию заказов, сбор и доставку порожних товароносителей, контроль за выполнением заказов, информационное обслуживание склада, обеспечение обслуживания клиентов (оказание услуг) [6].

Таким образом, с нашей точки зрения логистический процесс является совокупностью упорядоченных методов и приемов работы на складе, направленных на достижение цели всей логистической системы посредством обеспечения потребителей соответствующей продукцией в соответствующие сроки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Логистика: тренинг и практикум : учеб. пособие ; под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М. : ТК Велби ; Изд-во Проспект, 2014. – 350 с.
2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общ. и науч. ред. проф. В.И. Сергеева. — М. : ИНФРА-М, 2005. – 976 с.
3. Дыбская, В.В. Логистика складирования для практиков / В.В. Дыбская. — М. : Альфа-Пресс, 2005. – 208 с.
4. Формирование транспортно-логистической системы Республики Беларусь / В.Г. Булавко, П.Г. Никитенко. – Минск : Белорусская наука, 2009. — 356 с.
5. Пути повышения конкурентоспособности фирмы в условиях кризиса : учеб. пособие / А.М. Афонин, Е.Д. Ицаков. – М. : Проспект, 2016. – 180 с.
6. Логистика : учеб. пособие / В.И. Маргунова [и др.] ; под общ. ред. В.И. Маргуновой. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш.шк., 2013. – 508 с.

УДК 658.7:338.121

СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЕЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Е.О. ДОДОНОВА

(Представлено: канд. экон. наук, доц. О.В. ДОДОНОВ)

Уточнено понятие «логистическая система» на основе проведенной группировки раскрытия ее сущности с точки зрения инновационного развития, раскрыто значение инновационного труда в развитии логистической системы, предложены критерии оценки труда логистов-инноваторов.

Развитие любой экономической системы на современном этапе невозможно без внедрения инноваций. Не является исключением и логистическая система, которая рассматривается учеными с разных точек зрения.

В то же время, ни в одном из определений самого понятия «логистическая система» не раскрывается ее сущность в качестве экономической системы, зависящей от результатов инновационной деятельности, что является существенной научной проблемой.

Таким образом, актуальность данного научного исследования определяется необходимостью уточнения понятия «логистическая система» с точки зрения зависимости ее развития от внедрения инноваций.

Обобщая материал, содержащийся в первоисточниках, можно сгруппировать трактовки понятия «логистическая система» следующим образом (табл. 1).

Таблица 1. – Группировка трактовок понятия «логистическая система»

Автор	Определение, источник
<i>Трактовки, в основе которых заложен системный подход</i>	
Т.В. Алесинская	Динамическая, открытая, стохастическая, адаптивная сложная или большая система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции [1, с. 121]
Ж.М. Банзекуливахо	Сложная организационно завершенная (структурированная) экономическая система, состоящая из элементов (звеньев), взаимосвязанных в едином процессе управления материальными и сопутствующими им потоками [2, с. 26]
М.А. Чернышев	Экономическая система, обладающая высокими адаптивными свойствами в процессе выполнения комплекса логистических функций и операций [3, с. 32]
<i>Трактовки, в которых не учтен системный подход</i>	
О.Г. Дроздовская	Упорядоченное множество элементов, находящихся в определенных связях и отношениях друг с другом, образующих определенную целостность и единство [4, с. 90]
Е.Ю. Печаткина	Очень сложный и четко работающий организм, собранный из отдельных «органов» (элементов) [5, с. 134]
<i>Трактовки, в которых наряду с системным подходом имеются признаки инновационности логистической системы</i>	
И.В. Павлюченко	Система, элементами которой являются материальные, финансовые и информационные потоки, над которыми выполняются логистические операции, взаимно связывающие эти элементы, исходя из общих целей и критериев эффективности [6, с. 9]
<i>Трактовки, в которых при отсутствии системного подхода имеются признаки инновационности логистической системы</i>	
А.Э. Осипов, Е.В. Трошина	Совокупность субъекта и объектов управления, осуществляющих подготовку к взаимодействию и прямое или опосредованное воздействие на множество основных и сопутствующих потоков ресурсов (продукции) с целью сохранения или изменения их параметров от источников возникновения каждого из них до источников поглощения [7]
Т.Н. Скоробогатова	Упорядоченная структура, в которой осуществляются планирование и реализация движения и развития совокупного ресурсного потенциала, организованного в виде логистического потока, начиная с отчуждения ресурсов у окружающей среды вплоть до реализации конечной продукции [8; с. 33]

Примечание: собственная разработка автора на основе обобщения литературных источников [1 – 8].

На основе проведенной группировки можно сделать следующие выводы: во-первых – научной проблемой является то, что не всеми учеными сама логистическая система рассматривается на основе системного подхода [4; 5], что по своей сути является противоречивым, говоря о любой экономической системе; во-вторых – в трактовках, основанных на системном подходе [1 – 3], не отражены критерии определения степени развития логистической системы; в-третьих – в тех трактовках, где такие критерии

учитываются, и имеются предпосылки учитывать степень инновационности в развитии, нарушен принцип системности [7, 8].

Таким образом, с нашей точки зрения лишь в одном определении из рассмотренных в таблице 1 имеется такое, исходя из которого можно констатировать [6], что логистическая система по своей сути рассматривается и на основе системного подхода, и возможно оценить ее эффективность – как инновационно развивающейся экономической системы. Такова, на наш взгляд, основа сущности логистической системы с точки зрения инновационного развития.

Основываясь на данном утверждении, можно выделить основные признаки, которые должны быть учтены в самой трактовке понятия «логистическая система».

Во-первых – логистическая система по своей сущности представляет собой взаимосвязанные подсистемы (закупка, транспортировка, складирование (управление запасами), производство, сбыт (распределение, сервис). Данный признак не вступает в противоречие с точкой зрения ученых [9, с. 63], однако требует конкретизации с разделением подсистем и выделением в ней. С нашей точки зрения, элементами логистической системы являются именно те, которые выделяются И.В. Павлюченко [6, с. 9] – материальные, финансовые и информационные потоки, над которыми выполняются логистические операции. Данные операции выполняются в каждой из подсистем и, соответственно – должны быть эффективными. Таким образом каждая подсистема должна работать эффективно, что проявляется в ускорении и рациональном использовании каждого элемента логистической системы в целом.

Во-вторых, эффективность логистической системы должна определять степень ее развития. В этой связи необходимо измерить (оценить) эффективность развития каждой из ее подсистем, что, по нашему мнению, должно выражаться в критериях, определяющих степень эффективности управления материальными, финансовыми и информационными потоками. В представленных трактовках, содержащих признаки инновационности логистической системы [7, 8] обращает на себя внимание ресурсный подход при рассмотрении логистической системы. Таким образом: эффективность использования материальных и финансовых потоков может быть оценена через рациональность использования материальных и приравненных к ним ресурсов в каждой из подсистем логистической системы, и, соответственно – как их совокупность в логистической системе в целом. Эффективность же использования информационных потоков может быть оценена через скорость обработки информации при ее передаче как внутри каждой из подсистем, так и в логистической системе в целом, что будет способствовать скорости принятия решений по управлению материальными и финансовыми потоками и, соответственно – оптимизации материальных и финансовых ресурсов.

В-третьих, исходя из теории инновационного менеджмента [10] и предпосылок повышения инновационной активности [11], можно констатировать, что логистическая система, как и любая экономическая, должна быть управляемой, где выделяются субъекты и объекты управления – с одной стороны, а с другой – сама эффективность использования материальных и финансовых потоков и управления соответствующими ресурсами, как и скорость обработки информации непосредственно зависят от степени инновационного развития и эффективности от инновационной деятельности в каждой из подсистем. При таком подходе становится очевидным, что эффективность развития логистической системы, как и любой экономической системы на современном этапе зависит от степени и качества инновационного развития – количества и качества внедряемых инноваций в каждой из подсистем логистической системы. Таким образом, субъектом управления в логистической системе можно считать не только руководителей, принимающих ключевые решения по управлению подсистемами (закупкой, транспортировкой, складированием (управлением запасами), производством и (или) сбытом (распределением, сервисом), но и инноваторов (рационализаторов, изобретателей), внедряющих инновации в каждой из подсистем. В данном случае, если у руководителей объектом управления является соответствующая подсистема в целом, что вытекает из должностных обязанностей, то во втором случае объектом управления является инновации, направленные на рационализацию материальных, финансовых и информационных ресурсов, что позволяет оптимизировать соответствующие потоки в логистической системе. Тем не менее, как в первом, так и во втором случае, субъектом управления является работник – будь то руководитель, или же инноватор.

Выводы.

На основе вышеизложенных признаков нами дается следующее определение понятию «логистическая система»: это сложная структурированная система, состоящая из взаимосвязанных подсистем (закупка, транспортировка, складирование (управление запасами), производство, сбыт (распределение, сервис), в которых происходит управление материальными, финансовыми и информационными потоками, развитие которой зависит от эффективности внедрения инноваций в каждой из подсистем и результатов труда инноваторов (рационализаторов, изобретателей).

Такое понимание логистической системы позволяет в ней выделить основную подсистему – кадры. По мнению некоторых ученых, подсистема «кадры» в логистической системе является основополагающей [9, с. 63-64]. Таким образом, труд инноваторов (или же – инновационный труд [11, с. 120] влияет

как выполнение всех логистических операций, так и на развитие всех подсистем. Для эффективного выполнения логистических операций и управления потоками персонал должен быть мотивирован, и оплата труда персонала должна быть построена на применении эффективных форм и методов стимулирования труда логистов к внедрению инноваций на всех стадиях – от закупки до реализации товаров [12, с. 69].

В основе оценки труда логистов-инноваторов должна быть заложена компенсационная система с учетом критериев, определяющих уровень инновационного потенциала логистов, и их способность внедрять технологические, продуктовые, организационные и маркетинговые инновации на всех стадиях логистической цепочки – от закупки товаров и материальных ресурсов до их хранения на складах и реализации.

Таковыми критериями должны быть: количество внедренных инновационных проектов для развития логистической системы; используемые информационные системы для оптимизации логистической концепции по стадиям логистической цепочки; используемые информационные технологии, направленные на рационализацию материальных и финансовых потоков; внедренные технологические инновации в процессе перевозки, хранения и доставки грузов (включая погрузочно-разгрузочные операции); организационные инновации, направленные на оптимизацию параметров логистических бизнес-процессов; инновации, направленные на оптимизацию затрат в логистической системе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления : учеб. пособие / Т.В. Алесинская. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 350 с.
2. Банзекуливахо, Ж.М. Эффективность управления логистическими цепями на предприятии / Ж.М. Банзекуливахо // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D, Экономические и юридические науки. – 2013. – № 6. – С. 25–29.
3. Логистика: конспект лекций : пособие для подготовки к экзаменам / М.А. Чернышев [и др.]. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 285 с. – (Зачет и экзамен).
4. Дроздовская, О.Г. Логистическая система доставки грузов и качество ее функционирования / О.Г. Дроздовская // Вестник БНТУ. – 2006. – № 3. – С. 90–92.
5. Печаткина, Е.Ю. Логистические системы предприятия лёгкой промышленности / Е.Ю. Печаткина // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. Вып. 28. – 2010. – № 26 (207). — С. 134–137.
6. Павлюченко, И.В. Логистика: краткий теоретический курс / И.В. Павлюченко. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 95 с.
7. Осипов, А.Э. Логистическая система как неотъемлемый элемент для стабильного функционирования предприятия / А.Э. Осипов, Е.В. Трошина // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13316>. – Дата доступа: 03.03.2018.
8. Скоробогатова, Т.Н. Логистика : учеб. пособие / Т.Н. Скоробогатова. – 2-е изд. – Симферополь: ООО «ДиАйПи», 2005. – 116 с.
9. Додонов, О.В. Проблемы и предпосылки кадрового обеспечения развития логистической системы Республики Беларусь / О.В. Додонов, Е.Б. Малей, А.Г. Самойлова // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. D, Экон. и юрид. науки. — 2016. — № 5. — С.61 – 70.
10. Додонов, О.В. Электронное средство обучения (ЭСО) для студентов технических специальностей по дисциплине «Инновационный менеджмент» / О.В. Додонов, А.Р. Лавриненко. – Новополоцк : ПГУ, 2017. – 597 с.
11. Додонов, О.В. Інноваційна активність у сфері праці: теоретичні основи, практичні проблеми та механізми їх вирішення: монографія / О.В. Додонов. – Луганськ : ТОВ «Віртуальна реальність», 2012. – 222 с.
12. Додонова, Е.О. Проблемы стимулирования инновационного труда логистов в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Е.О. Додонова // Прорывные технологии менеджмента: вызовы развитию общества и глобальному управлению : материалы 1-й междунар. науч.-практ. конф. студентов и магистрантов, Липецк, 25.01.2018 / под общ. ред. О.С. Шуруповой ; Липецкий филиал РАНХиГС. – Липецк, 2018. – С. 68–72.

УДК 656.783

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Д.Я. КИБАРОЛУ

(Представлено: канд. экон. наук, доц. О.В. ДОДОНОВ)

Рассмотрены транспортно-экспедиционная деятельность, представлены структура и услуги транспортно-экспедиционного обслуживания на предприятии, изучен процесс обслуживания в ООО «Деловые Линии» с выявлением проблем в ТЭД и необходимостью внедрения в этот процесс организационных и управленческих инноваций.

Транспортно-экспедиционная деятельность (ТЭД) – деятельность в области перевозок, охватывающая весь комплекс операций и услуг по доставке товара от производителя продукции к потребителю. В международной практике под ТЭД понимается особый вид специализированной деятельности по организации доставки грузов и выполнению сопутствующих этому услуг, осуществляемой экспедитором для грузовладельца по договору, предусматривающему экспедиторское вознаграждение (комиссию). Одна из основных задач ТЭД в современных условиях – это поиск наиболее эффективного для заказчика варианта доставки груза на одном или нескольких видах транспорта.

В методологии транспортных перевозок следует различать ТЭД и транспортно-экспедиционное обслуживание (ТЭО), которое представляет собой деятельность специализированных организаций, направленных на обеспечение доставки груза и выполнение любых услуг, связанных с подготовкой груза к перевозке, выполнению перевозки и его хранению. Такая деятельность выполняется по поручению грузоотправителя или грузополучателя и включает в себя выполнение транспортно-экспедиционных операций и услуг [1].

Структура ТЭО представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. – Структура транспортно-экспедиционного обслуживания

Примечание: источник [1].

Как в процессе ТЭО, так и в процессе ТЭУ предприятия оказывают транспортно-экспедиционные услуги (ТЭУ) – отдельные операции или группы операций, непосредственно направленные на удовлетворение определенной потребности клиента в транспортной экспедиции, и характеризующиеся наличием

ем необходимого технологического, экономического, информационного и правового обеспечения. Таким образом, ТЭУ является результатом взаимодействия исполнителя ТЭУ (экспедитора) и потребителя (грузовладельца-грузоотправителя или грузополучателя), а также деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в транспортной экспедиции в соответствии с установленными нормами и требованиями. Такая услуга связана с организацией процесса отправления и получения груза, выполнением других работ, имеющих отношение к перевозке груза в соответствии с договором транспортной экспедиции [1].

Услуги ТЭО представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. – Классификация услуг транспортно-экспедиционного обслуживания

Примечание: источник [1].

Основными направлениями в деятельности транспортно-экспедиционных компаний считают расширение количества видов предоставляемых услуг и обеспечение качества транспортно-экспедиторского обслуживания. При этом транспортно-экспедиционные компании создают филиалы или отделения, специализирующиеся на определенных видах услуг.

Необходимость в транспортной экспедиции обусловлена тем, что процесс доставки груза от грузоотправителя до грузополучателя, как правило, состоит из нескольких этапов перевозки, в том числе с использованием различных видов транспорта. При этом возникает потребность как в организации и координации выполнения этих этапов, так и в выполнении сопутствующих перевозочному процессу вспомогательных работ, которые могут производиться непосредственно грузовладельцами (грузоотправителями или грузополучателями) и специализированной организацией (посредником) [2].

Рассмотрим процесс организации и управления транспортно-экспедиционной деятельностью в обществе с ограниченной ответственностью (далее – ООО) «Деловые линии».

ООО «Деловые линии» – одноименная компания, осуществляющая транспортные услуги, прием и оформление груза клиента, сопровождение его перевозки, а также доставку от и до адреса клиента. В

структуру ООО «Деловые Линии» входит более 20 компаний и организаций. ООО «Деловые линии» не располагают собственным автопарком и транспортными средствами, а занимаются исключительно транспортно-экспедиционной деятельностью, т. е. процессом доставки груза и всех сопровождающих операций к подготовке груза к приему, транспортировке и выдаче.

ООО «Деловые Линии» предоставляют услуги по доставке сборного груза автомобильным и воздушным транспортом, перевозке грузов еврофурами и малотоннажными автомобилями, контейнерным перевозкам, а также услуги по номенклатурному ответственному хранению. При необходимости клиентам предлагается мультимодальная транспортировка грузов [3].

Процесс ТЭД компании начинается с приема груза. При сдаче груза клиенту необходимо приложить накладную, счет-фактуру, сертификаты (если груз подлежит сертификации), доверенность. Указанные документы необходимы для транспортировки груза по территории России и получателю не передаются, на складе оформляется складская накладная, после чего груз отправляется для дальнейшей упаковки и маркировки.

Далее на основе складской накладной в операторском зале оформляют приемную накладную.

Следующим этапом является процесс перевозки груза. Груз транспортируется из обособленного структурного подразделения Компании отправителя до обособленного структурного подразделения Компании получателя [4]. Схема прохождения груза в данном случае состоит в следующем:

- груз загружается в транспортное средство; оформляется документ «Загрузка машины», который отображается в складской накладной во вкладке «Документы»;
- отправка транспортного средства осуществляется согласно графику отправок;
- по прибытию транспортного средства в обособленное структурное подразделение Компании получателя груз выгружается, после чего оформляется документ «Выгрузка машины», и он отображается в складской накладной во вкладке «Документы».

И наконец, последний этап работы с грузом – выдача груза клиенту. Клиент подходит в операторский зал для оформления документов на выдачу груза, оператор информационной базы распечатывает необходимый пакет документов, ставит свою подпись, печать и передает его клиенту, после чего клиент с пакетом документов проходит на склад для получения груза [4].

Факт передачи/получения груза подтверждается записью (подписью) отправителя и экспедитора в экспедиторском документе – приемной накладной ООО «Деловые Линии».

На основе проведенных исследований в данной организации были выявлены следующие проблемы в использовании автомобильного транспорта: сравнительно высокая себестоимость перевозок, в следствии чего предприятие «теряет» часть клиентов; недостаточно высокий уровень охраны груза в процессе перевозки, что не исключает возможность хищения груза; случаи угона автотранспорта со стоянок в период «отстоя»; сравнительно малая грузоподъемность используемых транспортных средств, арендуемых для перевозки груза, что не позволяет удовлетворить максимальное количество клиентов.

Данные проблемы не приводят к потере части прибыли ООО «Деловые Линии», что требует их разрешения на основе внедрения организационных и управленческих инноваций в процесс ТЭД.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалев, Р.Н. Методы исследования в социальной работе : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Р.Н. Ковалев, А.В. Яценко. – Екатеринбург, 2016. – 87 с.
2. Дмитриев, А.В. Логистика транспортно-экспедиторских услуг : учеб. пособие / А.В. Дмитриев, М.В. Афанасьев. – 2010.
3. Официальный сайт ООО «Деловые Линии» Санкт-Петербург [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spb.dellin.ru/>. – Дата доступа: 13.08.2018.
4. Инструкция ООО «Деловые Линии». Работа с грузом. Этапы / А.И.Беляев. – 2015.

УДК 164.01:338.24

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

К.А. ДАДАШОВА

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.Б. МАЛЕЙ)

Раскрывается сущность мультимодальной перевозки путем выделения критериев к определению исследуемого понятия на основании изучения литературных источников. Рассматриваются особенности перевозки скоропортящихся товаров. Приведены основные требования к мультимодальной перевозке скоропортящихся грузов.

В настоящее время для осуществления эффективной доставки товаров широко применяются мультимодальные перевозки. В данных перевозках один вид транспорта (например, железнодорожный) выступает в роли основного перевозчика, а взаимодействующие виды транспорта являются клиентами, оплачивающими его услуги. Также при мультимодальных перевозках груз может перегружаться из грузового отсека одного вида транспорта в грузовую секцию другого (например, из грузового автомобиля в железнодорожный вагон, из железнодорожной цистерны в грузовую секцию танкера и т.д.)

К основным принципам функционирования приведенных моделей следует отнести:

- единый коммерческо-правовой режим;
- комплексный подход к решению финансово-экономических вопросов организации перевозок;
- единый организационно-технологический подход к управлению перевозками;
- координацию действий всех логистических посредников, участвующих в процессах транспортировки.

Следует отметить, что в литературе существует множество различных подходов к дефиниции понятия «мультимодальная перевозка».

Результаты исследования подходов к определению сущности понятия «мультимодальная перевозка» представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Дефиниции понятия «мультимодальная перевозка»

Автор (источник)	Суть теоретического подхода
1	2
http://www.sta-logistic.by Мультимодальные перевозки	Мультимодальная перевозка — это перевозка с использованием нескольких видов транспорта: автомобильного, морского, железнодорожного, воздушного, для организации которой используют всю транспортную инфраструктуру: терминалы, консолидационные склады, порты, аэропорты, что предполагает высочайшую степень координации действий всех участников логистического процесса [1]
http://www.tforum.ru Мультимодальные перевозки	Мультимодальная перевозка – это наивысший по сложности вид перевозки, в которой используются в различных сочетаниях не менее двух различных видов транспорта, в которой точно просчитаны и согласованы: 1) оптимальная схема и маршрут движения транспорта; 2) время и место подачи транспорта; 3) время и место перегруза товара; 4) обеспеченно временное хранение груза; 5) в зависимости от сложности и потребностей заказчика - предусмотрены различные дополнительные услуги; 6) осуществляет перевозку и несет полную финансовую и юридическую ответственность за данную конкретную перевозку - одна транспортно-экспедиционная компания [2]
http://www.bel-gruz.by Мультимодальные перевозки	Мультимодальная перевозка — это транспортировка любых грузов двумя или более видами транспорта, которую организует одна компания, при этом перевозчик может задействовать для своих целей транспорт других фирм, но единоличная ответственность за доставку груза перед заказчиком ложится на него, поскольку на весь путь следования товара заключается один договор [3]
http://goodlogistics.ru Мультимодальные перевозки/интермодальные перевозки	Мультимодальная перевозка – транспортировка одного и того же груза с использованием более одного вида транспорта, как правило, на основе одного договора. Преимущество в том, что такую перевозку осуществляет не несколько компаний, а одна, соответственно неся свои обязательства перед клиентом. Мультимодальные перевозки подразумевают возможность транспортировки «от двери до двери» [4]

Окончание таблицы 1

1	2
http://www.ulex.info Мультимодальные перевозки	Мультимодальная перевозка - перевозка грузов, при которой используется три и более различных видов транспорта. Используют этот вид перевозки тогда, когда необходимо решить сложную транспортную задачу, как правило, связанную с перевозкой больших партий груза на большие расстояния. Основным преимуществом этого вида перевозок является возможность перевезти груз из любой точки мира в любую другую точку мира. При мультимодальной перевозке груз способен преодолеть любые расстояния [5]
http://www.emons.by Мультимодальный тип перевозок	Мультимодальная перевозка – перевозка, которая заключается в качественном сервисе доставки грузов из одного пункта в другой, сочетающем в себе такие виды транспорта, как наземный, представленный автомобильными и железнодорожными перевозками, морской и воздушный транспорт [6]
http://vedinform.com Мультимодальные перевозки	Мультимодальная перевозка — транспортировка грузов по договору с одним перевозчиком с применением различных видов транспорта. Перевозчик вправе использовать транспорт других контрагентов, но вся ответственность перед заказчиком лежит на генеральном подрядчике, у которого заказана перевозка [7]
Дыбская В.В.	Мультимодальная перевозка – перевозка груза двумя и более видами транспорта, при которой лицо, организующее перевозку, несет за нее ответственность на всем пути следования независимо от количества принимающих участие видов транспорта при оформлении единого перевозочного документа. Это смешанные перевозки, выполняемые транспортными средствами, принадлежащими одному и тому же юридическому лицу или находящимися в его оперативном управлении [8, с. 528]
Баско И.М., Бороденя В.А., Карпечко О. И.	Мультимодальная перевозка – прямая смешанная перевозка двумя и более видами транспорта, при которой договор с грузоотправителем на доставку груза заключает от имени всех перевозчиков первый перевозчик [9, с. 315]
Ивуть Р.Б., Кисель Т.Р.	Мультимодальная перевозка – перевозка, осуществляемая двумя и более видами транспорта, при которой перевозчик, организующий всю перевозку груза (от двери до двери), принимает на себя ответственность за всю перевозку в целом. Это перевозка грузов по меньшей мере двумя разными видами транспорта на основании договора мультимодальной перевозки из места в одной стране, где грузы поступают в ведение оператора мультимодальной перевозки, до обусловленного места доставки в другой стране [10, с. 237]

Примечание: собственная разработка на основании изученной экономической литературы.

На основании проведенного исследования понятия «мультимодальная перевозка» можно выделить общие признаки, присутствующие у многих авторов. К таким признакам относятся: перевозка груза двумя и более видами транспорта, оформление единого перевозочного документа, транспортировка «от двери до двери». Для сопоставления приведенных в таблице 1 подходов к сущности мультимодальной перевозки составим аналитическую таблицу 2.

Таблица 2. – Анализ подходов к сущности понятия «мультимодальная перевозка»

Автор (источник)	Признаки мультимодальной перевозки			Другие определения
	Перевозка груза двумя и более видами транспорта	Оформление единого перевозочного документа	Транспортировка «от двери до двери»	
1	2	3	4	5
http://www.sta-logistic.by [1]	+			
http://www.tforum.ru [2]	+			
http://www.bel-gruz.by [3]	+	+		
http://goodlogistics.ru [4]	+	+	+	
http://www.ulex.info [5]	+		+	
http://www.emons.by [6]				«Мультимодальная перевозка – перевозка, которая заключается в качественном сервисе доставки грузов из одного пункта в другой, сочетающем в себе такие

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5
				виды транспорта, как наземный, представленный автомобильными и железнодорожными перевозками, морской и воздушный транспорт»
http://vedinform.com [7]		+		
Дыбская В.В. [8, с. 528]	+	+		
Баско И.М., Бороденя В.А., Карпеко О. И. [9, с. 315]	+	+		
Ивуть Р.Б., Кисель Т.Р. [10, с. 237]	+		+	
Итого	65%	25%	10%	

Примечание: собственная разработка на основании изученной экономической литературы.

Исходя из данных таблицы 2, можно выделить три основных критерия в определении понятия «мультимодальная перевозка».

Первый - перевозка груза двумя и более видами транспорта. Его выделяют большинство авторов – 65 %. Второй критерий – это оформление единого перевозочного документа, считают 25 % авторов. Также 10 % авторов выделяют третий критерий мультимодальной перевозки - транспортировка «от двери до двери». На наш взгляд все три выделенных критерия являются обязательным для определения экономической сущности мультимодальной перевозки.

Таким образом, нами предлагается следующее определение: «Мультимодальная перевозка – это наивысший по сложности вид перевозки любых грузов двумя или более видами транспорта, при котором лицо, организующее всю перевозку груза (от двери до двери), несет за нее ответственность на всем пути следования независимо от количества принимающих участие видов транспорта при оформлении единого перевозочного документа».

При перевозке груза свои особенности имеет доставка скоропортящихся товаров. Это ответственный процесс, требующий учёта множественных факторов, позволяющих обеспечить его сохранность. Транспортировка всегда сопряжена с рядом рисков, поскольку груз на всём её протяжении нуждается в создании вокруг себя особых условий, отвечающих стандартам его хранения.

Скоропортящиеся продукты — товары, требующие особых условий хранения, транспортировки и реализации в чётко указанные сроки. Скоропортящиеся продукты делятся на несколько групп:

- годы, фрукты, овощи;
- мясные продукты;
- переработанные (молоко и молочные продукты, жиры, замороженные продукты и т.д.);
- живые (растения).

Организация перевозки скоропортящихся товаров на любом виде транспорта подразумевает ряд условий, обязательных к выполнению:

- компании, занимающиеся перевозкой продуктов такого типа должны установить соответствующую температуру в помещении, где они транспортируются;
- свежие продукты или овощи можно перевозить летом, осенью и весной при температуре не ниже 0 градусов по Цельсию, но не более шести часов. А зелень можно перевозить в неспециализированном транспорте не более 3 часов;
- транспортные средства, перевозящие скоропортящиеся продукты должны соблюдать все санитарные требования;
- транспортные компании должны предоставлять транспорт с охлаждением (летом) и с подогревом (зимой) для перевозки грузов;
- грузы со скоропортящимися товарами предоставляются в соответствии со всеми требованиями для транспортировки: упаковка, выполненная по всем стандартам, исправная тара;
- фрукты и овощи перевозятся исключительно в затаренном виде. В ящиках, которые соответствуют всем требованиям ГОСТа, перевозятся только плоды и некоторые овощи;
- продукты обязаны быть уложены таким образом, чтобы они прилегали плотно, но на уровне, при котором они не должны биться и тереться о потолок.

К грузоотправителю предъявляется ряд требований.

1. При перевозке мясных продуктов или животного сырья грузоотправитель обязан предоставить полис ветеринарно-санитарного надзора.

2. Если растения отправляются из места, где был объявлен карантин, то товаротправитель обязан предоставить разрешение на отправку отдельной партии и карантинные документы.

3. Организация, осуществляющая перевозку, имеет право на выборочную проверку скоропортящихся продуктов, их тары, упаковки т.д.

4. Отправитель груза обязан предоставить накладную, в которой указана реальная температура груза перед тем, как его погрузили. Состояние упаковки также указывается в этом документе.

5. Отправитель груза в накладной, в разделе с данными о грузе, должен указать максимальную продолжительность перевозки скоропортящихся продуктов.

6. Разрешается перевозка различных типов скоропортящихся продуктов, входящих в одинаковую группу, если для них назначен один и тот же режим температуры. Запрещена перевозка продуктов, имеющих разную группу.

7. Нельзя транспортировать охлаждённые скоропортящиеся продукты совместно с уже остывшими.

8. Замороженные грузы должны укладываться плотно для полного пользования пространством. В случае перевозки свежих или охлаждённых продуктов, запакованных в тару, их размещение не должно препятствовать движению воздуха между ящиками или другой тарой. Дистанция между потолком и верхней клади товара не должна составлять меньше 25-40 сантиметров.

9. Отправитель груза отвечает за укладку продуктов в грузовом помещении транспортного средства.

10. Помещение, в котором перевозятся скоропортящиеся продукты, должно быть опломбировано.

11. Срок доставки устанавливает организация, занимающаяся транспортировкой.

12. После доставки, получатель обязан предоставить условия для очистки кузова от остатков продуктов.

На качество груза в процессе хранения и транспортировки влияют определенные факторы. Факторы внешней среды — безусловно, это основной и самый важный момент. Во время перемещения груза, он может изменяться как в массе, так и в количестве. На это влияют внешние условия: физические взаимодействия, дефекты в таре или кузове. Также огромное воздействие на продукты оказывает температура, наличие пыли, газа в воздухе, микробы и свет. Длительность перевозки — это второстепенный фактор, оказывающий влияние на определённые виды скоропортящихся продуктов. Однако, при использовании правильного помещения, исправной тары/упаковки, можно легко избежать порчи товара.

Изотермические подвижные составы — грузовые транспортные помещения для перевозки скоропорта. Существует два вида изотермических подвижных составов:

– универсальный, предназначенный для перевозки массовых скоропортящихся продуктов, а именно, молочных и мясных продуктов, овощей, фруктов и т.д.;

– специализированный, в нём перевозятся живая рыба, винные материалы и виноградные вина и др.

Также подвижной состав различают по методу нагнетания необходимого температурного режима:

– ледники — помещения с ёмкостями для льда;

– рефрижераторы — охлаждение обеспечивается паром, вырабатываемым холодильной компрессорной установкой;

– термосы — теплоизоляция происходит без охладительных систем.

Последние нужны для транспортировки скоропортящихся продуктов в пределах небольших расстояний (например, в городе) [11].

В сфере перевозок скоропортящихся грузов широко распространены мультимодальная транспортировка - смешанное сообщение, то есть такое, которое объединяет сразу два или более видов транспорта. Причины для этого могут быть самые различные, начиная от особенностей местности и заканчивая экономическими соображениями. Как правило, в смешанных сообщениях не участвует воздушный транспорт, а все остальные его разновидности — водные, железнодорожные, автомобильные — комбинируются во всех возможных вариациях.

Подобный подход требует особого внимания к оформлению документации, где необходимо чётко указывать сроки погрузок и разгрузок, риски и требования. К документам обязательно прилагаются сертификаты или удостоверения качества. В этих документах кроме информации, описывающей состояние перевозимых грузов, указывают сроки возможной транспортировки с учетом условий перевозки на конкретных видах транспорта. При отсутствии таких документов или в случае невозможности доставить груз в срок, указанный в сертификатах, сторона, передающая груз к перевалке на другой вид транспорта, обязана вызвать представителя инспекции по качеству или эксперта и оформить передачу по вновь выданному сертификату или составленному акту экспертизы.

Описанная схема очень сложна для реализации, поскольку требует грамотной стратегии своей реализации. Для упрощения её понимания разработаны некоторые правила для транспортных средств и регулирования работы пунктов перевалки. Для отдельных схем, возлагающих на себя подобные обязанности, периодически приемлемы общие правила, в то время как более крупные пункты могут разрабатывать собственную специфику обслуживания грузов. Смешанное сообщение предполагает наличие складов, способных поддерживать температурные режимы, необходимые для обеспечения сохранности товара, ожидающего транспорт. В холодное время года становится особенно актуальным оснащение перевалочных пунктов отопительным оборудованием, что особенно необходимо для теплолюбивых растений и их плодов.

Перевозки скоропортящихся грузов в смешанном сообщении требуют стандартизации для упрощения процедур загрузки и разгрузки. Для этой цели в Японии и Западной Европе предусмотрены так называемые изотермические контейнеры, которые имеют одинаковые размеры и вместимость. Они выдерживают наружные температуры от низких, вплоть до -45°C включительно, до высоких $+45^{\circ}\text{C}$. Это даёт возможность работать в любой сезон, независимо от погодных обстоятельств. Чёткое представление о размере контейнера позволяет удобно размещать их на платформах и в трюмах, предварительно рассчитывая место из единственного, количественного показателя. Надёжные системы поддержания температуры обеспечивают внутри любого контейнера уровень охлаждения, оптимальный для каждого конкретного груза. При этом сами системы различны и не стандартизированы. Можно встретить как холодильное оборудование, так и установки с жидким азотом либо сухим льдом [12].

Основные требования к мультимодальной перевозке скоропортящихся товаров следующие:

- выбор специального транспорта;
- поддержание определенного температурного режима перевозки;
- определение времени перевозки (установление оптимальных сроков доставки);
- соблюдение всех санитарных требований;
- качественная упаковка – только в затаренном виде;
- учет совместимости перевозки продуктов;
- обязательное опломбирование транспортных средств;
- обязательная очистка кузова от остатков продуктов после доставки;
- оформление соответствующей документации (с указанием температуры, сроков доставки, времени погрузки/разгрузки, упаковки, условий перевозки);
- применение контейнерной перевозки;
- наличие складских терминалов с поддержанием температурного режима, перевалочных пунктов.

Следует отметить, что перевозка скоропортящихся грузов в мультимодальной перевозке — ответственный процесс, требующий проработанной системы и проработки всех этапов для его грамотной реализации. Необходимо учитывать время прибытия транспорта, а также следить за правильным оформлением сопроводительной документации, чтобы не столкнуться с непредвиденными обстоятельствами. Кроме того, нужно учесть особенности груза и условия перевозки, чтобы правильно выбрать упаковку и тип контейнера. Только так, взвесив все преимущества и риски, можно эффективно воспользоваться данным способом транспортировки скоропортящихся грузов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мультимодальные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stalogistic.by/services/intermodal/>. – Дата доступа: 12.04.2018.
2. Мультимодальные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tforum.ru/pub/44> – Дата доступа: 12.04.2018.
3. Мультимодальные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belgruz.by/services/multimodal_perevozki.html. – Дата доступа: 12.04.2018.
4. Мультимодальные перевозки/интермодальные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://goodlogistics.ru/smeshannye-multimodalnye-intermodalnye-perevozki/>. – Дата доступа: 12.04.2018.
5. Мультимодальные перевозки: назначение, виды, особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ulex.info/mnenie-eksperta/multimodalnyie-perevozki-naznachenie-vidyi-osobennosti.html>. – Дата доступа: 12.04.2018.
6. Мультимодальный тип перевозок как надёжный вид транспортировки и доставки по всему миру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.emons.by/uslugi/multimodalnye_perevozki.html. – Дата доступа: 13.04.2018.
7. Мультимодальные перевозки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vedinform.com/freight/container/multimodal.html>. – Дата доступа: 13.04.2018.
8. Логистика : учебник / В.В. Дыбская [и др.] ; под ред. В.И. Сергеева. – М. : Эксмо, 2009. – 944 с.
9. Логистика: учеб. пособие / И.М. Баско [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, проф. И.И. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2007. – 431 с.
10. Транспортная логистика : учеб.-метод. пособие / Р.Б. Ивуть, Т.Р. Кисель. – Минск : БНТУ, 2012. – 379 с.
11. Международные перевозки скоропортящихся грузов — основные аспекты и необходимые документы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vedinform.com/freight/skoroport>. – Дата доступа: 15.04.2018.
12. Перевозка скоропортящихся грузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mezhdunarodnaya-perevozka-skoropartyashchikhsya/>. – Дата доступа: 15.04.2018.

УДК 658.78.011.1

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ СКЛАДА В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. КУРЧИК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Раскрыта экономическая сущность склада в логистической системе предприятия, выделены определенные подходы к трактовке данного понятия, которые позволили сформулировать собственное определение данного понятия для сближения различных подходов.

Трудно представить существование любого предприятия без складов. Склады на промышленных предприятиях играют важную роль в общем технологическом процессе производства, они поддерживают и задают ритм производства. Можно даже утверждать, что именно склады являются организаторами производства, так как любой производственный процесс (на отдельном участке, в цехе или в целом на предприятии) начинается и заканчивается на складах (сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции). Именно поэтому от уровня технической оснащенности и организации работы на этих складах зависят организованность, общий ритм и эффективность производственного процесса.

Многие ученые и специалистов по-разному трактуют понятие «склад» как составная часть логистической системы предприятия. Основные их трактовки представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Трактовка понятия «склад»

Автор / источник 1	Дефиниция 2
1. Никифоров В.В. [1, с. 57]	Склад – это сложное техническое сооружение, которое состоит из многочисленных взаимосвязанных элементов, имеет определенную структуру и выполняет ряд функций по преобразованию материальных потоков, а также накоплению, переработке и распределению грузов между потребителями
2. Волгин В.В. [2, с. 14]	Склад – это аккумулятор резервов материальных ресурсов, необходимых для демпфирования колебаний объемов поставок и спроса, а также синхронизации скоростей потоков товаров в системах продвижения от изготовителей к потребителям или потоков материалов в технологических производственных системах
3. Маргунова В.И. [и др.] [3, с. 244]	Склад – это здание, сооружение, устройство, которое обеспечивает сохранность товаров и накопление необходимых их запасов и предназначенное для приемки, размещения и хранения, поступивших на них товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителям
4. Хабаров В.И. [4, с. 352]	Склад – сложное техническое сооружение, предназначенное для управления запасами на различных участках логистической цепи и выполнения конкретных функций по хранению и преобразованию материального потока в целом
5. Самолаев Ю.Н. [5, с. 146]	Склад – здание, сооружение, устройство и т.п., предназначенное для приемки, размещения и хранения поступивших товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителям
6. Федоров Л.С., Кравченко М.В. [6, с. 135]	Склад – место хранения товаров в период их движения от места производства до оптовой или розничной торговой точки
7. Сергеев В.И. [и др.] [7, с. 368]	Склад – это место преобразования материальных потоков, направленных на удовлетворение потребностей клиентской базы
8. Гаджинский А.М. [8, с. 333]	Склад – элемент товаропроводящей цепи, предназначенный для приемки, размещения, хранения, комплектации и выдачи продукции и имеющий необходимую базу (здания, сооружения, устройства и т.п.)
9. Курочкин Д.В. [9, с. 80]	Склад – объект транспортно-логистической системы (здание, сооружение, ангар, либо их отдельные части, либо открытая площадка, либо площадка с навесом), расположенный на изолированной территории или совместно с производственными, торговыми и другими помещениями и предназначенный для приема, хранения, переработки и отправки грузов
10. Алесинская Т.В. [10, с. 43]	Склад – это любое место, где хранятся запасы материалов при прохождении через цепь поставок
11. Пустобаев В.П. [11, с. 18]	Склад – это буфер, сглаживающий неритмичности поступления на его вход товаров с целью обслуживания потребителей с заданной надежностью, например, с надежностью 0,95
12. Багинова В.В. [и др.] [12, с. 4]	Склад – это эффективное средство управления запасами на различных участках логистической цепи и управления материальным потоком в целом

Окончание таблицы 1

13. Таничев А.В. [13, с. 105]	Склад – здание, сооружение, устройство, предназначенное для приемки и хранения различных материальных ценностей, подготовки их к производственному потреблению и бесперебойному снабжению ими потребителей
14. Зеваков А.М. [14, с. 194]	Склад – здания, сооружения, устройства, предназначенные для приемки и хранения различных материальных ценностей, подготовки их к производственному потреблению, дальнейшей транспортировки и бесперебойному отпуску потребителям
15. http://www.zavtrasessiya.com/ [15]	Склады – это здания, сооружения и разнообразные устройства, предназначенные для управления запасами на различных участках логистической цепи и материальным потоком в целом (т. е. приемки, размещения и хранения поступивших на склады товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителю)
16. https://dic.academic.ru/ [16]	Складом называют просторное помещение для хранения товаров, сырья, оборудования и т.п.
17. http://www.aqz.ru/ [17]	Склад – это важное звено технологического процесса промышленных предприятий, а для оптовой и розничной торговли они служат фундаментом
18. http://www.telenir.net/delovaja_literatura/logistika_konspekt_lekcii/p5.php [18]	Склад – это технически сложное оснащенное сооружение, которое включает взаимосвязанные элементы, имеет соответствующую структуру и выполняет ряд функций по изменению материальных потоков, а также сбору, переработке и распределению грузов между потребителями
19. https://ru.wikipedia.org/ [19]	Склад – территория, помещение (также их комплекс), предназначенное для хранения материальных ценностей и оказания складских услуг
20. http://or-terminal.ru/ [20]	Склад – это накопитель материальных ресурсов, который нужен для того, чтобы смягчать колебания поставок и спроса, а также синхронизировать скорость потоков сырья и готовой продукции

На основании проведенных в таблице 1 дефиниций можно выделить некоторые подходы многих авторов к трактовке понятия «склад», которые представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Анализ подходов к дефинициям понятия «склад»

Автор / источник	Ключевые слова (склад – это)			
	Сложное техническое сооружение, состоящее из многочисленных взаимосвязанных элементов	Здание, сооружение, устройство, предназначенное для приемки, размещения и хранения поступивших товаров	Место хранения и преобразования товара	Прочие определения
1	2	3	4	5
1. Никифоров В.В. [1, с. 57]	+			
2. Волгин В.В. [2, с. 14]				Аккумулятор резервов материальных ресурсов, необходимых для демпфирования колебаний объемов поставок и спроса, а также синхронизации скоростей потоков товаров в системах продвижения от изготовителей к потребителям или потоков материалов в технологических производственных системах
3. Маргунова В.И. [и др.] [3, с. 244]		+		
4. Хабаров В.И. [4, с. 352]	+			
5. Самолаев Ю.Н. [5, с. 146]		+		
6. Федоров Л.С., Кравченко М.В. [6, с. 135]			+	
7. Сергеев В.И. [и др.] [7, с. 368]			+	
8. Гаджинский А.М. [8, с. 333]		+		

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5
9. Курочкин Д.В. [9, с. 80]		+		
10. Алесинская Т.В. [10, с. 43]			+	
11. Пустобаев В.П. [11, с. 18]				Буфер, сглаживающий неритмичности поступления на его вход товаров с целью обслуживания потребителей с заданной надежностью, например, с надежностью 0,95
12. Багинова В.В. [и др.] [12, с. 4]				Эффективное средство управления запасами на различных участках логистической цепи и управления материальным потоком в целом
13. Таничев А.В. [13, с. 105]		+		
14. Зеваков А.М. [14, с. 194]		+		
15. http://www.zavtrassessiya.com/ [15]		+		
16. https://dic.academic.ru/ [16]		+		
17. http://www.aqz.ru/ [17]				Важное звено технологического процесса промышленных предприятий, а для оптовой и розничной торговли они служат фундаментом
18. http://www.telenir.net/delovaja_literatura/logistika_konspekt_lekcii/p5.php [18]	+			
19. https://ru.wikipedia.org/ [19]		+		
20. http://or-terminal.ru/ [20]				Накопитель материальных ресурсов, который нужен для того, чтобы смягчать колебания поставок и спроса, а также синхронизировать скорость потоков сырья и готовой продукции
Итого	15%	45%	15%	25%

Согласно данным таблицы 2, произвели анализ существующих точек зрения, относительно трактовки понятия «склад», что позволило объединить их в четыре группы. Первая группа исследователей (15%) считает, что «склад» – это сложное техническое сооружение, состоящее из многочисленных взаимосвязанных элементов. Другая группа исследователей (45%) считает, что «склад» – это здание, сооружение, устройство, предназначенное для приёмки, размещения и хранения поступивших товаров. Ещё одна группа исследователей (15%) считает, что «склад» – это место хранения и преобразования товара. 25% исследователей трактуют данное понятие иначе.

Таким образом, с учётом всего вышесказанного можно предложить следующее определение склада как составная часть логистической системы предприятия: «Склад – это любое место, предназначенное для хранения различных материальных ценностей, подготовки их к производственному потреблению, дальнейшей транспортировки и бесперебойному отпуску потребителям».

ЛИТЕРАТУРА

1. Никифоров, В.В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок: практ. пособие / В.В. Никифоров. – М. : РОСБУХ, ГроссМедиа, 2008. – 192 с.
2. Волгин, В.В. Склад: логистика, управление, анализ / В.В. Волгин. – М. : Дашков и К, 2012. – 131 с.
3. Логистика : учебное пособие / В.И. Маргунова [и др.] ; под общ. и науч. ред. В.И. Маргуновой. – Минск : Выш. шк., 2011. – 508 с.
4. Хабарова, В.И. Основы логистики : учеб. пособие / В.И. Хабарова. – М. : Маркет ДС, 2010. – 360 с.
5. Самолаев, Ю.Н. Основы таможенной логистики : учебное пособие / Ю.Н. Самолаев. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 304 с.
6. Федоров, Л.С. Общий курс логистики : учеб. пособие / Л.С. Федоров, М.В. Кравченко. – М. : КНОРУС, 2013. – 220 с.
7. Логистика / В.И. Сергеев [и др.] ; под общ. и науч. ред. В.И. Сергеева. – М. : Эскимо, 2013. – 944 с.
8. Гаджинский, А.М. Логистика : учебник / А.М. Гаджинский. – М. : Дашков и К, 2013. – 420 с.
9. Курочкин, Д.В. Логистика : практикум / Д.В. Курочкин. – Минск : ФУАинформ, 2012. – 200 с.
10. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2009. – 79 с.
11. Пустобаев, В.П. Тезаурусный подход к планам содержания лекций по курсу «Логистика» и их терминологические пространства / В.П. Пустобаев. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 92 с.

12. Основы складской логистики : учеб. пособие / В.В. Багинова [и др.] ; под общ. и научн. ред. В.В. Багиновой. – М. : МИИТ, 2010. – 86 с.
13. Таничев, А.В. Логистика / А.В. Таничев. – СПб. : Издат. Дом «Нева», 2003. – 192 с.
14. Зеваков, А.М. Логистика материальных запасов и финансовых активов / А.М. Зеваков. – СПб. : Издат. дом «Питер», 2005. – 350 с.
15. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=2299>. – Дата доступа: 24.09.2018.
16. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/dmitriev/4885/склад>. – Дата доступа: 24.09.2018.
17. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aqz.ru/sklad_log.htm. – Дата доступа: 24.09.2018.
18. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.telenir.net/delovaja_literatura/logistika_konspekt_lectii/p5.php. – Дата доступа: 24.09.2018.
19. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Склад>. – Дата доступа: 24.09.2018.
20. Склад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://or-terminal.ru/press/vidy-skladov.php>. – Дата доступа; 24.09.2018.

УДК 658.78.011.1

ОБОСНОВАНИЕ ФУНКЦИЙ СКЛАДОВ И ОЦЕНКА ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. КУРЧИК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М. Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Рассмотрены и экономически обоснованы основные функции складов в логистической системе предприятия, выявлены приоритетные показатели оценки экономической эффективности функционирования склада в логистической системе предприятия и сделаны соответствующие выводы.

Склады являются одним из важнейших элементов в логистической системе предприятия. Объективная необходимость в специально обустроенных местах для содержания запасов сырьевых ресурсов и готовой продукции существует на всех стадиях движения материального потока, начиная от первичного источника сырья и кончая конечным потребителем. Этим объясняется наличие у предприятия большого количества разнообразных видов складов. Совокупность работ, выполняемых на различных складах, примерно одинакова. Это объясняется тем, что в разных логистических процессах, склады выполняют практически им свойственные, но схожие функции.

На любом складе выполняется работа по временному размещению и хранению материальных запасов, преобразованию материальных потоков, обеспечению логистического сервиса в системе обслуживания. Любой склад обрабатывает, по меньшей мере, три вида материальных потоков: входной, выходной и внутренний. Наличие входного потока означает необходимость разгрузки транспорта, проверки количества и качества прибывшего груза. Выходной поток обуславливает необходимость погрузки транспорта, внутренний поток – необходимость перемещения груза внутри склада.

Временное хранение материальных запасов означает необходимость выполнения работ по размещению грузов на хранение, обеспечению необходимых условий хранения на складе, изъятию грузов из мест хранения. Преобразование материальных потоков на складе происходит путем расформирования одних грузовых партий или грузовых единиц и формирования других. Это означает необходимость распаковки грузов, комплектования новых грузовых единиц, их упаковку, затаривание. Содержание той или иной работы, выполняемой на складе, может изменяться в широких пределах, что сопровождается соответствующим изменением характера и интенсивности протекания отдельных логистических операций на складе. Это, в свою очередь, меняет картину протекания всего логистического процесса на складе.

Основные функции различных складов, встречающиеся на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя в логистической системе предприятия, представлены в таблице.

Таблица. – Основные функции складов в логистической системе предприятия

Наименование функции	Состав функции
1. Преобразование производственного ассортимента в потребительский в соответствии со спросом	Создание необходимого ассортимента на складе для содействия эффективному выполнению заказов клиентов и осуществлению более частых поставок в том объеме, который требуется клиенту
2. Складирование и хранение	Выравнивание временной единицы между выпуском продукции и её потреблением для осуществления непрерывного производства и снабжения на базе создаваемых товарных запасов
3. Унитизация и транспортировка грузов	Осуществление потребителями заказов со складов партии «меньше, чем вагон» или «меньше чем трейлер», что значительно увеличивает издержки, связанные с доставкой таких грузов; Объединение небольших партий грузов для нескольких клиентов, до полной загрузки транспортного средства для сокращения транспортных расходов склада
4. Предоставление сопутствующих услуг	Оказание клиентам различных услуг, обеспечивающих предприятию высокий уровень и качество обслуживания потребителей

Источник: [1, с. 263].

Следовательно, склад должен рассматриваться не изолированно, а как интегрированная часть логистической цепи. Только такой подход позволит обеспечить успешное выполнение основных функций склада и достижение высокого уровня рентабельности его работы.

Общая концепция управления складским хозяйством предприятия в первую очередь должна быть экономичной для обеспечения эффективности функционирования складов. Экономический успех достигается только в том случае, если планирование и реализация складских операций будут осуществляться в интересах предприятия.

В системе учёта логистических затрат необходимо:

- выделять затраты, возникающие в процессе реализации каждой логистической функции;
- вести учёт затрат по логистическим процессам для выявления специфических затрат, связанных с одним процессом, но возникающих в разных структурных подразделениях предприятия;
- получать информацию о наиболее значимых затратах;
- получать информацию о характере взаимодействия наиболее значимых затрат друг с другом;
- определять изменения затрат, вызванных отказом от выполнения того или иного логистического процесса.

К основным методам анализа логистических затрат на предприятии относятся:

- бенчмаркинг структуры логистических затрат, который ещё называют стратегическим анализом логистических затрат;
- стоимостной анализ, который основан на изучении элементов затрат и направлен на снижение затрат;
- функционально-стоимостной анализ, который основан на тщательном изучении отдельных этапов процесса выполнения заказов потребителей и выяснении возможности их стандартизации для перехода к более дешевым технологиям.

Пути снижения уровня логистических затрат являются:

- выявление и сокращение тех видов деятельности (процедур, работ, операций), которые не создают добавленной ценности, путём анализа и пересмотра цепи поставок;
- проведение переговоров с поставщиками и покупателями по установлению более низких отпускных и розничных цен, торговых надбавок и т.п.;
- оказание содействия поставщикам и покупателям в достижении более низкого уровня затрат (программы развития бизнеса клиентов, семинары для торговых посредников и т.д.);
- прямая и обратная интеграция для обеспечения контроля над общими затратами;
- поиск более дешевых заменителей ресурсов;
- улучшение координации деятельности предприятия с поставщиками и потребителями в логистической цепи (например, по своевременной доставке продукции), что уменьшает затраты на управление запасами, хранение, складирование, доставку;
- компенсация роста затрат в одном звене логистической цепи за счёт сокращения затрат в другом (например, перераспределение хранимых запасов между розничными и оптовыми продавцами);
- использование прогрессивных методов менеджмента для повышения производительности труда персонала;
- улучшение использования ресурсов предприятия и более эффективное управление факторами, влияющими на уровень общих затрат и др.

К основным показателям оценки экономической эффективности функционирования склада в логистической системе предприятия относят: грузооборот склада, себестоимость складской переработки, коэффициент использования складской площади, уровень механизации складских работ, оборачиваемость склада [2, с. 290].

Грузооборот склада (G , т) за отчётный период (обычно за год) определяются по формуле

$$G = \frac{T_o}{C_{cp}}, \quad (1)$$

где T_o – товарооборот за отчётный период, руб.;

C_{cp} – средняя стоимость 1 т груза, руб./т.

Себестоимость складской переработки (C , руб./т) находится по выражению:

$$C = \frac{P_3}{G}, \quad (2)$$

где P_3 – сумма эксплуатационных расходов отчётный период, руб.;

Коэффициент использования складской площади (k_s) определяется по выражению

$$k_s = \frac{S_n}{S_{\text{общ}}}, \quad (3)$$

где S_n – полезная площадь склада, м²;
 $S_{\text{общ}}$ – общая площадь склада, м².

Коэффициент использования складской площади всегда меньше единицы. В зависимости от вида товаров, способа их укладки, подъёмно-транспортного оборудования, он может быть в пределах 0,25-0,80. Практика показывает, что полезная площадь склада при стеллажном способе хранения может составлять: 36% – при высоте 3,5м, 48% – при высоте склада 5 м, 60% – при высоте склада 7 м, от общей площади склада.

Уровень механизации складских работ (y_m) находится по формуле

$$y_m = \frac{P_m}{P_{\text{общ}}}, \quad (4)$$

где P_m – количество механизированных процессов на склад, шт.;
 $P_{\text{общ}}$ – общее количество технологических процессов на склад, шт.
Оборачиваемость склада (k) находится по выражению

$$k = \frac{Q}{Q_{\text{общ}}}, \quad (5)$$

где Q – количество продукции, отгруженной за отчётный период, т;
 $Q_{\text{общ}}$ – общее количество продукции, которое можно разместить на складе, т.

Количество критериев оценки эффективности функционирования склада и их значимость для различных предприятий может быть определено с учётом их специфики. При альтернативном выборе системы складирования на основе используемого при этом технологического и подъёмно-транспортного оборудования, оптимальным является вариант с максимальным значением показателя эффективности использования складского объёма при минимальных затратах.

Следовательно, осуществляя выбор системы складирования, способствующей обеспечению эффективности функционирования склада на практике, необходимо помнить, что в одном складском помещении возможно сочетание различных вариантов в зависимости от перерабатываемого груза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хабаров, В.И. Основы логистики : учеб. пособие / В.И. Хабаров. – М. : Синергия, 2012. – 368 с.
2. Логистика : учеб. пособие / В.И. Маргунова [и др.] ; под общ. и науч. ред. В.И. Маргуновой. – Минск : Выш. шк., 2011. – 508 с.

УДК 658.78.011.1

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СКЛАДА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ И ПРИНЦИПОВ ЛОГИСТИКИ****А.В. КУРЧИК***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрен процесс функционирования склада готовой продукции предприятия, выявлены проблемы, препятствующие эффективному функционированию складского хозяйства как важнейшее направление логистической системы, предложены основанные на методах и принципах логистики пути их решения, которые, что будет способствовать повышению качества управления логистической системой предприятия и его конкурентоспособности.

В сегодняшних условиях рыночного хозяйствования, деятельность предприятия любой формы собственности и отраслевой направленности, напрямую зависит от движения материального потока от момента закупки сырьевых ресурсов до доставки готовой продукции конечному потребителю с оптимальными логистическими издержками. Достижение стратегических целей организации в значительной мере зависит от эффективности работы её складского хозяйства, которая будет достигаться благодаря качественному управлению данным структурным подразделением. Для этого требуются чёткое определение общей потребности предприятия в материальных ресурсах, формирование оптимальной структуры управления складским хозяйством и создание условий для полной загрузки соответствующих основных средств.

Объектом исследования в настоящей статье выступает складское хозяйство одного из крупных промышленных предприятий нефтехимического комплекса Республики Беларусь. Предметом исследования является функционирование складов готовой продукции в цепях поставок предприятия.

Исследование проводилось с целью совершенствования функционирования склада готовой продукции одного из предприятий нефтехимического комплекса Республики Беларусь на основе методов и принципов логистики с учетом современных тенденций развития логистики и управления складским хозяйством.

В результате анализа системы управления складским хозяйством предприятия были выявлены проблемы на складе готовой продукции, препятствующие эффективному функционированию данного важнейшего направления логистической системы, к которым относятся:

- нерациональное использование складских площадей;
- использование дизельных погрузчиков на складе;
- значительные затраты времени на поиск необходимого товара.

Коротко охарактеризуем данные проблемы и выявим причины их возникновения.

Проблема нерационального использования складских площадей вызвана тем, что с каждым годом на предприятии увеличивается ассортимент выпускаемой продукции, но площадь складских помещений не оснащаются надлежащим образом. Исходя из этого, на предприятии ощущается острая необходимость в оборудовании складских площадей современным технологическим оборудованием для качественного хранения готовой продукции.

Для выполнения погрузочно-разгрузочных работ с готовой продукцией, на предприятии используются дизельные погрузчики, которые загрязняют саму продукцию выхлопными газами, поэтому желательно их заменить на электрические. К преимуществам электрических погрузчиков следует отнести экологичность, большую мощность, экономичность, простоту обслуживания, долговечность двигателя и др.

Значительные затраты времени на поиск необходимого товара проявляются в нерациональном использовании площадей для хранения товара на складе. Дело в том, что одинаковая продукция может находиться в разных местах. Поэтому, когда возникает необходимость в отгрузке товара потребителям, его поиск и сбор занимает большое количество времени. Для сокращения времени на поиск нужного товара, оптимальным будет внедрение в складское хозяйство предприятия соответствующего программного продукта.

Таким образом, для совершенствования функционирования склада готовой продукции на основе методов и принципов логистики и повышения качества обслуживания потребителей, предприятию следует заниматься решением данных проблем следующими путями:

- 1) проектирование нового склада и оснащение его современными навесными стеллажами для увеличения мест хранения продукции, благодаря именно установке навесных стеллажей;
- 2) замена дизельных погрузчиков и покупка современных видов электрической подъемно-транспортной техники;

3) приобретение программного продукта и внедрение в складское хозяйство системы управления складом (WMS).

Рассмотрим более подробно данные направления совершенствования функционирования склада готовой продукции на основе методов и принципов логистики и повышения качества обслуживания потребителей.

Набивные (глубинные) стеллажи являются наиболее современными и вместительными из всех типов паллетных систем складирования и предназначены для хранения однородного типа товаров. В предлагаемом к проектированию склада будет храниться однородный тип продукции – ровинги. Данная система хранения позволяет более эффективно использовать имеющиеся складские площади и объёмы (пространства помещений), чем любая другая система.

Набивные (глубинные) стеллажи состоят из множества каналов, которые образуют внутренние проходы загрузки, с опорными рельсами для хранения паллет. Загрузка и выгрузка паллет происходит путём въезда погрузчика внутрь канала системы. Сначала заполняются крайние секции канала, а затем предыдущие, и так далее до первых. Выгрузка стеллажа проходит по системе FIFO (first in, first out - первым пришёл, первым ушёл). Суть данной системы отгрузки заключается в том, что грузополучателю в первую очередь направляется продукция, которая пришла первой. Преимущества FIFO можно оценить при работе с грузами, осуществляемыми частыми заказами, которые при отправке получателю должны иметь одинаковую серию. Здесь долговременное размещение недопустимо.

Каждый канал имеет с обеих сторон центрующие опорные направляющие, которые расположены на разных уровнях и предназначены для хранения на них паллет. Данная стеллажная система изготовлена из чрезвычайно прочного материала, что позволяет хранить достаточно большое количество паллет на минимальном пространстве помещения.

Для увеличения количества мест в предлагаемом к проектированию склада готовой продукции (ровинги) будет использоваться стеллажная набивная система. Исходя из данных о том, что высота до нижней точки потолочного перекрытия равна 4,8 м, а максимальная высота паллеты с грузом равна 1800 мм, для хранения продукции на складе предлагается использовать двухрусные стеллажи.

Для решения проблемы приобретения современного электрического подъемно-транспортного оборудования для обслуживания склада готовой продукции предприятия, существует множество технических характеристик, на которые необходимо обращать внимание в процессе при выборе погрузчиков. Но едва ли не главная из них – тип двигателя. Модель погрузчиков подбирается в зависимости от их назначения, условий эксплуатации, заложенного бюджета и многих других факторов. В таблице представлены достоинства и недостатки дизельных и электрических погрузчиков.

Таблица. – Достоинства и недостатки дизельных и электрических погрузчиков

Тип погрузчика	Достоинства	Недостатки
Дизельный	<ol style="list-style-type: none"> 1. Удобство при работе на улице и кратковременном пребывании в помещении; 2. Не требует перерывов в работе для смены аккумуляторных тяговых батарей; 3. Не нуждается в зарядной станции и специальном помещении для зарядки тяговых аккумуляторов; 4. Начальная стоимость несколько меньше; 5. Практичность при большом расстоянии транспортировки грузов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Плохая экологичность; 2. Более высокий уровень шума; 3. Частое текущее техническое обслуживание; 4. Снижение производительности дизельного двигателя
Электрический	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значительно больший «жизненный» ресурс; 2. Увеличенный сервисный интервал; 3. Меньше расходных материалов и эксплуатационных расходов; 4. Экологически чистый тип техники для окружающей среды, персонала и оборудования; 5. Практически бесшумен при работе; 6. Отсутствие такого дорогостоящего агрегата, как двигатель внутреннего сгорания 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Более высокая начальная цена; 2. Требуется перерыва в работе для замены тягового аккумулятора при многосменном рабочем режиме; 3. Специальное помещение, персонал, зарядная станция для тяговых аккумуляторных батарей

Из таблицы видно, что электропогрузчики намного выгодней содержать для обслуживания складов готовой продукции. Следовательно, предприятию рекомендуется перейти на данный тип подъемно-транспортного оборудования.

Когда в складском хозяйстве предприятия установлено современное программное обеспечение, оно делает складские операции более быстрыми, удобными для обслуживания клиентов и высокопроиз-

водительными. Самым распространенным и удобным программным продуктом для обеспечения эффективности управления складским хозяйством предприятия и функционирования складов является система управления складом (WMS).

На рисунке 1 изображена работа склада готовой продукции предприятия без применения WMS.



Рисунок 1. – Работа склада готовой продукции без применения WMS

Источник: [1].

Ключевые недостатки работы склада без применения WMS, следующие:

1. Руководитель не может постоянно контролировать каждого сотрудника;
2. Сотрудники зачастую работают не так, как нужно руководителю, а как им самим выгоднее и удобнее;
3. Текущее состояние склада находится только в головах у кладовщиков;
4. Существует значительный промежуток времени, когда товар уже перемещен, а в информационную систему сведения не поступили;
5. Информация о допущенных ошибках поступает руководителю в конце цикла, когда времени на их исправление уже почти не осталось;

6. Качество работы склада исключительно зависит от квалификации и мотивации персонала.

Для сравнения, рассмотрим на рисунке 2 работу склада готовой продукции с применением WMS.

Что меняется при внедрении WMS в складское хозяйство предприятия, рассмотрим ниже:

1. Руководитель разгружен и постоянно отслеживает процесс работы складов;
 2. Сотрудники выполняют простые указания системы, причем WMS контролирует правильность их исполнения;
 3. Любое перемещение товара сразу отражается в системе;
 4. Ошибки исправляются сразу после их совершения;
 5. Качество работы складов не зависит, главным образом, от человеческого фактора.
- В результате внедрения системы управления складом (WMS) можно ожидать:
- повышения качества и надежности обслуживания клиентов;
 - повышения эффективности использования складских площадей;
 - повышения производительности труда персонала (отборщики заказов, кладовщики);
 - повышения точности и своевременности отбора заказов складами;
 - прекращения списания товаров по сроку годности из-за умышленного или неумышленного нарушения персоналом очередности отбора (FIFO);
 - точного знания фактических остатков на складе;
 - сокращения потерь времени на инвентаризации (ускорение инвентаризации и сокращение их частоты).

Работа WMS



Рисунок 2. – Работа склада готовой продукции с применением WMS

Источник: [1].

Таким образом, внедрение программного продукта WMS-системы в складское хозяйство предприятия на базе функционирования склада готовой продукции, будет способствовать повышению качества и надежности обслуживания потребителей.

Таким образом, благодаря установке современных набивных стеллажей на складе готовой продукции, возрастает количество паллетомест до 460. Срок окупаемости данного мероприятия составит 5 лет и 6 месяцев. Проанализировав достоинства и недостатки дизельных и электрических погрузчиков однозначно можно сказать, что электрические погрузчики по своим качествам намного превосходят дизельные. При приобретении предприятием электропогрузчика, он окупится через 2 месяца. В качестве устанавливаемого программного продукта, было принято решение применить наиболее распространенный и современный – «Infor WMS», срок окупаемости которого составит 4 месяца.

Внедрение данных мероприятий в складское хозяйство на основе методов и принципов логистики будет бесспорно способствовать эффективному функционированию складов готовой продукции, повышению качества обслуживания потребителей и обеспечению качества управления логистической системой предприятия, что приведет к повышению его конкурентоспособности и рентабельности своей деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Система управления складом WMS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wms.bit-integro.ru/overview.html>. – Дата доступа: 16.09.2018.

УДК 658.8.012.12

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

В.Г. МАКСИМЕНКО

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Раскрыта экономическая сущность понятия «управления цепью поставок» путём исследования и анализа различных источников, установлены цели управления цепями поставок и определены задачи, решение которых необходимо для достижения данных целей с последующим обеспечением эффективности функционирования логистической системы предприятия.

Логистика как современная наука предлагает множество различных определений понятия «Управление цепями поставок» (Supply Chain Management – SCM). При этом разброс мнений очень широк и зависит от логистической школы (направления) и конкретного исследователя.

На сегодняшний день не существует единого мнения относительно содержания понятия «управление цепями поставок», оно постоянно изменяется и уточняется. Синтетическое определение цепи поставок, основанное на обобщении мнения большинства зарубежных ученых и специалистов, может звучать следующим образом: «Цепь поставок – это три или более экономических единицы (организаций или лиц), напрямую участвующих во внешних и внутренних потоках продукции, услуг, финансов и/или информации от источника до потребителя» [1, с. 4].

Можно привести множество примеров различного толкования термина «управление цепями поставок». Довольно сложно охватить весь спектр этих разнотипных трактовок столь изменчивого термина управления цепями поставок.

Основные определения понятия «управление цепями поставок – УЦП» как экономической категории представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Определения понятия «управление цепями поставок – УЦП» как экономической категории

Источник	Определение
1	2
1. www.magref.ru [2]	УЦП – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект
2. www.best-stroy.ru [3]	УЦП – это интегральный подход к бизнесу, раскрывающий фундаментальные принципы управления в логистической цепи, такие как формирование функциональных стратегий организационной структуры, методов принятия решений, управления ресурсами, реализация поддерживающих функций, систем и процедур
3. www.genon.ru [4]	УЦП – это комплекс подходов, помогающий эффективной интеграции поставщиков, производителей, дистрибьюторов и продавцов
4. www.economist.academic.ru [5]	УЦП представляет собой стратегию бизнеса, обеспечивающую эффективное управление материальными, финансовыми и информационными потоками для обеспечения их синхронизации в распределенных организационных структурах
5. www.logisticstime.com [6]	УЦП представляет собой процесс организации планирования, исполнения и контроля потоков сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, а также обеспечения эффективного и быстрого сервиса за счет получения оперативной информации о перемещениях товара
6. www.adbl.uz [7]	УЦП предназначено для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения (закупку сырья и материалов, производство, распространение продукции)
7. dic.academic.ru [8]	УЦП – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект
8. www.studfiles.ru [9]	УЦП – это комплекс подходов, помогающий эффективной интеграции поставщиков, производителей, дистрибьюторов и продавцов
9. studme.org [10]	УЦП представляет собой процесс организации планирования, исполнения и контроля потоков сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, а также обеспечения эффективного и быстрого сервиса за счет получения оперативной информации о перемещениях товара

Окончание таблицы 1

1	2
10. mirznanii.com [11]	УЦП представляет собой процесс организации планирования, исполнения и контроля потоков сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, а также обеспечения эффективного и быстрого сервиса за счет получения оперативной информации о перемещениях товара.
11. studbooks.net [12]	УЦП – это интеграция ключевых бизнес-процессов (в основном логистических), начинающихся от конечного пользователя и охватывающих всех поставщиков товаров, услуг и информации, добавляющих ценность для потребителей и других заинтересованных лиц.
12. mipt.ru [13]	УЦП – это организация, планирование, контроль и регулирование товарного потока, начиная с получения заказа и закупки сырья и материалов для обеспечения производства товаров, и далее через производство и распределение доведение его с оптимальными затратами ресурсов до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка.
13. kom-dir.ru [14]	УЦП обозначает систему управления цепями поставок, т. е. менеджмент сети связанных друг с другом компаний, поставляющих готовую продукцию и услуги конечному потребителю. Управление цепями поставок включает администрирование процессов передвижения и хранения материалов, полуфабрикатов и готовой продукции от момента начала производства до поступления к покупателю.
14. hmbul.ru [15]	УЦП представляет собой процесс организации планирования, исполнения и контроля потоков сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, а также обеспечения эффективного и быстрого сервиса за счет получения оперативной информации о перемещениях товара.
15. news.ati.su [16]	УЦП нацелена на совокупный экономический эффект, оптимизацию управления потоками сырья, материалов, готовой продукции, а также информации на протяжении всего процесса - от производства сырья до потребления конечным покупателем.
16. galaktika.ru [17]	УЦП – управление сетью взаимосвязанных предприятий, обеспечивающих продукцией и пакетами услуг конечных потребителей в цепочке поставок. Система управления цепями поставок охватывает передвижение и хранение сырья, незавершенного производства и готовой продукции от точки начала до точки потребления.
17. logsystems.ru [18]	УЦП – это интегральный подход к бизнесу, раскрывающий фундаментальные принципы управления в логистической цепи, такие, как формирование функциональных стратегий, организационной структуры, методов принятия решений, управления ресурсами, поддерживающих функций, систем и процедур.
18. studopedia.org [19]	УЦП – это организация, планирование, контроль и выполнение товарного потока, от проектирования и закупок через производство и распределение до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка к эффективности по затратам.
19. ru-wiki.org [20]	УЦП управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию).
20. profitproject.ru [21]	УЦП представляет собой систему планирования, исполнения, контроля и анализа логистических процессов компании.

Примечание: собственная разработка на основе проанализированных источников информации.

На основе таблицы 1 можно сделать предположение, что все источники предлагают примерно одинаковый взгляд на понятие «управление цепями поставок» как экономическая категория. Для выявления наиболее оптимального определения, составим таблицу 2, в которой будут представлены подходы к определению данного понятия и, которая поможет определить частоту использования той или иной трактовки данной экономической категории.

Основываясь на проведенном исследовании, можно сделать вывод, что большинство источников придерживается следующей трактовки понятия «управление цепями поставок»: «Управление цепями поставок – это управление материальными потоками на предприятии». Данное определение является точным, но недостаточно полным. Для полноценного раскрытия данного понятия, необходимо дополнить искомое определение с целью получения оптимального варианта, учитывающего все локальные и глобальные аспекты управления цепями поставки.

Таким образом, на основании проведенных исследований и анализа различных подходов к трактовке определения понятия «управление цепями поставок», предложим следующее определение: «Управление цепями поставок (УЦП) представляет собой процесс планирования, организации, исполнения и контроля потоков сырья и материалов». Также УЦП является управленческой концепцией и организационной стратегией, заключающейся в интегрированном подходе к управлению всем потоком информации о сырье, ма-

териалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах на предприятии, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект.

Таблица 2. – Подходы к определению понятия «управление цепями поставок – УЦП» как экономической категории

Источник	УЦП - это комплекс подходов, помогающий эффективной интеграции поставщиков, производителей, дистрибьюторов и продавцов	УЦП представляет собой процесс организации планирования, исполнения и контроля потоков сырья	Прочие определения
1	2	3	4
1. www.magref.ru [2]			УЦП – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект
2. www.best-stroy.ru [3]			УЦП – это интегральный подход к бизнесу, раскрывающий фундаментальные принципы управления в логистической цепи, такие как формирование функциональных стратегий организационной структуры, методов принятия решений, управления ресурсами, реализация поддерживающих функций, систем и процедур
3. www.genon.ru [4]	+		
4. www.economist.academic.ru [5]			УЦП представляет собой стратегию бизнеса, обеспечивающую эффективное управление материальными, финансовыми и информационными потоками для обеспечения их синхронизации в распределенных организационных структурах
5. www.logisticstime.com [6]		+	
6. www.adbl.uz [7]			УЦП предназначено для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения: закупку сырья и материалов, производство, распространение продукции
7. dic.academic.ru [8]		+	
8. www.studfiles.ru [9]	+		
9. studme.org [10]		+	
10. mirznani.com [11]		+	
11. studbooks.net [12]	+		
12. mipt.ru [13]		+	
13. kom-dir.ru [14]	+		
14. hmbul.ru [15]	+		
15. news.ati.su [16]		+	
16. galaktika.ru [17]		+	
17. logsystems.ru [18]	+		
18. studopedia.org [19]		+	
19. ru-wiki.org [20]		+	
20. profitproject.ru [21]		+	
Итого	30 %	50 %	20 %

Данное определение позволяет учесть основные аспекты управления цепями поставок, такие как управление потоками в процессе производства, работа с логистической системой, оптимизация затрат в производственном процессе, а также создание своевременного и качественного конечного продукта.

Управление цепями поставок (УЦП) предназначено для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения на предприятии. УЦП позволяет значительно лучше удовлетворить спрос на продукцию предприятия и значительно снизить затраты на закупки и всю логистическую систему предприятия. УЦП охватывает весь цикл закупки сырья, производства и распространения готовой продукции.

Основными целями управления цепями поставок являются:

- максимизация общей стоимости, создаваемой цепью поставок;
- обеспечение интеграции и координации отдельных звеньев цепи (закупок исходного сырья, материалов, компонентов, их доставки, хранения на складах в пределах производственного цикла и поставки товара до конечного потребителя) [22].

К задачам управления международными цепями поставок относятся:

- формирование сети дистрибуции, производства и поставок;
- прогнозирование спроса и поставок;
- интеграция и координация поставок;
- управление отношениями с поставщиками и клиентами;
- аутсорсинг и контрактинг;
- управление запасами в цепи поставок;
- анализ поставок и контроллинг [23].

Следовательно, управление цепями поставок является стратегией бизнеса, способствующей эффективному управлению материальными, финансовыми и информационными потоками для обеспечения их синхронизации в распределенных организационных структурах.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Смирнова, Е.А. Управление цепями поставок : учеб. пособие / Е.А. Смирнова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 120 с.
- 2 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://billion.refepic.ru/upravlenie-cepuyami-postavok-ekonomicheskaya-sushnost-znachenie-i-rol-v-sovremennoj-ekonomike.html>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 3 Логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/1263111314266/logistika/ponyatie_logisticheskoy_tsepi_polnye_logisticheskie_tsepi_radigma_upravleniya_tsepyami_postavok. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 4 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.genon.ru>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 5 Академик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economist.academic.ru>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 6 Logisticstime [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logisticstime.com>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 7 Ассоциация по развитию бизнес логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adbl.uz>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 8 Академик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 9 Studfiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 10 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studme.org>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 11 Мир знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirznanii.com>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 12 Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/824911/marketing/supply_chain_management_-_upravlenie_tsepyami_postavok. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 13 Логистика и управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mipt.ru/upload/1bb/f_fy3g-argpxabmq5q.pdf. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 14 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.komdir.ru/article/2136-upravlenie-tsepyami-postavok>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 15 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hmbul.ru/articles/114/114.pdf>. – Дата доступа: 16.09.2018.

- 16 Управление системой логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.ati.su/news/2018/04/25/segezha-group-sovershenstvuet-upravlenie-sistemoy-logistiki-195900/>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 17 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.galaktika.ru/amm/upravlenie-tsepyami-postavok.html>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 18 Логистические системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logsystems.ru/articles/soderzhanie-kontseptsii-supply-chain-management>. – Дата доступа: 16.04.2018.
- 19 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.org/2-105677.html>. Дата доступа: 16.09.2018.
- 20 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru-wiki.org/wiki/Управление_цепями_поставок. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 21 Управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://profitproject.ru/solutions/upravlenie-tsepyami-postavok-scm>. – Дата доступа: 16.09.2018.
- 22 Цепь поставок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/org/hse/ibiz/news/14590602.html>. – Дата доступа: 18.09.2018.
- 23 Учебник онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uchebnik.online>. – Дата доступа: 18.09.2018.

УДК 658.8.012.12

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК ПРОДУКЦИИ ОБУВНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК**В.Г. МАКСИМЕНКО***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрены проблемы, препятствующие эффективной системе управления цепями поставок продукции обувного предприятия на внешний рынок и предложены пути их решения для обеспечения конкурентоспособности и увеличения прибыли.

В настоящее время глобализация экономики подталкивает производственные субъекты хозяйствования к выходу на внешний рынок. Внешняя среда, в которой осуществляется распределение готовой продукции, постоянно претерпевает изменения под воздействием изменения рынка и условий конкуренции. Для того чтобы своевременно и адекватно реагировать на эти изменения, любому субъекту хозяйствования нужна методология систематического планирования, проектирования и реинжиниринга своей логистической системы, позволяющая учитывать сложившиеся обстоятельства и оценивать возможные альтернативы ее развития. В проектной логистике глобального формата активно развивается новое направление – проектирование цепи поставок. Это новый вид логистической деятельности, управление которым с позиций минимизации общих затрат, увеличения прибыли, улучшения обслуживания потребителей и снижения влияния на систему факторов неопределенности, называют управлением цепями поставок.

Международные сделки и поставки обычно занимают больше времени, часто требуют использования новых видов транспорта, и подвержены влиянию не только местных, но и международных законодательных актов. Несмотря на все трудности, разработка международной стратегии вывода продукции на внешний рынок является необходимым условием успеха предприятия в условиях жесткой международной конкуренции.

Актуальность настоящей статьи обусловлена необходимостью обеспечения эффективности управления международными цепями поставок в современных экономических и политических условиях и применение полученных результатов в деятельности конкретного субъекта хозяйствования. Глобализация рынка товаров и услуг, а также революционные изменения в информационных технологиях, требуют обеспечения четкости физических потоков как необходимого условия обязательной непрерывности хозяйственных процессов.

Объектом исследования в данной статье выступают цепи поставок по реализации продукции предприятия, основным видом деятельности которого является производство и реализация обуви. Предметом исследования является система управления международными цепями поставок по реализации произведенной продукции. Целью исследования является предложение научно и экономически обоснованных рекомендаций, направленных на совершенствование системы управления цепями поставок по реализации продукции обувного предприятия на внешнем рынке.

Эффективное управление цепями поставок позволит предприятию увеличить получаемую прибыль и повысить эффективность деятельности, связанной с реализацией готовой продукции на внешнем рынке.

Одним из основных видов деятельности рассматриваемой организации являются грузовые перевозки различной номенклатуры и классификации. Грузовые перевозки подразделяются на внутренние, которые осуществляются преимущественно организацией других отраслей народного хозяйства внутри страны, и на внешние (международные), осуществляемые при пересечении государственной границы. Для расширения внутренних и международных грузоперевозок проводится модернизация подвижного состава организации. Это направление деятельности также позволяет увеличивать приток иностранной валюты в страну [1].

Основным видом деятельности исследуемого предприятия является производство и реализация обуви. Ассортимент продукции, выпускаемой предприятием включает мужскую и женскую обувь для всех сезонов. Вся продукция соответствует самым высоким требованиям качества и характеризуется низким процентом возврата обуви от потребителя при высоких гарантийных сроках носки.

В результате анализа распределительной деятельности в системе управления цепями поставок по реализации продукции на внешнем рынке и управления транспортом, были выявлены следующие основные проблемы, препятствующие эффективному функционированию данного важнейшего направления функционирования логистической системы предприятия:

– отсутствие на предприятии грузовых автомобилей большего объема. На предприятии осуществляются частые поставки обуви на внешний рынок в больших количествах. Кроме доставки материалов на склады предприятия и доставки готовой продукции клиентам, автохозяйство выполняет внутризаводские перевозки, которые осуществляются по установленному графику. Из-за загруженности собственного парка автомобилей, предприятие вынуждено обращаться к сторонним транспортным организациям на условиях аутсорсинга;

– неполное использование грузового пространства автомобиля. При неправильной транспортировке готовой продукции, в автотранспорте остается около 10% пустого пространства. Планирование загрузки автомобилей выполняется вручную без применения специального программного обеспечения, которое позволило бы использовать их грузовое пространство наиболее полезным и полным образом. Из-за этого, на предприятии используется большее количество автомобилей для поставки готовой продукции, соответственно и растут соответствующие затраты;

– отсутствие у предприятия широкой сети распределительной деятельности на международных рынках. Торговая сеть предприятия постоянно расширяется, но, главным образом, в пределах Беларуси, России. Доля экспортного потенциала предприятия составляет всего лишь около 5%. Таким образом, на предприятии неэффективно используются средства для освоения внешнего рынка.

В целях повышения эффективности управления цепями поставок по реализации продукции на внешнем рынке, необходимо внедрить на предприятии мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности, оптимизации затрат на эти цели, повышению рентабельности и увеличению прибыли с использованием современных методов и принципов логистики.

Рассмотрим более подробно решения вышеуказанных проблем для совершенствования системы управления цепями поставок продукции исследуемого предприятия на внешний рынок.

Проблему отсутствия на предприятии грузовых автомобилей большего объема предлагается решить путём приобретения грузовых автомобилей объемом 82 м³ в количестве 6 единиц для реализации продукции на внешнем рынке. Это будет способствовать повышению эффективности управления международными цепями поставок по реализации продукции предприятия и улучшению условий труда водителей-международников.

Необходимость внедрения данного мероприятия заключается в том, что на предприятии осуществляются частые поставки обуви на внешний рынок до распределительных центров в больших количествах, но при этом собственного транспорта не хватает и на предприятии отсутствуют форматные автомобили. Во избежание обращения к сторонним организациям на аутсорсинговой основе при поставке готовой продукции на внешний рынок, полезным для предприятия будет приобретение форматного автотранспорта объемом 82 м³, что позволит снизить транспортные затраты.

Преимуществами приобретения форматного транспорта объемом 82 м³ являются:

- полный контроль за техническим состоянием и местонахождением транспортных средств;
- сокращение затрат за счет отказа от услуг сторонних транспортных организаций;
- сокращение затрат за счет меньшего расхода на 1 км пробега;
- высокая экологичность автомобиля, отвечающая требованиям экологических стандартов Европейского Союза;
- полная загруженность собственного автопарка.

Для решения проблемы неполного использования грузового пространства автомобиля, необходимо внедрить на предприятии интеллектуальное программное обеспечение на базе Packer3D. Дело в том, что в процессе исследования процесса управления международными цепями поставок по реализации продукции предприятия, планирование загрузки автомобилей осуществляется вручную без применения специального программного обеспечения. При неправильной транспортировке готовой продукции, в автотранспорте остается лишнее свободное пространство, т.е. грузовое пространство автомобиля не используется наиболее полезным и полным образом. Интеллектуальный программный продукт Packer3D предназначен для расчета оптимальной схемы укладки грузов различных форм в транспортные средства. Он рассчитывает оптимальный план загрузки разнотипных ящиков и паллет в транспортные средства.

Основными функциями программного продукта Packer3D являются:

- хранение и управление геометрическими параметрами ящиков и транспортного средства;
- правильный расчет схемы оптимальной укладки товаров в транспорт;
- оптимизация подбора транспорта и заказов для сокращения количества необходимого подвижного состава;
- определение количества дополнительного груза, который может быть добавлен к заказу без увеличения количества транспортных средств;
- просмотр и распечатка схемы укладки груза в транспорт.

К преимуществам программного продукта Packer3d относятся:

- снижение расходов на транспортировку за счет более плотного заполнения пространства транспорта;
- увеличение емкости грузопотока за счет сокращения времени загрузки;
- уменьшение степени поврежденности готовой продукции при перевозке посредством ее правильной укладки;
- уменьшение накладок при формировании графика отправки из-за «человеческого фактора»;
- повышение эффективности работы программных продуктов ERP и WMS при моделировании отгрузки.

Внедрение на предприятие интеллектуального программного продукта Packer3D даст существенный прямой экономический эффект за счет более плотной загрузки пространства транспортных средств.

Проблему отсутствия у предприятия широкой сети распределительной деятельности на международных рынках надо решить путём расширения внешнего рынка реализации продукции. Для этого, предприятию необходимо интенсивно заниматься поиском новых рынков реализации своей продукции и расширить свою внешнеторговую сеть распределения. Это позволит повысить конкурентоспособность предприятия, завоевать новых покупателей на международном рынке и увеличить прибыль.

Данное мероприятие позволит предприятию реализовывать свою продукцию на международных рынках на конкурентной основе, что приведет к улучшению его финансового состояния.

В результате внедрения предлагаемых мероприятий по совершенствованию системы управления цепями поставок по реализации продукции на внешнем рынке, будет обеспечиваться эффективность функционирования предприятия и его прибыль существенно увеличится. Источники финансирования данных мероприятий будут полностью покрываться собственными средствами, поэтому заемных средств на эти цели не будет.

ЛИТЕРАТУРА

1. ООО «Белвест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belwest.com/>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 657

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА КРИПТОВАЛЮТЫ

Е.В. МИХНЕВИЧ

(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.Б. МАЛЕЙ)

Рассмотрена проблематика теоретического определения понятия криптовалюты в мире и предложены варианты переоценки криптовалюты в зависимости от способа ее получения и предполагаемого назначения.

Несмотря на то, что операции с криптовалютой приобрели довольно широкое распространение, правовая база этого явления крайне скудна и практически не разработана. [1] Биткоин фактически создал новую финансовую систему. В процессе эксплуатации этой системы неизбежно обнаруживались её недостатки и ошибки. С целью искоренения этих изъянов и благодаря наличию открытого исходного кода начало появляться огромное количество разновидностей криптовалют. Между тем односторонняя изученность криптовалют с позиции описания технической модели функционирования не позволяет раскрыть их сущность как экономической категории, а также препятствует скорейшему созданию адекватных формально-институциональных норм, регламентирующих процедуры эмиссии и обращения. Как следствие возникает закономерный дисбаланс – когда экономические нововведения опережают развитие законодательства, регулирующего взаимоотношения субъектов в сфере расчетов и платежей, что, в свою очередь, усиливает возможные риски на макро- и микроуровнях [2].

В связи с реализацией государственной политики Республики Беларусь в области развития цифровой экономики страны изучение сущности и особенностей учета криптовалюты представляет несомненный интерес, данная тема является актуальной, приобретая в современных условиях особую значимость.

Для раскрытия и выделения особенности признания «криптовалюты» нами были изучены основные нормативные документы в различных странах мира. Представим в обобщенном виде результаты исследования законодательства, регламентирующего обращение «криптовалюты» в разных странах, с точки зрения трактовки понятия «криптовалюты» в таблице 1.1.

Таблица 1. – Особенности определения «криптовалюты» в законодательстве в разных странах

Источник	Финансовый актив	Товар или услуга	Оказание услуг в сети интернет	Частная валюта	Валюта	Законное платежное средство	Программный код, который является объектом права собственности	Имущество
1.Болгария	+							
2.Норвегия	+							
3.Швеция	+							
4.Германия		+						
5.Сингапур		+						
6.Финляндия		+						
7.Канада		+						
8.Великобритания				+				
9.Швейцария				+				
10.Ирландия		+			+			
11.Дания			+					
12.Австрия		+						
13.Япония						+		
14.Украина							+	
15.Китай		+						
16.США						+		
17.Аргентина	+	+						
18.Израиль								+
19.Венесуэла					+	+		
Итого:	4	8	1	2	1	3	1	1

Примечание: собственная разработка на основе изученных литературных источников.

Изучив законодательство 19 стран в отношении трактовки криптовалюты можно отметить, что в большинстве стран криптовалюту определяют как товар или услугу (Германия, Сингапур, Финляндия, Канада, Ирландия, Австрия, Китай, Аргентина) либо только как «услугу в среде интернета» (Дания). В некоторых странах криптовалюта рассматривается в качестве финансового актива (Болгария, Норвегия, Швеция, Аргентина). Законодательство только двух стран (Ирландии и Венесуэлы) признает криптовалюту валютой, при этом Великобритания и Швейцария определяют криптовалюту как «частную валюту», что на наш взгляд в качестве объекта бухгалтерского учета ближе к категории финансового актива, чем денежных средств. Законодательство Израиля признает криптовалюту имуществом, то есть активом, без конкретизации - каким именно. В Украине криптовалюта рассматривается как «программный код, который является объектом права собственности», при этом в качестве объекта бухгалтерского учета данное определение может быть подведено как под категорию финансового, так и нематериального актива. Законодательство Японии, США и Венесуэлы признают криптовалюту законным платежным средством, причем в Японии и США законодательство не дает трактовки самого понятия криптовалюты.

Таким образом, криптовалюта представляет собой достаточно новое явление в системе денежных отношений. На сегодняшний день четко закрепленного определения криптовалюты в нормативных актах нет. Криптовалюты оказали значительное влияние на мировой рынок, образовав некий казус в денежно-финансовых операциях бирж валют. При этом реакция государственных органов неоднозначна. В некоторых странах криптовалюты были приняты и введены в оборот, тогда как в других странах вызвали явное неприятие и отторжение [3].

На наш взгляд, криптовалюту целесообразно определить как особую разновидность виртуальных валют, функционирование которой основано на децентрализованном механизме эмиссии и обращении только в сети, с ограниченным количеством определенным математическим алгоритмом и представляет собой сложную систему информационно-технологических процедур, которые базируются на криптографических методах. Криптовалюта – безусловно, актив, потому что является имуществом субъекта, которому принадлежит.

При этом порядок признания криптовалюты в качестве конкретного актива в системе бухгалтерского учета необходимо рассматривать в зависимости от способа их получения и предполагаемого назначения:

- приобретаемые для последующей реализации - «Товары»;
- приобретаемые для осуществления удостоверяемых токенами прав – «Долгосрочные финансовые вложения»;
- возникшие (добытые) в результате деятельности по майнингу - «Готовая продукция»;
- полученные в качестве вознаграждения за оказанные услуги в соответствии с законодательством (за исключением вознаграждения за верификацию совершения операций в реестре блоков транзакций (блокчейне) «Долгосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов превышает 12 месяцев с даты их размещения), «Краткосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов не превышает 12 месяцев с даты их размещения), «Товары»;
- созданные организацией для размещения собственные токены к бухгалтерскому учету не принимаются.

Согласно Декрета Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 №8 «О развитии цифровой экономики» под криптовалютой понимается биткоин, иной цифровой знак (токен), используемый в международном обороте в качестве универсального средства обмена. Также согласно Декрета определено, что юридические и физические лица вправе владеть токенами и совершать с ними различные операции с учетом особенностей. Этим же декретом легализуется принципиально новый вид хозяйственной деятельности – обращение токенов (цифровых знаков стоимости), которым могут заниматься юридические и физические лица. Установлено, что токены, возникшие (добытые) в процессе майнинга или приобретенные иным способом, признаются активами для целей бухгалтерского учета. Размещение юридическими лицами созданных ими токенов приводит к возникновению обязательства перед их владельцами. Юридическим лицам предоставлено право владеть токенами и совершать следующие операции: через резидента Парка высоких технологий создавать и размещать собственные токены в Республике Беларусь и за рубежом; хранить токены в виртуальных кошельках; через операторов криптоплатформ, операторов обмена криптовалют приобретать, отчуждать токены, совершать с ними иные сделки [4].

В белорусском законодательстве согласно Постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 6 марта 2018 г. № 16 «Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь» довольно подробно описан бухгалтерский учет токенов, но поскольку токены высоколиквидный актив, следует рассмотреть вопрос их переоценки, которому в данном нормативном акте не уделено должного внимания.

Переоценку токенов, следует производить в зависимости от того, каким образом они классифицированы. Главным направлением реформирования бухгалтерского учета в Республики Беларусь является переход к международным стандартам финансовой отчетности. Международные стандарты финансовой отчетности не нуждаются в законодательном закреплении и применяются добровольно во всем мире.

Рассмотрим далее предлагаемые подходы к переоценке токенов в зависимости от цели использования и первоначального признания.

1) Токены приобретаемые для последующей реализации, принятые к бухгалтерскому учету на счет 41 «Товары» и возникшие (добытые) в результате деятельности по майнингу, учтенные на счете 43 «Готовая продукция» на наш взгляд следует переоценивать согласно МСФО (IAS) 2 "Запасы". В соответствии с параграфом 33 МСФО 2 в каждом последующем периоде производится переоценка чистой стоимости реализации. В случае повышения продажной цены на готовую продукцию, стоимость которой была ранее снижена и которая продолжает оставаться на складе, следует восстановить стоимость этой продукции. Новая балансовая стоимость будет представлять наименьшую из двух величин - производственной себестоимости и чистой стоимости реализации [5].

На изменения цен должен быть соответствующий документ на переоценку товаров (приказ, распоряжение и т. п.) за подписью руководителя организации.

2) Для токенов, полученных в качестве вознаграждения за оказанные услуги, в соответствии с законодательством (за исключением вознаграждения за верификацию совершения операций в реестре блоков транзакций (блокчейне), принятых к бухгалтерскому учету - по дебету счетов 06 «Долгосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов превышает 12 месяцев с даты их размещения), 58 «Краткосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов не превышает 12 месяцев с даты их размещения) автор предлагает открыть отдельный субсчета 06-4 «Долгосрочные финансовые вложения в токены» (если срок обращения токенов превышает 12 месяцев с даты их размещения), 58-3 «Краткосрочные финансовые вложения в токены» (если срок обращения токенов не превышает 12 месяцев с даты их размещения).

Учету и раскрытию информации о финансовых вложениях посвящены следующие стандарты, которые предъявляют новые требования к раскрытию информации о финансовых инструментах организации:

- МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление информации»;
- МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»;
- МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации».

В соответствии с МСФО (IAS) 39 корректировки справедливой стоимости финансового актива, имеющегося в наличии для продажи, должны быть признаны в составе прочей совокупной прибыли до тех пор, пока не прекращено признание финансового актива.

Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 7 выдвигает особые требования к раскрытию информации об изменении справедливой стоимости финансовых инструментов, а также характере и размере рисков, которым организация подвержена в течение периода и на конец отчетного периода в связи с владением финансовыми инструментами.

Таким образом, обособленный учет накопленных корректировок, обусловленных изменением текущей рыночной стоимости финансовых вложений, позволит оценить степень рыночного риска владения данным активами. Учет накопленных корректировок по финансовым вложениям, по которым невозможно определить текущую рыночную стоимость, позволит охарактеризовать степень кредитного риска. Информация о накопленных корректировках, вызванных изменением валютного курса, будет релевантной при оценке степени валютного риска, присущего финансовым вложениям, выраженным в иностранной валюте.

К финансовым вложениям, по которым можно определить текущую рыночную стоимость, как правило, относят финансовые вложения,отирующиеся на рынке ценных бумаг, а также другие финансовые вложения, текущая стоимость которых может быть документально подтверждена. Они отражаются в бухгалтерской отчетности на конец отчетного года по текущей рыночной стоимости путем корректировки их оценки на предыдущую отчетную дату.

Следовательно, корректировка стоимости финансовых вложений, по которым можно определить текущую рыночную стоимость, представляет собой разницу между оценкой финансовых вложений по текущей рыночной стоимости на отчетную дату и их предыдущей оценкой.

Указанная корректировка производится ежемесячно или ежеквартально исходя из учетной политики организации и относится на финансовые результаты в состав прочих доходов или расходов.

Бухгалтерский учет финансовых вложений, по которым можно определить текущую рыночную стоимость, ведется на счетах 06«Долгосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов превышает 12 месяцев с даты их размещения), 58 «Краткосрочные финансовые вложения» (если срок обращения токенов не превышает 12 месяцев с даты их размещения).

К этим счетам целесообразно открыть аналитический счет «Корректировки стоимости финансовых вложений», на котором будет аккумулироваться вся информация о накопленных корректировках в связи с изменением текущей рыночной стоимости таких финансовых вложений. Поскольку рыночная стоимость финансовых вложений может колебаться как в сторону повышения, так и в сторону понижения, сальдо по счету учета корректировок может быть как дебетовым, так и кредитовым.

Данные по этим аналитическим счетам будут использоваться для заполнения пояснений к отчетности и последующего анализа эффективности инвестирования средств в финансовые вложения [6].

Следует отметить, что переоценку предполагается делать на основании официальных данных о котировках. Наилучшим подтверждением справедливой стоимости выступает наличие публикуемых (открытых) котировок на активном рынке, которые должны использоваться при оценке стоимости финансового актива. Котируемый на активном рынке финансовый актив означает, что информацию о ценовых котировках можно оперативно и регулярно получать от биржи, дилерской, брокерской групп, агентства по ценообразованию или регулирующего органа, и эти цены отражают фактические и регулярные рыночные сделки, совершаемые независимыми участниками рынка. Справедливая стоимость определяется на основании цены, о которой договариваются готовые к совершению сделки и независимые друг от друга покупатель и продавец. Котируемой рыночной ценой для имеющегося актива или выпускаемого обязательства обычно является текущая цена спроса, а для приобретаемого актива или принимаемого обязательства - текущая цена предложения [7].

ЛИТЕРАТУРА

1. Хидзев, А.Т. Криптовалюта: правовые подходы к формированию понятия [Электронный ресурс] / А.Т. Хидзев. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kriptovalyuta-pravovye-podhody-k-formirovaniyu-ponyatiya>. – Дата доступа: 01.09.2018.
2. Вахрушев, Д.С. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления [Электронный ресурс] / Д.С. Вахрушев, О.В. Железов // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – № 5 (1). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kriptovalyuta-kak-fenomen-sovremennoy-informatsionnoy-ekonomiki-problemy-teoreticheskogo-osmysleniya>. – Дата доступа: 15.08.2018.
3. Дурдыева, Д.А. Состояние криптовалютного рынка и перспективы развития биткоин [Электронный ресурс] / Д.А. Дурдыева, А.А. Трапизонян // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2017. – № 01 (1). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sostoyanie-kriptovalyutnogo-rynka-i-perspektivy-razvitiya-bitkoin>. – Дата доступа: 25.08.2018.
4. Зубков, А.С. Актуальные изменения бухгалтерского учета в условиях развития цифровой экономики [Электронный ресурс] / А.С. Зубков. – Режим доступа: <http://e.biblio.bru.by/bitstream/handle/12121212/6544/438.pdf?sequence=1>. – Дата доступа: 07.08.2018.
5. Учет запасов по МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msfofm.ru/transformation/276-inventoryifrs>. – Дата доступа: 18.09.2018.
6. Куликова, Л.И. Бухгалтерский учет корректировок стоимости финансовых вложений [Электронный ресурс] / Л.И. Куликова, А.В. Гошунова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/buhgalterskiy-uchet-korrektirovok-stoimosti-finansovyh-vlozheniy-1>. – Дата доступа: 20.09.2018.
7. Попова, А.В. Отражение информации о финансовых активах в бухгалтерской отчетности в соответствии с МСФО [Электронный ресурс] / А.В. Попова. – Режим доступа: <http://1fin.ru/?id=948>. – Дата доступа: 25.09.2018.

УДК 656.073.9

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ АВТОМОБИЛЬНЫМИ
ГРУЗОВЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ****К.В. РАШКЕВИЧ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрены процесс осуществления международных автомобильных грузовых перевозок, последовательность планирования международных грузовых перевозок. Особое внимание уделено организации процесса автомобильной перевозки по этапам погрузки, транспортировки и выгрузки. Учёт контроля за местонахождением транспорта как одна из важнейших задач в области логистики и грузоперевозки.

Международные грузовые автомобильные перевозки являются сложным процессом, который включает в себя много различных составляющих, но главной по-прежнему, является построение оптимальной логистической цепи таким образом, чтобы была возможность осуществить доставку вовремя и максимально сократить затраты.

Эффективность процесса управления международными грузовыми автомобильными перевозками зависит от трёх взаимосвязанных функций менеджмента: планирования, организации и контроля.

Любой заказчик, обратившись к услугам грузоперевозчика, рассчитывает на то, что процесс транспортировки груза будет произведен в рамках указанных сроков. Задержка или перенос сроков в процессе грузоперевозок играет негативную роль. Нарушение сроков доставки порой влечёт за собой сдвиг сроков доставки товара по всей цепи участников сделки. Поэтому, планирование международных грузоперевозок является важнейшей задачей управления ими. Именно от качества планирования зависят эффективность транспортной деятельности, минимизация транспортных затрат и своевременность доставки грузов.

Планирование международных грузовых перевозок осуществляется в следующей последовательности:

1) сбор данных о перевозимом грузе (наименование, объём, вес, особенности перевозки товара и т.п.). Особенно важно уточнить у заказчика специфические особенности перевозимого груза. Если товар относится к разряду скоропортящихся, его доставка должна осуществляться в максимально сжатые сроки при строгом соблюдении определенного температурного режима. Эти условия соблюдаются только при перевозке скоропортящихся грузов специальными видами автотранспорта (рефрижераторами или фургонами с изотермическими будками);

2) тщательное планирование перевозки таких видов грузов, как негабаритные или опасные грузы и ядовитые отходы. При перевозке негабаритных грузов используется специальный автотранспорт. Это может быть низкорамный трал или бортовой длинномер. Автоперевозка опасных грузов должна производиться со строгим соблюдением всех мер предосторожности. Халатное отношение грузоперевозчика способно привести к нанесению ущерба окружающей среде, а также жизни и здоровью граждан. Более крупные грузы перевозятся на машинах с повышенной грузоподъемностью. Транспортировка опасных отходов и нефтепродуктов требует использования специализированного транспорта, оснащенного дополнительными системами безопасности;

3) детальная разработка маршрута вне зависимости от того, какой вид груза будет перевозиться. Хорошо спланированный маршрут способен экономить время и нервы всем участникам процесса грузоперевозки. Диспетчеру или экспедитору не придётся ломать голову над трудностями, возникшими в процессе автоперевозки, клиент будет доволен четкой работой транспортной организации.

Отдельным местом в планировании предстоящей доставки груза уделяются такие моменты, как страхование груза и возможность его сопровождения. До начала транспортировки эти моменты необходимо проговорить с заказчиком и зафиксировать результат в договоре на оказание соответствующих услуг [1].

Международные автомобильные перевозки – самый популярный вид перевозок, который регламентируется частным международным правом. Автомобильный транспорт, стремительно развивающийся в последние годы, широко используется для межгосударственных перевозок пассажиров и внешнеторговых грузов. Чтобы успешно заниматься автоперевозкой, нужно быть в курсе всех нюансов организации этого процесса.

Организация процесса автомобильной перевозки включает три этапа: погрузку, транспортировку и выгрузку. Каждый из данных этапов, в свою очередь, складывается из череды транспортно-технологических операций, выполняемых при подготовке, организации и осуществлении перевозок.

В перевозочном процессе, одновременно с работниками автохозяйства, задействованы и грузовладельцы. Любые международные автомобильные перевозки имеют свои особенности, связанные с видом и характером груза, способом и порядком организации, использованием транспортных и разгрузочных средств, условиями их выполнения [2].

Осуществление перевозок сопровождается двумя главными операциями – приёмкой груза от отправителя и передачей его получателю. Каждая из этих операций содержит несколько транспортно-технологических элементов и действий, выполняемых в процессе подготовки и ходе самой перевозки.

Для транспортировки своего груза, заказчик (экспортер) подаёт о нём все необходимые сведения на автоперевозочное предприятие. На основании этого, перевозчик выделяет нужное количество транспортных единиц, утверждает рабочий график автомобилей и скорость их передвижения, согласует порядок перевозки с режимом работы грузовладельца, определяет стоимость перевозки и оформляет договор международной автомобильной грузоперевозки.

Затем следует подписание договора как основной формы взаимодействия перевозчика и клиента. Этим документом определяются все участники процесса грузоперевозки и деловые связи сторон. Договор является выражением обоюдных обязательств, взятых на определенный срок. Он составляется в письменной форме согласно нормативам о соглашениях сторон, либо оформляется в виде разовой заявки, которая используется для внеплановых перевозок. Заключив договор перевозки, грузоотправитель готовит товар к отправке. В подготовительный этап входит комплектация, маркировка, взвешивание, контроль качества, пломбировка, укладка груза и передача его перевозчику.

Доставленный груз подлежит сдаче адресату в пункте назначения, обозначенном в товарно-транспортной накладной (ТТН). Перевозчик обязан передать его получателю в неизменном виде без повреждений, порчи и частичной утраты (исключение составляет естественная убыль). Он несёт ответственность за сохранность товара при перевозке. По факту порчи, частичной или полной утраты груза, перевозчик составляет акт во время сдачи его получателю. Владельцу транспортного средства надлежит возместить клиенту нанесённые убытки на сумму снижения ценности груза, однако, не более его реальной стоимости по накладной.

Регулярные международные перевозки автомобильным транспортом производятся по установленной схеме движения подвижных составов. При этом, используются сквозная и участковая системы. Первая (сквозная) система предусматривает движение автопоезда (автомобиля) по заданному маршруту из пункта отправления до пункта назначения без перегрузок.

Во втором случае (при участковой системе), маршрут разбивают на участки и автомобили перемещают грузы в их пределах. Затем подвижной состав меняется, а товар перегружается путём смены кузова и передачи контейнеров на другой автомобиль.

Одним из важных нюансов в процессе грузоперевозки является организация поступления информации о точном нахождении груза и товара в каком-либо определенном местонахождении.

Контроль за местонахождением транспорта является важной задачей в области логистики и грузоперевозок. Необходимо постоянно следить за выполнением маршрутов, автоматически улавливать различия между запланированными и фактическими событиями. К примеру, система GPS-мониторинга КАП позволяет диспетчерам правильно управлять транспортом и оптимизировать работу автопарка, принимать решения не вслепую, а имея точную информацию о расположении автомобиля. Спутниковый мониторинг позволяет производить слежение за транспортом 24 часа в сутки, 7 дней в неделю [3].

Данный комплекс мероприятий нацелен на снижение издержек и сроков доставки грузов, а также на повышение рентабельности перевозок и оптимизацию использования ресурсов.

Эффективность GPS - КАП мониторинга заключается:

- в выявлении лишних рейсов, приписке в путевых листах, простое транспорта;
- в повышении эффективности работы и дисциплины персонала;
- в повышении безопасности и сохранности груза;
- в повышении уровня сервиса за счёт более эффективной организации доставки, погрузки и отгрузки груза;
- в предотвращении хищений грузов;
- в предотвращении порчи скоропортящихся продуктов;
- в полной ликвидации сливов топлива;
- в возможности своевременно сообщить клиенту о сбоях в поставке и принять необходимые меры по минимизации ущерба;
- в предотвращении попытки угона транспортных средств;
- в улучшении оперативного управления персоналом.

Кроме того, в качестве механизма контроля за международными грузоперевозками может использоваться SMS-отслеживание доставки.

Все клиенты получают SMS с уникальным номером во время транспортировки груза, который позволяет иметь основные сведения о месторасположении транспортного средства.

Вместе с тем к функции контроля в международных грузовых перевозках можно отнести контроль за состоянием водителей грузовых автомобилей. Контроль за состоянием водителей механических транспортных средств производится перед выездом в рейс при допуске к выполнению международной автомобильной перевозки грузов с использованием приборов, предназначенных для определения концентрации паров абсолютного этилового спирта в выдыхаемом воздухе, и экспресс-тестов (тест-полосок, экспресс-пластин), предназначенных для определения наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, токсических и других одурманивающих веществ, без проведения предрейсовых и иных медицинских обследований.

Выше перечисленное лишний раз подтверждает особенности управления международными автомобильными грузовыми перевозками и позволяет намного упростить работу по данному важнейшему направлению логистической деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Планирование грузоперевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dispatcher-gruzoperevozok.biz/planirovaniye-perevozok-gruzov/>. – Дата доступа: 20.09.2018.
2. Организация грузоперевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mezhdunarodnye-avtomobilnye-perevozki/>. – Дата доступа: 20.09.2018.
3. GPS - КАП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cap.by/pages/transportations/>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 656.073.9

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ МЕЖДУНАРОДНЫМИ
АВТОМОБИЛЬНЫМИ ГРУЗОВЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ****К.В. РАШКЕВИЧ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрены инновации в логистике как фактор повышения эффективности управления международными автомобильными грузовыми перевозками, охарактеризованы самые заметные инновации в современных грузоперевозках и дана соответствующая оценка, отмечено существенное препятствие успешному развитию инновационных технологий в логистике и указано на то, что оно будет устранено в ближайшее время.

Инновации в логистике как фактор, способствующий созданию базиса для формирования в Республике Беларусь инновационной экономики, – новое направление экономической мысли, и оно недостаточно разработано. Прежде всего, это касается научного определения предметной области инновационной логистической деятельности.

Под инновациями в логистике следует понимать новые разработанные технологии, помогающие доставлять груз из одного места в другое и ускорить различного рода процессы, увеличивая при этом выгоду организации. Но стоит акцентировать внимание на том, что «инновация» – это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьёзно повышает эффективность деятельной логистической системы. Под инновационными процессами в логистике следует понимать только такие процессы, которые характеризуются новизной и их эффективной реализацией на рынке, повышением качества и надёжности поставок продукции, а также повышением прибыли для предприятия. Исходя из этого можно смело сказать, что инновационная логистика – одна из актуальнейших составляющих логистической деятельности, которая оптимизирует процесс поставок и вырабатывает оптимальную стратегию по управлению потоками.

Ни одна отрасль не может бесконечно развиваться по одному сценарию. Меняется время, меняются и способы борьбы за клиента, и рынок автомобильных грузоперевозок не стал исключением. Когда услуги логистических компаний оказались охваченными, Республика Беларусь перестала быть эксклюзивом, и перед участниками рынка транспортных услуг встал выбор вектора дальнейшего роста. Ответ был очевиден, что стало необходимым вкладываться в новейшие инновационные технологии логистического характера.

Одной из главных задач любого субъекта хозяйствования, занимающегося перевозкой грузов, является налаживание информационного обеспечения. С появлением GPS, GSM, WI-FI и других беспроводных способов передачи информации, это не является большой проблемой. Отслеживать состояние и местонахождение груза теперь можно в режиме реального времени, что позволяет более быстро реагировать на появление трудностей и принимать решения. В перспективе, инновации затронут систему управления техническим обслуживанием и ремонтом подвижного состава. В частности, при возникновении неисправности, её код будет автоматически передан в офис механикам, а те в свою очередь могут передать на смартфон водителя рекомендации по её устранению. Подобная технология открывает новые возможности по планированию технического обслуживания и поставкам запасных частей. Все диагностические данные могут быть получены не по возвращению автомобиля из рейса, а непосредственно во время его работы [1].

Самые заметные инновации в современных грузоперевозках – это системы трекинга машин и удаленного контроля параметров перевозки. Скорость движения фуры, расход топлива, стиль вождения водителя, длительность и количество остановок, отклонения от маршрута – все эти данные, крупные операторы могут получить, не вставая с офисного кресла. В результате, клиент получает гарантию качества перевозок, понятное управление собственной логистикой и оптимизацию бизнес-процессов. Так, на белорусском рынке, самым ярким представителем инновационных технологий в логистике, является АРМ «Диспетчер». Программа АРМ «Диспетчер» (автоматизированное рабочее место диспетчера) позволяет осуществить выдачу и обработку путевых листов в автоматизированном режиме, вести справочную информацию по транспортной технике, нормам расхода топлива, персоналу, заправщикам, объектам работ, заказчикам, перевозимым грузам, выполняемым работам и пр., формировать соответствующие отчёты, передавать данные в программное обеспечение АРМ «Механик» для дальнейшей обработки.

Программа АРМ «Механик» предоставляет возможность осуществить выдачу, обработку, аннулирование и списание путевых листов, с возможностью печати на существующие стандартные бланки или чистый лист:

- форма грузового автомобиля;
- форма автобуса;
- форма 1(н) и 1(р) – автобуса;
- форма 1(а) – автобуса;
- форма 2(г) – грузового автомобиля;
- формы 3(с) и 3(п) – грузового автомобиля;
- формы 6 и 7 – легкового автомобиля;
- формы С-18 и С-20 – строительной техники.

По итогам работы, возможно получить следующие отчеты:

- справка-реестр путевых листов (всех, несданных, аннулированных);
- акт на списание форм строгой отчетности (путевые листы).

Учёт движения горюче-смазочных материалов (ГСМ):

- отчет о движении ГСМ по автомобилю/водителю;
- отчет о движении ГСМ по предприятию в различных разрезах;
- отчет об экономии / перерасходе ГСМ;
- справка о выданном топливе (по технике, водителям, заправщикам);
- акты снятия остатков топлива в баках и показания спидометров/счетчиков техники.

Учёт работы техники и персонала:

- пробег автомобиля, мото-, машино-часы техники (в том числе контроль лимитов на пробег);
- время и дни в наряде;
- перевозка грузов (видов грузов, тонн, тонно-километров);
- расход ГСМ по любому набору и количеству норм, введенных в программе, и с учетом поправочных коэффициентов;
- учёт специальных работ дорожно-строительных и -эксплуатационных управлений Республики Беларусь.

За любой период, возможно сформировать отчёты:

- карточка учета работы техники/водителя;
- справки к табелю;
- отчет о перевозке грузов (по заказчикам, видам грузов, технике, водителям и пр.);
- ведомости эксплуатационных показателей (часы, дни, км, т, ткм, м/ч, л ГСМ);
- ведомость выполненных работ по принятой на предприятии системой шифрования работ.

Ведение справочной информации:

- ведение всей необходимой справочной информации;
- учет норм расхода горючих и смазочных материалов по маркам техники;
- закрепление техники за работником.

Модуль АРМ «Механик» позволяет вести:

- учет наработки шин и АКБ исходя из информации по введенным путевым листам;
- учет проведения и планирования технических осмотров и обслуживания;
- складской учет и производить списание запасных частей;
- справочную информацию по технике предприятия.

Модуль АРМ «Отчет» имеет встроенный генератор отчетов, который позволяет быстро и удобно подготовить схемы отчетов так, как нужно заказчику (руководителю подразделения, предприятия в целом или другим заинтересованным лицам), проводить анализ работы техники в том виде и по тем данным, как удобно заказчику, получать информацию о работе техники по факту ввода путевого листа. Модуль может устанавливаться на любом количестве компьютеров заинтересованных служб (бухгалтерия, производственный отдел, руководитель подразделения или предприятия) [2].

При использовании программ в удаленных подразделениях с отдельными базами данных, возможно использовать систему экспорта/импорта информации для объединения данных в единую базу через любой цифровой носитель для формирования отчетов по всему предприятию в разрезах подразделений.

Второй большой пул инноваций в логистике связан с оптимизацией самого рынка грузоперевозок. Новые реалии потребовали от операторов изменения схемы работы. Кто-то избавился от машин и стал экспедитором, кто-то, напротив, нарастил автопарк. Идея связать представителей этих групп на глобальном уровне витала уже несколько лет с момента массового внедрения агрегаторов в такси. Пока успешный проект реализован только на российском рынке компанией ГК «Деловые Линии». Оператор запу-

стиль технологический агрегатор «GetCargo». Он учитывает параметры и условия перевозок: гарантия сроков доставки, юридическая чистота перевозчиков и машин, страховка грузов, четкая система отгрузки. В конечном счете, программа позволяет оптимизировать управление собственным парком машин, повышает конверсию продаж и привлекает новых клиентов. Можно сказать, что это миллионы рублей экономии и десятки миллионов рублей потенциальной выручки.

Также, к инновационным разработкам в сфере международных грузовых автомобильных перевозок можно отнести новый белорусско-китайский логистический коридор «Шелковый путь 2.0», позволяющий активизировать экономические связи между странами.

На сегодняшний день Китай для Беларуси – один из приоритетных экономических партнёров. Первые грузоперевозки в Китай из Беларуси по «Шелковому пути 2.0» продемонстрировали удобство и безопасность данного логистического коридора. В частности, из Минска в Китай была доставлена крупная партия дорогостоящего оборудования.

На рисунке представлен новый белорусско-китайский логистический коридор «Шелковый путь 2.0».



Рисунок. – Новый белорусско-китайский логистический коридор «Шелковый путь 2.0»

Источник: [3].

Помимо отличного соотношения «скорость – цена», доставка по «Шелковому пути 2.0» имеет и другие плюсы. Так, у заказчиков нет необходимости создавать складские запасы – груз отправляется практически сразу. Кроме того, благодаря оперативности доставки, ускоряются и взаиморасчеты.

Также незамеченным нельзя оставить такую техническую инновацию, как беспилотный автомобиль. Каждый слышал о компании «Google» и её экспериментах в области создания различных высокотехнологичных и заметно упрощающих жизнь устройств. Одна из таких разработок – автомобиль, которому не нужен водитель. Это изобретение может произвести революцию в логистике. На данный момент активно присматривается к этой технологии компания «Daimler», которая уже в октябре 2015 года выпустила на дороги Германии грузовик, оснащённый радаром, камерами и регуляторами скорости, который без помощи водителя проехал по шоссе А8 несколько километров. Стоит отметить, что внутри грузовика находился человек, но машиной он не управлял.

К основным преимуществам данной технологии можно отнести:

1) ускорение доставки товара. Такие автоматические грузовики будут останавливаться только для того, чтобы заправиться. Никаких остановок для еды, сна или душа. Такой грузовик сможет преодолеть расстояния в 5 000 км примерно за 60 часов;

2) экономия на зарплате, социальных и страховых выплатах водителям и на налогах;

3) отсутствие нарушения правил дорожного движения, так как грузовик просто этого не умеет.

Рынок беспилотных автомобилей может очень сильно изменить логистическую отрасль. Системы управления цепями поставок нового поколения получают в своё распоряжение небывалые возможности по оптимизации транспортной логистики.

На данный момент существует одно существенное препятствие успешному развитию инновационных технологий в логистике – отсутствие прописанной законодательно-правовой базы, регулирующей все процессы, связанные с новыми технологическими возможностями грузоперевозчиков. Эксперты уверены, что транспортная логистика будет интенсивно развиваться и дальше, но это может занять значительно больше времени, чем хотелось бы. Однако, инновационных технологии в любом случае остаются залогом успешного развития отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

4. Лавринович, М.В. Тренды развития транспортной логистики в мире / М.В. Лавринович, Д.А. Гурин, А.С. Данилова // Логистические системы в глобальной экономике. – 2012. – № 2. – С. 343-347.
5. АРМ «Диспетчер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://incos.by/software/dispatcher/>. – Дата доступа: 20.09.2018.
6. Белорусско-китайский коридор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.tut.by/news515521.html/>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 657

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ ПРОЕКТНЫХ РАБОТ (УСЛУГ),
ВЫПОЛНЯЕМЫХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****О.А. СОЛОВЬЁВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Н.А. ХОДИКОВА)*

Рассмотрены подходы различных авторов к понятиям «проектные работы», а также «проектные услуги». На основе проведенного исследования предложено понятие проектных работ (услуг) для целей учета.

Важнейшим этапом всей строительной деятельности являются **проектные работы**. И независимо от масштаба строительного объекта и его классификации данный вид работ является первоочередным. На этапе составления технического задания в компанию, которая будет выполнять проектно-сметные работы по строительному объекту, необходимо учесть все нюансы, которые невозможно будет изменить на завершающей стадии строительства и возведения здания или сооружения. Профессионализм компании по проектированию и сметному делу будет заключаться в сведении всех идей, которые возникают у заказчиков данного вида работ, в полноценном и качественном проекте для строительства, который будет отвечать всем требованиям. Также при проектировании учитывается удобство использования и эргономика. Совокупность всех требований к объекту сводится в оформленную по всем правилам техническую документацию.

В проектировании современных производственных зданий и сооружений имеются свои особенности. В проектной и рабочей документации должны учитываться все условия для будущих производственных процессов. Поэтому при подготовке к производству строительных работ организация-заказчик (застройщик) обязана обеспечить наличие соответствующей проектно-сметной документации. Именно от проектных работ зависит качество и безопасность готового объекта, а также объем основных инвестиций и дополнительных затрат. Из этого следует, что еще до начала проведения строительства должны быть проведены проектные работы.

Учет и оценка затрат незавершенного производства проектных организаций играет важную роль в формировании себестоимости продукции и финансового результата от основной деятельности. От его правильной организации зависит достоверность определения важнейших экономических показателей работы как предприятия в целом, так и его производственных подразделений.

Существуют сферы деятельности, в которых могут быть незавершенными работы и услуги. К таким работам и услугам можно отнести: научно-производственные, проектные работы. И именно о проектных работах (услугах) пойдет речь в данной статье.

Так что же такое проектные работы? Рассмотрим какие определения к данному понятию предлагаются различными авторами.

Проектные работы – это документация (чертежи и пояснительные записки к ним), на основе которой определяются объемы предстоящих строительного-монтажных работ, их стоимость и трудоемкость [1].

В словаре-справочнике терминов нормативно-технической документации рассматривается такое определение, как работы, выполняемые специалистами с целями разработки обоснований и соответствующих проектных решений для инвестиций, подготовки и рассмотрения (в т.ч. согласования, экспертизы, утверждения и пр.) проектной документации для строительства (в т.ч. реконструкции, расширения, технического перевооружения) предприятий, зданий и сооружений [2].

Также существует подход, что проектные работы – это вид человеческой деятельности, направленный на создание зданий, инженерных сооружений (мостов, дорог, аэродромов), а также сопутствующих им объектов (инженерных сетей, малых архитектурных форм и т. д.), реализуемый инженерами на бумаге или в электронном виде для определения архитектурных, технических и экономических показателей объекта проектирования [3].

Существует мнение, что это – это составление целого пакета документов, необходимых для возведения будущего здания (поэтажный план, перспективные изображения фасады в цвете, схема разрезов + схема генплана). Эти документы необходимы для получения разрешения на строительство, работы строительной бригады, а также для наглядного представления особенностей будущего здания [4].

Большой экономический словарь дает такое определение, как это комплекс работ по проведению инженерных изысканий, разработке технико-экономических обоснований строительства, подготовке проектов, рабочей документации, составлению сметной документации для осуществления строительства (нового строительства, расширения, реконструкции, технического перевооружения) объектов, зданий, сооружений [5].

Также некоторыми авторами предлагается понятие «проектных услуг», рассмотрим его.

В Налоговом кодексе РБ рассматривается такое понятие, как инжиниринговые услуги. Инжиниринговые услуги – инженерно-консультационные услуги по подготовке процесса производства и реализации товаров (работ, услуг), подготовке строительства и эксплуатации промышленных, инфраструктурных, сельскохозяйственных и других объектов, а также предпроектные и проектные услуги (подготовка технико-экономических обоснований, проектно-конструкторские разработки, технические испытания и анализ результатов таких испытаний). Как видим, к данному понятию автор относит также и «проектные услуги» [6].

Проектные услуги – это услуги по инженерному и архитектурному проектированию, подразумевающие документирование всего цикла работ от концепции и эскиза до расчетов всех элементов [7].

Костенко М. А. рассматривает проектные услуги, как услуги, в силу которых подрядчик (проектировщик, изыскатель) обязуется по заданию заказчика разработать техническую документацию и (или) выполнить изыскательские работы, а заказчик обязуется принять и оплатить их результат [8].

Проектные услуги – это комплекс действий и вычислений, согласно которым планируются финансовые, технически-трудовые и материальные ресурсы [9].

Как мы видим в литературе встречаются как «проектные работы», так и «проектные услуги». Однако, налогоплательщики, оказывающие услуги, вправе относить сумму прямых расходов, осуществленных в отчетном периоде, в полном объеме на уменьшение доходов от производства и реализации данного отчетного периода без распределения на остатки незавершенного производства. В то время как налогоплательщики, выполняющие работы, распределяют расходы на остатки незавершенного производства.

Выполнение работ подразумевает под собой достижение при выполнении каких-либо действий определенной материальной цели – результата в форме создания материального объекта. В то время как оказание услуг – это совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности, направленной на получение результата, как правило, нематериального характера.

В соответствии с вышеизложенным, в зависимости от возникших правоотношений, для целей учета предлагается использовать такое понятие как «проектные работы (услуги)».

Проектные работы (услуги) – работы (услуги), выполняемые специалистами, по подготовке технической и (или) экономической документации, согласно которой планируются технические и (или) экономические показатели объекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pisheprom.ru/article/chto-vhodit-v-ponyatie-proektnyie-raboty>. – Дата доступа: 10.04.2018.
2. Технологические_правила_проектирования. Методическое_руководство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://normative_reference_dictionary.academic.ru/94295/МД_3.02-2000:_Технологические_правила_проектирования._Методическое_руководство. – Дата доступа: 10.04.2018.
3. Economics.Studio [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1328423/Проектные>. – Дата доступа: 10.04.2018.
4. Ещенко, С. Учет и налогообложение проектных работ / С. Ещенко // Главный бухгалтер. Ревизор [Электронный ресурс]. – 2005. – № 4. – Режим доступа: <http://www.busel.org/texts/cat3ae/id5rwvedc.htm>. – Дата доступа: 10.04.2018.
5. Open Library [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://big_economic_dictionary.academic.ru/12390/РАБОТЫ%2С_ПРОЕКТНЫЕ. – Дата доступа: 10.04.2018.
6. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г. : одобрен Советом Республики 18 дек. 2009 г.
7. Буквы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sbk-eng.kz/uslugi/proektnaya-deyatelnost>. – Дата доступа: 14.04.2018.
8. Костенко, М.А. Коммерческое право: конспект лекций / М.А. Костенко. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2007.
9. Технический словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bkproject.by/services/proektno-izyskatelskie-raboty-v-minske>. – Дата доступа: 14.04.2018.

УДК 656.029:656.078.11

ЗНАЧЕНИЕ АУТСОРСИНГА В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**Т.Ю. ЯРМОШ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.Б. МАЛЕЙ)*

Выявлено значение аутсорсинга в транспортно-логистической сфере с позиции спроса и предложения. Рассмотрены проблемы и перспективы развития аутсорсинга в транспортно-логистической сфере, сделан обзор рынка транспортно – логистических услуг на основе изученного зарубежного опыта.

Основателем концепции аутсорсинга считается фирма EDS, которая в 1963г. первой предложила концерну «Frito-Lay» услуги, основанные на оплатной реализации информационных услуг. Широкая практика аутсорсинга начала динамично развиваться лишь в 80-е гг. прошлого столетия. В настоящее время концепцию аутсорсинга рассматривают как метод стратегического моделирования структуры управления предприятия.

Во всем мире для решения проблем логистики компании все чаще прибегают к аутсорсингу (привлечение сторонних профессиональных организаций для ведения каких-либо направлений бизнеса, в данном случае – для управления комплексными поставками, включая перевозку и хранение товаров; в логистике такие компании называют 3PLs – thirdpartylogisticsproviders; наблюдается также тенденция к принятию тактики, названной 4PLs, суть которой заключается в строгой координации всех цепочек поставок без физической централизации в каком-либо одном центре дистрибуции).

Аутсорсинг в логистике основывается на использовании экономических благ и услуг, являющихся предметом рыночных контрактных отношений, которые предлагает внешний исполнитель. Прежде всего аутсорсинг использует принцип, состоящий в том, что каждый участник рынка делает то, что умеет лучше остальных, поэтому делает это дешевле. В этом состоит сущность реализации эффективного решения «сделать самому или купить» (makeorbuy – МОВ).

Аутсорсинг имеет следующие цели:

1) стратегические:

- концентрация на стратегических проблемах;
- рост свободы стратегических действий;
- увеличение рациональности и эффективности основной деятельности;
- увеличение эластичности функционирования;

2) рыночные:

- укрепление рыночных позиций;
- расширение рыночных сегментов;
- диверсификация либо концентрация деятельности;

3) экономические:

- обеспечение роста выручки от основной деятельности;
- оптимизация или минимизация затрат;
- улучшение экономических результатов;
- снижение экономических рисков;

4) организационные:

- уменьшение числа элементов структуры управления;
- упрощение организационных структур и процедур.

В аутсорсинге можно выделить несколько разновидностей. С точки зрения существующей возможности выделять в структуре управления различные его функции, можно выделить аутсорсинг отдельных функций (например, функции транспорта), аутсорсинг совмещенных функций в форме процессов (например, транспорт, экспедирование и склад), а также аутсорсинг функциональных областей (например, дистрибуция).

При организации аутсорсинга выделяют также две разновидности аутсорсинговых партнеров:

- партнеры, имеющие финансовую зависимость от фирмы, предоставляющей управленческую функцию в аренду;
- независимые партнёры, не имеющие финансовой связи с капиталом своего партнёра.

При передаче в аутсорсинг функции управления между партнерами заключается хозяйственно-правовые договора (контракты), которые составляются в традиционной форме, однако имеют свою специфику, поэтому на отдельные стороны договора необходимо обратить особое внимание. В договоре (контракте) нужно четко описать процедуры взаимоотношений между партнёрами, например,

сроки предоставления отчётности или информации, что обеспечит бесперебойность информационного процесса [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что под аутсорсингом логистики понимается отказ от самостоятельного выполнения логистического бизнес-процесса и приобретение услуг по реализации этого бизнес-процесса у другой организации — логистического провайдера (*опред. автора*).

«Транспортно-логистический аутсорсинг» – приобретение у третьей стороны услуг по управлению запасами, транспортировке товара, его складированию, информационному сопровождению и всеми, связанными с этими операциями бизнес-процессами.

Повышается спрос на аутсорсинговые услуги в сфере транспорта, а также в логистики постоянное усложнение технологии ведения бизнеса, значимость в инфраструктурной составляющей в частности, транспортно – складской сферы. Для многих предприятий, передача логистических услуг на аутсорсинг не позволяет сконцентрироваться на основных видах деятельности, поэтому ключевой компетенцией не является логистика.

Диапазон функций логистических компаний в настоящее время достаточно широк и включает следующие основные процессы:

- доставка клиентам грузов в любую точку мира;
- таможенное оформление грузов клиентов;
- приемка грузов на ответственное хранение на собственных терминалах;
- предоставление клиентам информации о месте нахождения груза, независимо от того, в пути он или на складе.

Соответственно выделяются следующие услуги транспортно-логистического аутсорсинга:

- транспортно-экспедиционные;
- услуги по таможенному оформлению;
- услуги склада;
- координация процесса закупок;
- комплексные услуги.

При комплексных услугах аутсорсинг выступает единым крупным логистическим оператором, который необходим для реализации логистических бизнес-процессов по всей логистической цепочке компании-заказчика. При правильном построении схем аутсорсинг может стать важнейшим инструментом не только в логистической цепочке, но и во всей системе управления.

В случае выбора в пользу аутсорсинга – предстоит решить, какие логистические функции необходимо отдать компании-аутсорсеру, а какие оставить за внутренними отделами логистики организации. Наиболее оптимальным решением является сочетание собственной логистики компании с использованием аутсорсинга. Но в любом случае главным ориентиром должны являться генеральная стратегия и цели деятельности компании. При переходе компании на аутсорсинг, необходимо учитывать его преимущества и риски на основе детального изучения каждой конкретной ситуации, кроме этого требуется разработка и внедрение способов сглаживания рисков и управления ими для построения взаимовыгодных отношений между компанией-клиентом (заказчиком) и поставщиком транспортно-логистических услуг. Использование же аутсорсинга подразумевает качественный, но стандартизированный сервис.

Главную роль может играть сокращение финансовых рисков компании, так как логистический посредник берет на себя ответственность за использование логистической операции. В ряде случаев при использовании аутсорсинга в компании может наблюдаться значительное сокращение издержек на логистическую часть бизнеса, в первую очередь за счет сокращения транспортных расходов, трат на приобретение оборудования и содержание многочисленного штата специалистов по логистике. При жесткой конкуренции на мировом рынке логистических услуг провайдеры стремятся сделать наиболее выгодное коммерческое предложение для своих клиентов в части оптимального соотношения цена и качества услуги, что также способствует развитию спроса на них. В многих случаях передача всех функций логистики компании аутсорсеру имеет смысл тогда, когда необходимы не отдельные услуги, а вся логистическая цепочка. Чаще всего спрос на такие услуги предъявляют предприятия малого и среднего бизнеса, которые по каким-либо причинам не хотят или не в состоянии инвестировать средства в развитие собственной логистики.

В качестве заказчиков нередко выступают и крупные компании, у которых поставки представляют собой сложный, многоступенчатый процесс. Логистический аутсорсинг также необходим крупным компаниям, которые могут достигнуть максимальной эффективности не иначе, как путем снижения себестоимости продукции. Эту службу, включая автопарк и склады, приходится содержать круглый год, независимо от того, загружена ли она. Предприниматели отмечают, когда логистическая служба является структурным подразделением компании, что очень сложно отследить реальную стоимость услуг. Все вышесказанное правомерно и для предприятий Беларуси, но проблема перехода на аутсорсинг здесь стоит еще острее. Преобладающей тенденцией в мировой экономике на сегодняшний день является переход от по-

строения внутрифирменных логистических схем к передаче управления цепями поставок логистическим операторам.

Доля аутсорсинга в общем объеме логистических услуг в разных странах Европы составляет около 60%, в Китае – 48%, в России – 22%, а в Украине и в Беларуси, вместе взятых – 35% [2].

Ввиду того, что Республика Беларусь находится на пересечении основных торговых путей, транспортная логистика здесь весьма востребована. Доля транспортных расходов в цене товара в среднем достигает 10-12 %, а по отдельным товарам колеблется от 2–5 % (электроника), до 30-40 % (строительные материалы). В ряде случаев даже при перевозке готовой продукции, например, тяжеловесной крупногабаритной техники, в зависимости от удаленности рынков, транспортные расходы возрастают до 100 % стоимости оборудования, а иногда и превышают ее, поэтому значительной части предприятий Республики Беларусь должно быть выгодно передавать транспортно-логистические операции на аутсорсинг, тем более, что для производственных и торговых организаций логистика не является ключевой компетенцией. Вместе с тем, одним из факторов, сдерживающих спрос на развитие логистики, является недооценка руководителей компаний возможностей этого инновационного инструмента [3].

Как показывает опыт зарубежных компаний, сокращение логистических издержек на 1% эквивалентно 10-процентному увеличению продаж. Передавая логистические функции на аутсорсинг, малые и средние предприятия получают ряд преимуществ: аутсорсинг высвобождает финансовые ресурсы для развития профильных бизнес-направлений; все риски, связанные с логистикой, – хищения, срыв сроков, несоблюдение условий доставки или хранения, ошибки при комплектации заказов и прочее, перекладываются на компанию-аутсорсера; экономится время, так как – профессиональный логистический оператор имеет больше возможностей в области управления грузопотоками, обладает необходимыми компетенциями и опытом в данной сфере. Однако в настоящее время проблемы в области логистики и аутсорсинга логистических услуг, которые не позволяют успешно развиваться как данному направлению, так и самим предприятиям. Согласно исследованию-опросу «Логистика в Беларуси» из выборки, включающей 100 организаций 51% респондентов имеют свой отдел логистики, 43% предприятий функции логистики выполняют сотрудники разных подразделений и только в 6% предприятий функции логистики переданы на аутсорсинг.

Таким образом, можно сделать вывод, что аутсорсинг в транспортно- логистической сфере в Республике Беларусь является перспективным направлением в экономике страны, и будущее этой отрасли видится достаточно позитивным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Черновалов, А.В. Бизнес от А до Я / А.В. Черновалов // Логистика: современный практический опыт. – Минск : Изд-во Гревцова, 2008. – С. 156–172.
2. Маркетинговое исследование «Анализ транспортно-логистического рынка. Развитие логистического аутсорсинга в РФ. 2011 г.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.topfirm.ru/marketing/research.aspx?b2b5_act=getresearch& h=topfirm.ru&id=9164. – Дата доступа: 13.05.2018.
3. Гриц, Г. Стратегические подходы к формированию современной транспортной инфраструктуры республики в условиях глобализации экономики [Электронный ресурс] / Г. Гриц. – Режим доступа: <http://www.baif.by/stati/strategicheskie-podhody-kformirovaniyu-sovremennoi-transportnoi-infrastruktury-respubliki-v-usloviy/>. – Дата доступа: 13.05.2018.

УДК 656.073.9

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГРУЗОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ»
КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ****А.В. ЯЦЫНА, М.В. ЯЦЫНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Раскрыта сущность определения понятия «международные грузовые перевозки», доказано отсутствие единого мнения по поводу данного понятия и предложено полноценное определение, благодаря проведенному теоретическому исследованию и анализу различных подходов.

В результате международной экономической интеграции происходит сближение стран на основе развития устойчивых хозяйственных взаимосвязей и межгосударственного разделения труда. С помощью собственного производства ни одна страна не может обеспечить свои внутренние потребности в разных сферах жизни. Эта проблема решается благодаря международной торговле, осуществляемой с помощью международных перевозок. Динамика международной торговли – величина не постоянная, поскольку потоки грузов постоянно меняются количественно (уменьшаются, увеличиваются) и качественно (т.е. изменяется вид перевозимых грузов). Следовательно, меняются и требования к перевозкам. Интенсивное развитие в нашей стране внешнеэкономических связей делает необходимой эффективную организацию международных перевозок грузов. Также расширение международного сотрудничества, углубление интеграционных процессов и увеличение объемов международной торговли требуют благоприятных условий для беспрепятственного пропуски транзитных грузопотоков, связанных с обеспечением межгосударственных экономических связей.

Особое место в международных грузовых перевозках в силу только ему присущих достоинств занимает автомобильный транспорт, который обеспечивает возможность доставки груза в назначенное время от склада отправителя до склада получателя без промежуточной перевалки груза. Высокая скорость транспортировки груза уменьшает потребность в оборотных средствах и ускоряет оборот капитала. В отличие от других видов транспорта автомобили могут перевозить мелкие партии груза согласно пожеланиям потребителя.

В настоящий момент не существует единого понятия «международные грузовые перевозки». Также следует отметить, что в литературе существует множество различных критериев к дефиниции данного понятия. Поэтому так важно разобраться, что же на самом деле представляют собой международные грузовые перевозки.

В таблице 1 представлены определения экономической категории «международные грузовые перевозки» с точек зрения различных авторов.

Таблица 1. – Основные определения экономической категории «международные грузовые перевозки»

Автор / источник	Определение
1	2
1. Горев А.Э. [1]	Международные перевозки грузов – перевозки, осуществляемые между различными государствами с пересечением хотя бы одной государственной границы
2. Ванчукевич В.Ф. [2]	Международные грузовые перевозки – производственный процесс по перемещению грузов автомобильным транспортом с пересечением, по крайней мере, одной государственной границы
3. Вельможин А.В. [3]	Международные перевозки грузов – автомобильные перевозки грузов с пересечением территории одного или более государств
4. Батычко В.Т. [4]	Под международной грузовой перевозкой понимается перевозка грузов между двумя и более государствами, выполняемая на условиях, которые установлены заключенными этими государствами международными соглашениями
5. Евсеева А.А. [5]	Международная грузовая перевозка - перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны
6. Закон Республики Беларусь «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках» [6]	Международные грузовые перевозки – автомобильные перевозки грузов, выполняемые за пределы (за пределами) территории Республики Беларусь, из-за ее пределов, а также транзитные автомобильные перевозки грузов, выполняемые через территорию Республики Беларусь между двумя пунктами пересечения Государственной границы Республики Беларусь в местах, установленных законодательством

Окончание таблицы 1

1	2
7. Курганов В.М. [7]	Международная грузовая перевозка – перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны.
8. Майборода М.Е. [8]	Международная грузовая перевозка – любые автомобильные перевозки груза с пересечением транспортным средством, по крайней мере, одной внешней границы.
9. Пустоветова И.К. [9]	Международная грузовая перевозка – перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны.
10. Седюкевич В.Н. [10]	Международные перевозки грузов – автомобильные перевозки грузов с пересечением, по крайней мере, одной государственной границы.
11. Туревский И.С. [11]	К международным грузовым перевозкам относятся перевозки грузов, выполняемые за пределы страны.
12. Ершов В.А. [12]	Международная грузовая перевозка - перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны.

Проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод, что существует множество определений понятия «международные грузовые перевозки». Нами были выделены 12 различных авторов, которые подходили к определению «международные грузовые перевозки» с различных точек зрения. Таким образом, данный анализ может наиболее полно разносторонне отразить значение данной экономической категории.

Для сопоставления приведенных в таблице 1 определений понятия «международные грузовые перевозки» систематизируем подходы к нему и представим их в виде аналитической таблицы 2.

Таблица 2. – Анализ подходов к определению понятия «международные автомобильные грузовые перевозки»

Автор / источник	Подходы		
	перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны	любые автомобильные перевозки груза с пересечением транспортным средством, по крайней мере, одной внешней границы	прочие определения
1	2	3	4
1. Горев А.Э. [1]		+	
2. Ванчукевич В.Ф. [2]		+	
3. Вельможин А.В. [3]		+	
4. Батычко В.Т.[4]		+	
5. Евсеева А.А. [5]	+		
6. Закон РБ об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках [6]			автомобильные перевозки грузов, выполняемые за пределы (за пределами) территории Республики Беларусь, из-за ее пределов, а также транзитные автомобильные перевозки грузов, выполняемые через территорию Республики Беларусь между двумя пунктами пересечения Государственной границы Республики Беларусь в местах, установленных законодательством
7. Курганов В.М. [7]	+		
8. Майборода М.Е. [8]		+	
9. Пустоветова И.К. [9]	+		
10. Седюкевич В.Н. [10]		+	
11. Туревский И.С. [11]			перевозки, выполняемые за пределы страны
12. Ершов В.А. [12]	+		
Итого	33%	50%	17%

Исходя из приведенного в таблице 2 анализа подходов к определению понятия «международные автомобильные грузовые перевозки», можно выделить три группы авторов, имеющих разные мнения относительно трактовки понятия «международные грузовые перевозки» как экономическая категория.

К первой группе мы можем выделить таких авторов, как Евсеева А.А., Курганов В.М., Пустоветова И.К., Ершов В.А., которые считают, что международная грузовая перевозка определяется как перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны.

Вторая группа авторов (Горев А.Э., Ванчукевич В.Ф., Вельможин А.В., Батычко В.Т., Майборода М.Е., Седюкевич В.Н.) данное понятие выделяют как любые автомобильные перевозки груза с пересечением транспортным средством, по крайней мере, одной внешней границы. Но при этом, Батычко В.Т. дополняет определение «международные грузовые перевозки» тем, что они могут выполняться на условиях, которые установлены заключенными этими государствами международными соглашениями.

Третье мнение по поводу данного понятия выделяют закон Республики Беларусь «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках» (международные грузовые перевозки – это автомобильные перевозки грузов, выполняемые за пределы (за пределами) территории Республики Беларусь, из-за ее пределов, а также транзитные автомобильные перевозки грузов, выполняемые через территорию Республики Беларусь между двумя пунктами пересечения Государственной границы Республики Беларусь в местах, установленных законодательством) и Туревский И.С. (международные грузовые перевозки – это перевозки, выполняемые за пределы страны).

В настоящее время, в условиях развития экономических связей между различными странами, большое значение приобретают международные перевозки грузов. Без них невозможно осуществлять свою деятельность, как предприятиям промышленности, так и торговым организациям. Такие международные перевозки грузов осуществляются в различных направлениях. Услуги международных грузоперевозок становятся все более востребованными, а организация международных грузоперевозок все более совершенствуется с каждым днем.

Таким образом, проанализировав подходы к определению «международные грузовые перевозки», и поняв, что не существует единого мнения в определении данного понятия, нами предлагается следующее определение: «Международные грузовые перевозки - это перевозка транспортным средством грузов за пределы территории страны или на территорию страны груза с пересечением транспортным средством, по крайней мере, одной внешней границы, а также перевозка транспортным средством грузов транзитом через территорию данной страны на условиях, которые установлены заключенными этими государствами международными соглашениями». Данное определение приводит к единому знаменателю все рассмотренные подходы, что отражает правильное понимание данной экономической категории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горев, А.Э. Грузовые автомобильные перевозки : учеб. пособие / А.Э. Горев. – М. : Академия, 2008. – 288 с.
2. Ванчукевич, В.Ф. Автомобильные перевозки / В.Ф. Ванчукевич, В.Н. Седюкевич, В.С. Холупов ; под ред. В.Ф. Ванчукевича. – Минск : Дизайн ПРО, 2008. – 224 с.
3. Грузовые автомобильные перевозки : учебник / А.В. Вельможин [и др.] ; под ред. В.А. Вельможина. – М. : Горячая линия – Телеком, 2006. – 560 с.
4. Батычко, В.Т. Международное частное право : конспект лекций / В.Т. Батычко. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2011. – 97 с.
5. Евсеева, А.А. Международные перевозки : практ. пособие / А.А. Евсеева, Е.В. Сарафанова. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 413 с.
6. Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках : Закон Республики Беларусь от 14 авг. 2007 г. № 278-З (ред. Законов Республики Беларусь от 04 янв. 2010 г. № 109-З, от 04 янв. 2014 г. № 130-З, от 10 янв. 2015 г. № 242-З, от 17 июля 2017 г. № 50-З). – Минск : Амалфея, 2018. – 24 с.
7. Курганов, В.М. Международные перевозки : учебник / В.М. Курганов, Л.Б. Миротин ; под ред. В.М. Курганова. – М. : Академия, 2011. – 304 с.
8. Майборода, М.Е. Грузовые автомобильные перевозки : учеб. пособие / М.Е. Майборода, В.В. Беднарский. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 442 с.
9. Пустоветова, И.К. Международные перевозки : конспект лекций / И.К. Пустоветова. – Омск : СибаДИ, 2011. – 100 с.
10. Седюкевич, В.Н. Международные автомобильные перевозки грузов : учеб. пособие / В.Н. Седюкевич, С.А. Аземша. – Гомель : БелГУТ, 2012. – 199 с.
11. Туревский, И.С. Автомобильные перевозки : учеб. пособие / И.С. Туревский. – М. : ИД «Форум» ; ИНФРА-М, 2009. – 224 с.
12. Ершов, В.А. Международные грузоперевозки : справ. для импортеров и экспортеров / В.А. Ершов. – М. : ГроссМедиа, 2009. – 175 с.

УДК 656.073.9

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ГРУЗОВЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ В АВТОТРАНСПОРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. ЯЦЫНА, М.В. ЯЦЫНА

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Рассмотрен опыт осуществления международных грузовых перевозок в автотранспортной организации, приведены результаты анализа её системы управления международными грузовыми перевозками, указана география оказания данных услуг и сделан соответствующий вывод.

Эффективная и стабильная работа транспортной системы является важнейшим условием функционирования многоотраслевой экономики и реализации основных направлений программ развития Республики Беларусь. На сегодняшний день более 30% международных грузовых перевозок приходится на автомобильный транспорт, поэтому изучение особенностей управления такой транспортной деятельностью достаточно актуально сегодня.

Предметом исследования в данной статье выступает управление международными грузовыми перевозками в одной из автотранспортных организаций Республики Беларусь.

Цель организационно-экономической практики является приобретение современных знаний по логистике предприятия, действующего в динамически изменяющейся рыночной среде, и навыков по стратегическому и тактическому принятию логистических решений.

Одним из основных видов деятельности рассматриваемой организации являются грузовые перевозки различной номенклатуры и классификации. Грузовые перевозки подразделяются на внутренние, которые осуществляются преимущественно организацией других отраслей народного хозяйства внутри страны, и на внешние (международные), осуществляемые при пересечении государственной границы. Для расширения внутренних и международных грузоперевозок проводится модернизация подвижного состава организации. Это направление деятельности также позволяет увеличивать приток иностранной валюты в страну [1].

При анализе структуры управления рассматриваемой организации, выделен отдел перевозок и маркетинга грузового транспорта (рис. 1), занимающийся международными автомобильными перевозками.

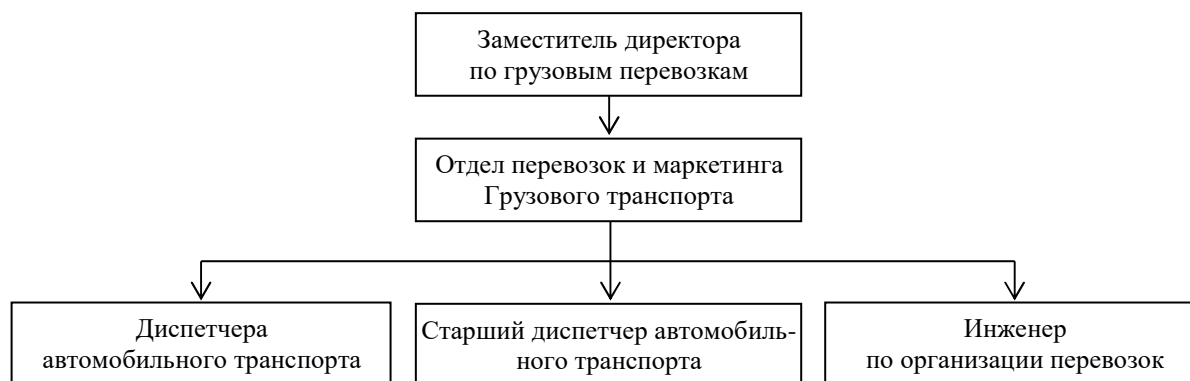


Рисунок 1. – Структура отдела перевозок и маркетинга грузового транспорта

В данной организации, управление внешними (международными) грузовыми перевозками занимается инженер по организации перевозок, в обязанности которого входят:

- разработка новых форм эффективной организации автомобильных перевозок с соблюдением требований безопасности дорожного движения и внедрение их;
- распределение автомобильного транспорта с учётом вида и рода перевозимого груза, максимального использования грузоподъемности и обеспечения сохранности груза;
- изучение специфики регионов обслуживания, проведение исследований и анализ потока грузов;
- подготовка материалов для заключения договоров и соглашений на перевозки;
- разработка мероприятий по улучшению перевозок и контроль за их реализацией;
- разработка схем маршрутной сети и расстояний перевозок;
- участие в обследовании состояния дорог, подъездных путей к местам выполнения погрузочно-разгрузочных работ, остановочным пунктам;

- контроль за режимом рабочего времени и времени отдыха водителей, выполняющих республиканские и международные перевозки;
- разработка и подготовка к утверждению дифференцированных маршрутных норм расхода топлива для подвижного состава, работающего на постоянных маршрутах;
- осуществление контроля за расходом топлива;
- контроль качества перевозок [1].

Для определения процесса управления международными грузовыми автоперевозками в исследуемой организации, авторами разработана схема данного процесса, представленная на рисунке 2.



Рисунок 2. – Схема управления международными грузовыми автоперевозками в исследуемой организации:
▶ движение материального потока; — · · · ▶ сопроводительные документы

Проанализировав рисунок 2, можно сделать вывод, что при управлении международными грузовыми перевозками автотранспортом в организации, существуют четыре ключевых звена (поставщик, заказчик, отдел перевозок и маркетинга грузового транспорта, потребитель). Отдел перевозок и маркетинга грузового транспорта работает по схеме с участием посреднических экспедиторских организаций, что существенно снижает вариативность и свободу в выборе вариантов перевозок. Помимо ключевых звеньев, в управлении международными грузовыми перевозками автотранспортом также присутствуют дополнительные звена (таможни и пограничные переходы).

Международные перевозки грузов осуществляются организацией на основе лицензии. К перевозке, грузы принимаются на основании срочных договоров и по разовым заказам. На международные перевозки, государства обмениваются разрешениями или устанавливают порядок, когда разрешения не требуются. Разрешения бывают универсальные (двусторонние, транзитные) и специальные (перевозка с превышением предельных параметров транспортного средства по габаритам, полной массе, осевым нагрузкам). На отдельные виды перевозок разрешения не требуются (при разрешенной максимальной массе транспортных средств не более 6 т или при грузоподъемности не более 3,5 т; перевозке поврежденных автомобилей; перевозке связанные со стихийными бедствиями, авариями и некоторые других случаях). Международные перевозки осуществляются на основе двусторонних межправительственных соглашений, а также действующих международных конвенций и соглашений.

Необходимыми для международной перевозки документами на груз являются:

- товарно-транспортная накладная;
- карнет TIR или другой документ таможенного оформления груза;
- страховка на груз [2, 3].

К документам на транспортное средство, необходимым для международной перевозки относятся:

- свидетельство о регистрации;
- сертификат о прохождении технических осмотров;
- страховка на транспортное средство;
- документ, подтверждающий заключение договора обязательного страхования гражданской ответственности владельца транспортного средства (договор пограничного страхования либо действительный на территории Республики Беларусь договор страхования «Зеленая карта»);
- свидетельства (сертификаты) об экологической и другой безопасности;
- разрешения (на въезд-выезд, транзитные и др.);
- путевой лист;
- документы, подтверждающие оплату за дороги, нахождение на территории, сборы и др.;
- свидетельство о допуске грузового транспортного средства к международной автомобильной перевозке грузов под таможенными печатями и пломбами;
- международный сертификат технического осмотра (при осуществлении автомобильных перевозок в государства, в которых предъявляются соответствующие требования);
- международный сертификат взвешивания грузового транспортного средства на территории Содружества Независимых Государств (при осуществлении автомобильных перевозок в государства, в которых предъявляются соответствующие требования);
- специальное разрешение на проезд тяжеловесных и (или) крупногабаритных транспортных средств по автомобильным дорогам общего пользования Республики Беларусь (при автомобильной перевозке соответствующих грузов) [4].

Транспортные средства организации, выполняющие международные грузоперевозки, имеют высокую техническую оснащенность, что позволяет рационально организовать перевозку, обеспечить высокий контроль, снижая при этом затраты на их осуществление.

Для осуществления международных автомобильных грузоперевозок, организация имеет собственный автопарк тентовых автомобилей и контейнеровозов. В его состав входит 31 автомобиля, которые отвечают всем международным нормам и правилам к международному подвижному составу. Наиболее частые международные автомобильные грузоперевозки осуществляются в Литву, Латвию и Российскую Федерацию. География грузоперевозок не ограничивается данными странами, она охватывает также такие страны, как Казахстан, Украина, Польша.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес-план развития организации за 2018 год.
2. Товарно-транспортная накладная [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 01.09.2016, 8/31227. – Режим доступа: <http://www.centr-sen.by/upload/58.pdf>. – Дата доступа: 20.09.2018.
3. Книжка МДП - Carnet TIR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurogu.net/m/articles/view/-Книжка-МДП-Carnet-TIR>. – Дата доступа: 20.09.2018.
4. Страховка на груз. Страхование грузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lfl.by/services/insurance/cargo>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 657

СОСТОЯНИЕ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Т.Р. РОМАНЧУК

(Представлено: канд. экон. наук, доц. И.И. САПЕГО)

Рассмотрено состояние пенсионной системы Республики Беларусь. Охарактеризованы виды трудовых и социальных пенсий. Указаны критерии назначения пенсий.

Пенсия – денежное обеспечение выплачиваемое человеку по достижении определенного (пенсионного) возраста, а также за выслугу лет, в случае потери трудоспособности, наступления инвалидности, потери кормильца (для нетрудоспособных граждан) и по другим основаниям.

Система пенсионного обеспечения представляет собой сложную технологическую цепь - от назначения до выплат пенсий. Сегодня в Республике Беларусь установлены два вида пенсий: трудовые и социальные.

Законом Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении» выделяют следующие виды трудовых пенсий:

- пенсии по возрасту;
- пенсии по инвалидности;
- пенсии за заслугу лет;
- пенсии за особые заслуги перед государством.

Пенсии по возрасту — это регулярные денежные выплаты из Фонда социальной защиты населения, назначаемые гражданам, достигшим определенного законодательством пенсионного возраста, при условии наличия трудового стажа, минимальный размер которого также определяется законодательством. Величина трудовой пенсии по возрасту зависит от размеров прошлого заработка.

Следует выделить следующие отличительные черты пенсии по возрасту в Республике Беларусь:

- она назначается по достижении определенного законом возраста;
- назначается лицам, имеющим достаточно длительный стаж общественно-полезной деятельности;
- пенсия по возрасту назначается пожизненно, вне зависимости от состояния трудоспособности.

Таким образом, пенсия по возрасту, это не только компенсация предполагаемого снижения способности трудиться, но – заслуженный отдых.

Право граждан на пенсионное обеспечение, в том числе по старости, гарантируется статьей 1 Закона Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении». В то же время в статье 5 настоящего Закона указывается, что право на трудовую пенсию имеют граждане, с доходов которых в период трудовой деятельности делались отчисления по государственному социальному страхованию в течение не менее чем 5 лет.

Лицам пенсионного возраста, не имеющим права на трудовую пенсию, назначается социальная пенсия на определенных законодательством условиях. Такая норма содержится в статьях 5 и 72 Закона «О пенсионном обеспечении».

Источником выплаты трудовых пенсий по возрасту является Фонд социальной защиты населения. Социальные пенсии выплачиваются непосредственно из республиканского бюджета.

С 1 января 2017 г. Указом Президента Республики Беларусь от 11 апреля 2016 г. № 137 «О совершенствовании пенсионного обеспечения» общеустановленный пенсионный возраст будет ежегодно повышаться на 6 месяцев до достижения возраста мужчинами 63 года, женщинами 58 лет.

Вопросы начисления пенсий в процентах от предыдущего заработка регулируются статьей 56 Закона. Процедура сбора и проверки сведений о заработке и иных выплатах, включаемых в расчет - соответственно статьями 57 и 58. Порядок учета сведений о трудовом стаже и нюансы его исчисления определены в статьях 51 – 54 Закона.

Пенсия по инвалидности - это ежемесячно выплачиваемое инвалидам денежное пособие.

Под инвалидом в Республике Беларусь, в данном случае, понимается лицо, физическое или психическое состояние которого создает препятствие для полноценного участия в трудовой деятельности. Состояние инвалидности определяется медико-реабилитационной экспертной комиссией (МРЭК). Статус инвалида может присваиваться пожизненно или на период до следующего пересвидетельствования. Следует заметить, что пересвидетельствование инвалидов пенсионного возраста не производится.

Как правило, при наличии нарушений здоровья, дающих право на получение статуса инвалида и, соответственно, пенсии – гражданину придется пройти через два разных по содержанию процесса:

Первый – оценка состояния здоровья экспертной врачебной комиссией. Ее главная цель – установление болезней или увечий, существенно ограничивающих работоспособность. Затем наступает оче-

редь органов соцзащиты. На основании полученной (в том числе из медицинского заключения) информации о тяжести нарушения здоровья и их причинах, а также других сведений: о трудовом стаже, предыдущих заработках, правах на льготы и дополнительные выплаты, принимается решение о назначении инвалиду пенсии и производится расчет ее размеров.

Основанием для признания инвалидности может быть:

- профессиональное заболевание или увечье, полученное при трудовой деятельности;
- заболевание общего характера или увечье, не связанное с работой;
- инвалидность с детства – т.е. признание инвалидности до наступления совершеннолетия.

В зависимости от степени утраты здоровья выделяют три группы инвалидности. Назначение соответствующей группы также устанавливаются МРЭК.

На практике часто утверждается существование рабочих и нерабочих групп инвалидности. В настоящий период это не считается правомерным. Инвалиды любой группы имеют право на труд и социальную поддержку государства при поиске рабочего места.

Назначение пенсии по инвалидности не зависит от времени и причин ее наступления.

Пенсии, ставшим инвалидами вследствие профессионального заболевания или трудового увечья, назначаются независимо от стажа работы.

Получение пенсии по инвалидности в результате общего заболевания становится возможным при наличии стажа работы на момент наступления инвалидности: от 1 года для не достигших 23 лет, до 15 лет – для лиц старше 61 года.

При наступлении инвалидности по причине общего заболевания лицам, не достигшим 20 лет, пенсия назначается независимо от стажа работы.

В Беларуси определены следующие размеры пенсии по инвалидности при наличии трудового стажа:

- инвалидам 1 группы — 75% от среднемесячного заработка;
- инвалидам 2 группы — 65%;
- инвалидам 3 группы — 40%.

Величина минимальной пенсии по инвалидности равняется: для 1 и 2 групп — 100% размеру минимальной пенсии по возрасту; по 3 группе — 50%.

При неполном стаже работы пенсия по инвалидности начисляется в размере пропорциональном стажу, но не менее 100% от минимальной пенсии по возрасту — инвалидам 1 группы, 50% — инвалидам 2 группы. При 3 группе инвалидности пенсии при неполном стаже работы не назначаются.

Не имеющим права на трудовую пенсию инвалидам, выплачиваются социальные пенсии. Определены следующие размеры такого рода пенсий:

- инвалидам 1 группы, инвалидам с детства 1 и 2 групп — 150%;
- инвалидам 2 группы — 100%;
- инвалидам 3 группы — 50% от величины минимальной пенсии по возрасту.

Согласно ст. 14 Закона Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении военнослужащих» право на пенсию за выслугу лет имеют:

- военнослужащие, проходящие военную службу по контракту, лица начальствующего и рядового состава, имеющие выслугу на военной службе и (или) на службе 20 и более лет;
- военнослужащие, проходившие военную службу по контракту, лица начальствующего и рядового состава, достигшие на день увольнения с военной службы или со службы предельного возраста состояния на военной службе или на службе, имеющие выслугу лет с учетом стажа работы 25 и более календарных лет, из которых не менее 12 лет и 6 месяцев составляют военная служба и (или) служба.

Пенсии за выслугу лет назначаются указанным лицам при увольнении с военной службы или со службы по возрасту, болезни, сокращению штатов или ограниченному состоянию здоровья после увольнения с военной службы или со службы.

Пенсии за выслугу лет назначаются в следующих размерах:

- военнослужащим, проходившим военную службу по контракту, лицам начальствующего и рядового состава, имеющим выслугу 20 и более лет: за выслугу 20 лет — 50 %, а уволенным в отставку по возрасту или болезни — 60 % соответствующих сумм денежного довольствия; за каждый год выслуги свыше 20 лет — 3 % соответствующих сумм денежного довольствия, но всего не более 75 % этих сумм;
- военнослужащим, проходившим военную службу по контракту, лицам начальствующего и рядового состава, имеющим выслугу лет с учетом стажа работы 25 и более календарных лет, из которых не менее 12 лет и 6 месяцев составляют военная служба и (или) служба: за выслугу лет с учетом стажа работы 25 лет — 50 % соответствующих сумм денежного довольствия; за каждый год выслуги с учетом стажа работы свыше 25 лет — 1 % соответствующих сумм денежного довольствия, но всего не более 75% этих сумм.

Размер пенсии за выслугу лет увеличивается: принимавший участие в период прохождения военной службы или службы в работах по ликвидации последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС

в пределах зоны эвакуации (отчуждения) или занятым на эксплуатации или других работах на указанной станции (в том числе временно направленным или командированным) в период с 26 апреля по 31 мая 1986 г. – на 15 %; с 1 июня по 31 декабря 1986 г. – на 10 %; в 1987–1989 гг. не менее 20 суток, а также прослужившим в зонах первоочередного отселения и последующего отселения не менее трех лет – на 5%.

Увеличивается размер пенсии и пенсионерам, получающим пенсии за выслугу лет, достигшим возраста, дающего право на получение пенсии по возрасту на общих основаниях, размер пенсии за выслугу лет увеличивается за каждый год стажа работы (со дня увольнения с военной службы или со службы до дня достижения пенсионного возраста), — на 1 % соответствующих сумм денежного довольствия, но всего не более 75 % этих сумм.

Пенсии за выслугу лет не могут быть ниже 150 % установленного законодательством Республики Беларусь минимального размера пенсии по возрасту.

К пенсии за выслугу лет, назначаемой военнослужащим, проходившим военную службу по контракту, лицам начальствующего и рядового состава (в том числе к исчисленной в минимальном размере), начисляются надбавки на уход:

- инвалидам I группы — 100 % минимального размера пенсии по возрасту;
- пенсионерам, достигшим 80-летнего возраста, а также другим одиноким пенсионерам, нуждающимся по заключению медико-реабилитационных экспертных комиссий (МРЭК) или врачебно-консультационных комиссий (ВКК) в постоянной посторонней помощи, — 50 % минимального размера пенсии по возрасту.

Исчисление выслуги лет для назначения пенсий военнослужащим, проходящим военную службу по контракту, лицам начальствующего и рядового состава осуществляется с соблюдением следующего порядка:

- в выслугу лет для назначения пенсий, исчисляемую в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь, засчитываются военная служба, служба на должностях начальствующего и рядового состава, служба в партизанских отрядах и соединениях, время работы в государственных органах и иных организациях с оставлением на военной службе или в кадрах органов внутренних дел, органов и подразделений по чрезвычайным ситуациям, органов финансовых расследований Комитета государственного контроля Республики Беларусь, время пребывания в плену, если пленение не было добровольным и военнослужащий, находясь в плену, не совершил преступления против государства или Родины, время содержания под стражей и отбывания наказания военнослужащих, лиц начальствующего и рядового состава, необоснованно привлеченных к уголовной ответственности или репрессированных и впоследствии реабилитированных;

- периоды прохождения военной службы и службы засчитываются в выслугу лет для назначения пенсий на соответствующих льготных условиях и при обстоятельствах, определенных законодательством Республики Беларусь;

- наряду с военной службой и службой в Республике Беларусь в выслугу лет для назначения пенсий засчитываются военная служба и служба, в том числе на льготных условиях, в бывшем СССР и в государствах – участниках Содружества Независимых Государств, а также служба лиц начальствующего и рядового состава в органах внутренних дел Латвийской Республики, Литовской Республики и Эстонской Республики до 1 января 1993 г.

Кроме того, при исчислении выслуги лет для назначения пенсий соответствующим категориям военнослужащих, проходившим военную службу по контракту за пределами Республики Беларусь на территории других государств — участников Содружества Независимых Государств, наряду со льготными условиями зачета военной службы по контракту в выслугу лет для назначения пенсий, установленными законодательством Республики Беларусь, применяются также льготные условия зачета в выслугу лет их военной службы по контракту за границей в отдаленных, высокогорных местностях и местностях с неблагоприятными условиями, установленные законодательством государств, на территории которых они проходили военную службу по контракту.

Выслуга лет для назначения пенсий, исчисленная в соответствии с ранее действовавшим законодательством, с введением в действие Закона Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении военнослужащих» и в последующем при возобновлении выплаты пенсии перерасчету в сторону уменьшения не подлежит.

Пенсия за особые заслуги перед Республикой Беларусь (далее - пенсия за особые заслуги) является видом трудовой пенсии, предусмотренной статьей 4 Закона РБ от 17.04.1992 № 1596-ХП «О пенсионном обеспечении» (далее – Закон). Пенсия за особые заслуги назначается гражданам, проживающим на территории Республики Беларусь.

Назначение пенсии за особые заслуги производится в соответствии с Положением о пенсиях за особые заслуги перед Республикой Беларусь, утвержденным постановлением Совета Министров Респуб-

лики Беларусь от 30.03.1993 № 185 (в редакции постановлений Совета Министров Республики Беларусь от 13.10.2011 № 1367 и от 08.09. 2012 № 833).

Согласно указанному пункту пенсия за особые заслуги назначается:

- Героям Беларуси, Героям Советского Союза, Героям Социалистического Труда;
- гражданам, награжденным орденами Отечества трех степеней, орденами «За службу Родине» трех степеней, орденами Славы трех степеней, орденами Трудовой Славы трех степеней, орденами «За службу Родине в Вооруженных Силах СССР» трех степеней;
- гражданам, награжденным тремя и более орденами Республики Беларусь и (или) СССР;
- женщинам, родившим и воспитавшим девять и более детей и награжденным одной из следующих государственных наград СССР или Республики Беларусь: орденом Матери, медалью «Медаль материнства», орденом «Материнская слава», орденом «Мать-героиня»;
- гражданам, удостоенным почетных званий Республики Беларусь, БССР или СССР (народный, заслуженный);
- лауреатам Государственных премий Республики Беларусь, БССР, Ленинской и Государственной премий СССР;
- гражданам, занимавшим высшие государственные должности Республики Беларусь, членам Правительства Республики Беларусь, председателям облисполкомов и Минского горисполкома – после прекращения ими работы в указанных должностях;
- победителям и призерам Олимпийских, Паралимпийских, Дефлимпийских игр, чемпионам мира и Европы;
- командирам, комиссарам, начальникам штабов партизанских бригад и отрядов.

ЛИТЕРАТУРА

1. О пенсионном обеспечении : Закон Респ. Беларусь от 17 апреля 1992 г.
2. О совершенствовании пенсионного обеспечения : Указ Президента Респ. Беларусь № 137 от 11 апр. 2016 г.
3. Бохан, В.Ф. Пенсионное законодательство Республики Беларусь / В.Ф. Бохан. – Минск : Дикта, 2003. – 432 с.
4. Каралева, Г. Социальная защита: вчера, сегодня, завтра / Г. Каралева // Человек и труд. – 2008. – № 6. – С. 16–21.

УДК 656.073.29

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК КАК ДРАЙВЕР СОЗДАНИЯ
КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. ДОМКИНА

(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Рассмотрены вопросы управления цепями поставок для создания конкурентного преимущества субъектов хозяйствования. Отражены конкурентные преимущества, получаемые при управлении цепями поставок и достигаемый эффект.

Управление цепями поставок становится действенным инструментом повышения эффективности компаний. Стремительное развитие рынка, ужесточение конкуренции, требование улучшения качества сервиса клиентов, ставят перед компаниями новые задачи. Чтобы сохранить конкурентоспособность и усилить свои преимущества, современному предприятию необходимо оптимизировать все процессы создания стоимости от поставки сырья до сервисного обслуживания конечного потребителя. Для решения этих задач руководство предприятий обращается к SCM-решениям.

SCM-решения создают оптимальные планы использования существующих технологических линий, подробно расписывающие, что, когда и в какой последовательности надо изготавливать с учетом ограничений мощностей, сырья и материалов, размеров партий и необходимости переналадки оборудования на выпуск нового продукта. Это помогает добиться высокого удовлетворения спроса при минимальных затратах.

Практика показывает, что благодаря управлению цепями поставок, предприятия получают ряд конкурентных преимуществ, которые представлены на рисунке 1.

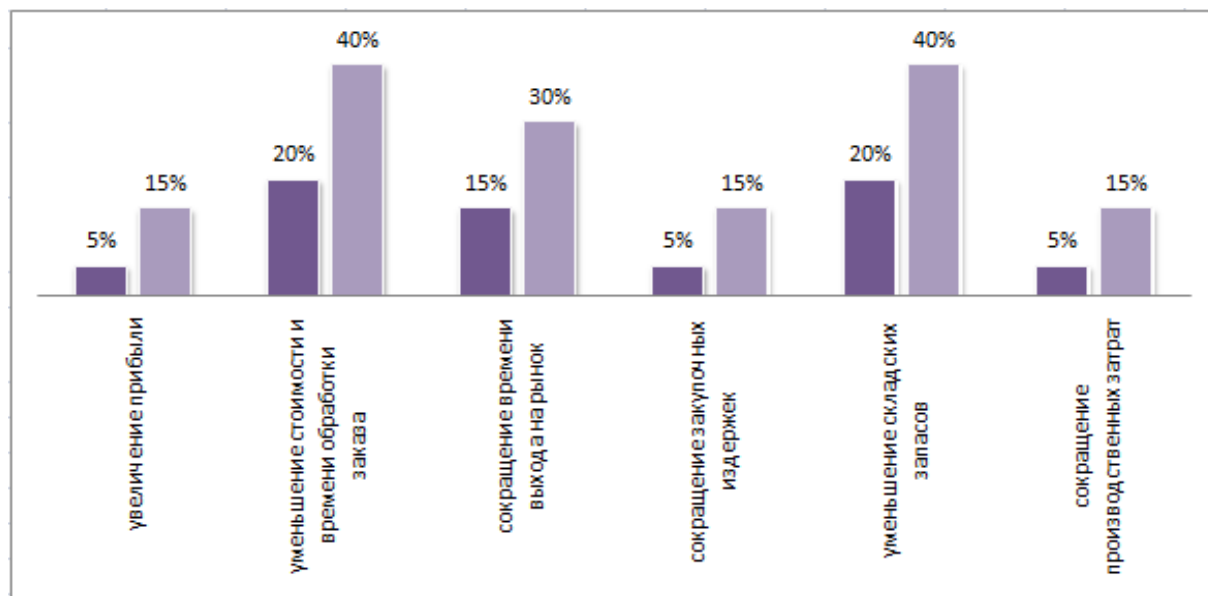


Рисунок 1. – Конкурентные преимущества при управлении цепями поставок

Источник: собственная разработка на основании изученной литературы

В свою очередь стоит отметить, что все перечисленные конкурентные преимущества достигаются за счет своевременности, достоверности и оптимизации всех процессов.

Таким образом, исходя из данных рисунка 1, можно сказать, что управление цепью поставок позволяет достичь таких конкурентных преимуществ, как:

- увеличение прибыли от 5% до 15%;
- уменьшение стоимости и времени обработки заказа от 20% до 40%;
- сокращение времени выхода на рынок от 15% до 30%;
- сокращение закупочных издержек от 5% до 15%;

- уменьшение складских запасов от 20% до 40%;
- сокращение производственных затрат от 5% до 15% [1].

Отлаженная система поставок помогает совершенствовать систему планирования, оптимизировать складские запасы, осуществлять своевременные поставки, обеспечивать соответствие предложения спросу, снижать затраты и, как следствие, увеличивать рыночную стоимость организации.

Эффективность управления цепями поставок в обобщенном виде можно представить как совокупность трёх видов эффекта, которые представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. – Виды эффекта от управления цепью поставок

Источник: собственная разработка на основании изученной литературы

Рассмотрим каждый из представленных видов эффекта более подробно.

Рыночный эффект. Управление цепью поставок позволяет достигать долгосрочные конкурентные преимущества, которые возникают благодаря, например, возможности предприятий-участников цепи концентрироваться на выполнении основных видов деятельности, сокращении рыночных рисков с помощью эффективной координации в цепи и постоянного потока информации. Последовательная направленность процессов на клиентов и их желания обуславливает возможность увеличения уровня обслуживания и удовлетворения клиентов. Совокупная координация в цепи поставок дает возможность сокращать время выполнения заказа и поставки, увеличивать уровень доверия и лояльность со стороны потребителей.

Внутрифирменный эффект. Благодаря оптимизированным прогнозам потребностей, поддержанных информационно-технической базой, а также постоянному обмену информации о мощностях и возникающих «узких местах», система управления цепью поставок создает прозрачность информации о количестве запасов, объемах сбыта, сроках выполнения заказов и т.д. Это дает возможность существенно сократить запасы, повысить производительность и эффективность инфраструктуры, оптимизировать размеры партий поставок, повысить уровень обслуживания и, наконец, эффективность управления потоками на всей протяженности цепи поставки.

Эффект (выгода) для поставщиков. В рамках управления цепью поставок при ориентации на клиентов использование информационных технологий позволяет освоить новые рынки, что дает возможность поставщикам расширять существующие границы рынка.

Эффективная координация внутрифирменных и межорганизационных процессов с описанными выше потенциальными преимуществами выступает в качестве важного фактора существенного сокращения затрат на процессы по всей цепи поставок [2].

Эффективность функционирования цепей поставок, с одной стороны характеризуется устойчивостью, под которой понимается неизменность ее целевых показателей. С другой стороны, для организаций в цепи поставок актуальной является проблема создания механизма изменения структуры логистической цепи, сопровождающееся сменой ее основных параметров, решение которой позволяет осуществлять контроль и координацию выполнения логистических функций участниками цепей поставок [3, с.38].

Современным пониманием эффективности цепей поставок является проектирование таких цепей поставок, которые характеризовались бы высоким уровнем экономической эффективности и необходимым уровнем устойчивости. В настоящее время участники цепей поставок осознают необходимость не только внутренней интеграции потоковых процессов, но и координации между процессами других хо-

звляющихся единиц цепи поставок: поставщиками и потребителями в целях обеспечения обслуживания клиентов цепи на более высоком уровне и с меньшими издержками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление цепочками поставок (SCM) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hetnet.ru/business/solutions/20/>. – Дата доступа: 07.09.2018.
2. Концепция управления цепью поставок и потенциалы преимущества с позиции интегрального менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/7323/>. – Дата доступа: 07.09.2018.
3. Смирнова, Е.А. Управление цепями поставок: учеб. пособие / Е.А. Смирнова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 120 с.

УДК 656.073.29

**МЕСТО И РОЛЬ ТРАНСПОРТА В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК
ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ****А.В. ДОМКИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Отражены место и роль транспорта в обеспечении эффективности управления цепями поставок продукции предприятий, которые пользуются транспортными услугами на аутсорсинговой основе. Даны характеристики основных групп транспорта, выявлены задачи транспортного обеспечения цепей поставок и охарактеризованы способы перевозки грузов.

Транспортное обеспечение логистики решает задачи, связанные с перемещением грузов различными транспортными средствами. Место и роль транспорта в управлении цепями поставок оцениваются по затратам на транспортировку сырья, материалов, готовой продукции, так как они являются преобладающими в структуре логистических издержек предприятия. Транспорт оказывает значительное влияние на затраты в сфере основной деятельности предприятий, которые пользуются транспортными услугами на аутсорсинговой основе.

Место и роль транспорта в повышении экономической эффективности основной деятельности предприятий наглядно проявляются в применении технологии «точно вовремя» (Just in time). При доставке требуемых грузов в заранее установленные сроки не требуется содержание складского хозяйства. Это экономит затраты на использование земельных площадей, строительство зданий, оплату персонала, приобретение технологического оборудования, и ускоряется оборачиваемость инвестируемого капитала. Вместе с тем, работа по жесткому расписанию увеличивает нагрузку на управленческий аппарат по планированию, контролю и диспетчеризации поставок. В случае непредвиденных сбоев в нарушении графика перевозок, участники несут значительные финансовые потери. Если грузоотправитель не успел подготовить груз к перевозке в оговоренное время, то он всё равно оплачивает использование транспорта, как если бы перевозка состоялась [1, с. 128].

Чем значительнее номенклатура грузов, чем шире география распределения и чем больше количество потребителей, тем сложнее организовать единый технологический процесс доставки грузов потребителям и тем выше эффект от разработки и внедрения логистических технологий управления цепями поставок. Усложнение процесса управления цепями поставок происходит за счет операций контейнеризации, пакетирования, формирования грузовых единиц. Усложняются и операции планирования маршрутов, выбора транспортных средств, учёта, контроля и анализа. На пути груза к потребителю создаются распределительные центры, выполняющие комплекс логистических операций.

Отмечая место и роль транспорта в управлении цепями поставок, стоит указывать на то, что благодаря транспорту, логистический процесс товародвижения, начиная от поставщиков сырья и материалов, охватывая различного рода посредников, и заканчивая потребителями готовой продукции, трансформируется в единую логистическую цепь, а транспорт становится неотъемлемой частью единого транспортно-производственного процесса. В этой цепи основные функции транспорта заключаются в перемещении грузов и их хранении.

В первую очередь принципы логистики применены при перевозке массовых грузов (например, нефтепродуктов) на технологических маршрутах между отправителями и получателями.

По назначению выделяют две основные группы транспорта:

1) транспорт общего пользования, оказывающий транспортные услуги владельцам грузам на коммерческой основе;

2) транспорт, принадлежащий владельцам грузам и обеспечивающий их потребности в перевозках.

К основным задачам транспортного обеспечения цепей поставок относят:

- выбор транспортно-технологической схемы доставки;
- выбор перевозчика, включающий в себя определения вида транспорта, оператора перевозки (транспортно-экспедиционного предприятия) и типа транспортного средства;
- согласование транспортного процесса с работой склада;
- размещения грузов внутри транспортного средства;
- маршрутизация перевозок и контроля движения груза в пути;
- обеспечения сохранности груза во время перемещения;
- совместное планирование различных видов транспорта, в случае мультимодальных перевозок [2].

Предприятия-владельцы груза используют в своей деятельности два основных способа перевозок:

- 1) мультимодальный – перевозка грузов последовательно двумя или более видами транспорта;
- 2) унимодальный – перевозка грузов только одним видом транспорта.

Терминологию в области транспортировки грузов в настоящее время нельзя считать полностью устоявшейся.

Для перевозки несколькими видами транспорта используют также следующие термины:

– интермодальная перевозка – грузовладелец заключает договор на весь путь следования с одним лицом, называемым оператором перевозки, а грузовая единица при этом не подлежит переформированию;

– смешанная перевозка – перевозка не более чем двумя видами транспорта;

– комбинированная перевозка – перевозка двумя или несколькими видами транспорта с обязательным участием автомобильного, который подвозит груз на максимально короткое расстояние к магистральному виду транспорта.

Смешанные перевозки (перевозки не более чем двумя видами транспорта) бывают раздельные и прямые. При раздельной перевозке имеется последовательное взаимодействие участников транспортного процесса, отсутствует единая тарифная ставка фрахта, а сама перевозка производится по нескольким транспортным документам. При прямой смешанной перевозке, грузовладелец заключает договор с первым перевозчиком, который действует от своего имени и от имени следующего перевозчика другим видом транспорта [1, с.142].

Таким образом, транспорт охватывает всю цепь поставок от производителя до конечного потребителя, а также играет значительную роль в структуре формирования логистических издержек.

ЛИТЕРАТУРА

1. Миротин, Л.Б. Международные перевозки: учебник / Л.Б. Миротин, В.М. Курганов ; под ред. Л.Б. Миротина. – 2-е изд., стер. – М. : Академия, 2013. – 304 с.
2. Роль транспорта в цепи поставок товара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/249192/rol_transporta_tsepi_postavok_tovara. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК 658.78.011.1

**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ
В ОАО «НАФТАН» И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ****К.Ю. ФОМИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Отражена последовательность процедуры принятия решений по управлению запасами на предприятии, указаны воздействия на процесс регулирования материальных запасов. Выявлены проблемы, препятствующие эффективному управлению материальными запасами, предложены пути их решения для обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

Наличие материальных запасов позволяет предприятию обеспечивать устойчивость ассортимента продукции, осуществлять определённую ценовую политику, повышать уровень обслуживания покупателей. Всё это требует поддержания на предприятии оптимального уровня запасов по всем номенклатурным позициям. Запасы предприятия находятся в постоянном движении и обновлении. Конечной стадией их движения является потребление. Для поддержания запасов всех видов на оптимальном уровне, необходима чёткая налаженная система управления ими. Оптимальный уровень запасов означает такое положение, когда отсутствуют излишки запасов или их дефицит.

Уровень запасов и издержки на их хранение должны быть оптимальными и обеспечивать равномерную работу производственной, транспортной и складской систем.

Политика управления запасами состоит из решений: что заказывать, когда и в каких объемах и где размещать запасы.

Процедура принятия решений по управлению запасами на предприятии осуществляется в следующей последовательности:

- 1) планирование потребности в запасах на определенный период;
- 2) определение общих затрат по управлению запасами за данный период (год);
- 3) структуризация и контроль запасов;
- 4) регулирование запасов;
- 5) определение оптимального размера заказа и интервала времени между заказами;
- 6) выбор оптимальной системы управления запасами.

Основным методом регулирования запасов является их нормирование, то есть установление нормы запасов на определенный период (квартал, год).

Процесс регулирования материальных запасов связано также с нарушениями нормального функционирования системы управления ими из-за следующих возмущающих воздействий:

- изменение объема потребления;
- задержка или ускорение поставки;
- неполная поставка;
- поставка завышенного объема;
- ошибки учета фактического объема запаса, приводящие к росту или занижению размера заказа.

Эти возмущающие воздействия приводят либо к дефициту запасов, либо к дефициту складских площадей. В первом случае, необходимо регулировать уровень гарантийного запаса, во втором – уровень максимально желательного запаса. Для расчета данных параметров, соответствующие специалисты должны знать величину или размер оптимального заказа.

После проверки документов прихода и расхода материальных ценностей в начале месяца, следующего за отчетным, бухгалтер в ОАО «Нафтан» формирует следующие отчеты: сальдовая ведомость, оборотная ведомость, приход на балансовые счета, расход с балансовых счетов, ведомость расшифровки налога на добавленную стоимость (для складов), отчет по импорту (для складов), журнал учета первичных поступлений, реестр валютных поступлений (для складов), реестр приобретенных основных фондов (для складов), проводки (приход), проводки (расход), проводки износа (для кладовых).

Проводки передаются в баланс не позже 10 числа месяца, следующего за отчетным. Для формирования проводок используются справочники: шифры затрат операций, не зависящие от балансовых счетов, шифры затрат операций, зависящие от балансовых счетов, шифры износа для проводок, включаемые балансовые счета (в проводки отклонений), справочник статей затрат для общепроизводственных расходов, справочник балансовых счетов для общепроизводственных расходов.

При внесении новых операций или внесении новых балансовых счетов, изменениях учетной политики на предприятии бухгалтер корректирует эти справочники. Бухгалтер ежемесячно в последних чис-

лах месяца заносит информацию в справочник «Коэффициенты отклонений». По этому справочнику начисляются транспортно-заготовительные расходы.

По приказу руководства бухгалтер по складам и кладовым 1 раз в год формируются инвентаризационные ведомости.

По результатам инвентаризации в комплексной автоматизированной системе учета движения материальных ценностей формируются сличительные ведомости. По излишкам и недостатке, указанным в сличительной ведомости, кладовщик оформляет служебные записки прихода-расхода и приходует-расходует материалы по этим запискам [1].

Затраты, связанные с управлением запасами, в своем стоимостном измерении представляют собой главную составляющую издержек на логистику в целом и включают в себя: затраты на закупку, затраты на пополнение запаса, затраты на содержание запаса.

Затраты на закупку запаса – расходы финансовых ресурсов на непосредственную закупку товарно-материальных ценностей запаса у поставщика.

Затраты на пополнение запаса представляют собой расходы материальных, финансовых, информационных, трудовых и других видов ресурсов, необходимых для обеспечения пополнения запаса. Они включают затраты, возникающие при планировании, осуществлении и контроле закупки. Затраты на пополнение запаса связаны с деятельностью подразделений, участвующих в принятии и реализации решений о пополнении запаса в целях обеспечения предполагаемой или заявленной потребности. К таким подразделениям относятся отдел маркетинга, продаж (или коммерческий отдел), производственные подразделения, отделы закупок, логистики, информационных технологий, бизнес-аналитики, планово-экономический отдел, управленческого учета, финансов, бухгалтерия и др.

Затраты на содержание запаса представляют собой расходы материальных, финансовых, информационных, трудовых и других видов ресурсов, необходимых для обеспечения сохранности и поддержания качества товарно-материальных ценностей, находящихся в запасе на определенной территории или на транспортном средстве. Указанные затраты связаны с деятельностью складского хозяйства, выполняющем работу непосредственно с физическим запасом.

В отличие от других логистических издержек затраты, связанные с запасами, не находят полного отражения в балансе организации и в отчете о прибылях и убытках. Статья «Запасы» находится в разделе активов баланса. Затраты, связанные с запасами, не имеют отдельной статьи отражения. Между тем финансовые средства, вложенные в запасы, отвлекаются от других направлений инвестиций организации. Издержки, связанные с обслуживанием созданных запасов, отрывают финансовые ресурсы от иных видов деятельности. Экономия на запасах, таким образом, существенно отражается на общих результатах бизнеса. Следовательно, затраты, связанные с запасами, изменяют финансовое положение организации и требуют учета и анализа.

Необходимо учитывать, что снижение уровня наличных запасов снижает затраты на содержание запаса, но требует увеличения затрат на размещение заказов и транспортные расходы. Следовательно, решение об уровне запаса должно сопровождаться комплексной оценкой изменения связанных с этим решением статей затрат не только в сфере логистики, но и в иных областях деятельности организации.

Определение целевых показателей движения запаса (скорости обращения и времени оборота и др.), обеспечивающих заданные уровни обслуживания потребителей и рентабельности логистической системы, также основывается на данных о затратах. Для правильного учета всех аспектов работы с запасами, связанными с финансовыми результатами деятельности организации, необходимо знать состав соответствующих статей затрат [2, с.609].

Изучив практические аспекты управления запасами в ОАО «Нафтан» можно выделить общие признаки стратегии дополнительного резерва, при которой гарантия потребностей обеспечивается за счёт создания дополнительного резерва материальных ценностей. Однако, на предприятии отсутствует конкретная методика расчёта резервного количества единиц хранения на складах.

В свою очередь, стратегия управления запасами должна базироваться на реализации конкретной системы управления ими. Контроль за состоянием запасов и формирование заказа в ОАО «Нафтан» осуществляется периодически по системе оперативного управления. Через определенный промежуток времени принимается оперативное решение – «заказывать» или «не заказывать». Если заказывать, то какое количество единиц товара. Данная система хорошо работает в условиях, когда можно с достаточной степенью уверенности предугадать размер спроса, что нехарактерно для управления материальными запасами в ОАО «Нафтан». В противном случае, неожиданно возросший спрос в период между заказами может увести логистическую систему предприятия в дефицитное состояние.

В результате анализа системы управления материальными запасами в ОАО «Нафтан», выделены две её основные проблемы:

1) отсутствие единообразия в наименованиях товарно-материальных ценностей, вследствие чего невозможно точно определить потребление определённого вида товарно-материальных ценностей за конкретный промежуток времени, а соответственно, и рассчитать нормы запаса;

2) отсутствие единой оптимальной стратегии и, соответственно, системы управления материальными запасами и правильного расчёта их параметров с учётом непредвиденных изменений на рынке.

С целью совершенствования системы управления материальными запасами в ОАО «Нафтан», предлагаются следующие пути решения выявленных проблем:

1) выявление миссии в системе управления складским хозяйством предприятия, целей и ограничений по их достижению;

2) совершенствование информационного обеспечения складского хозяйства путём создания бюро нормативно-справочной информации, ответственного за ведение справочника товарно-материальных ценностей;

3) разработка оптимальной системы управления материальными запасами путём дифференцированного подхода к группированию запасов товарно-материальных ценностей на основе методов ABC- и XYZ-анализа;

4) определение методики расчёта необходимых параметров для каждой из групп запасов товарно-материальных ценностей с учётом выбранной системы управления;

5) определение размера необходимого запаса, то есть нормы запаса;

6) внедрение стратегии управления материальными запасами на основе выбранной системы.

Успешная реализация предложенных путей повышения эффективности управления материальными запасами будет способствовать улучшению работы складского хозяйства, повышению его рентабельности и обеспечению финансовой устойчивости предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Технологический регламент обработки информации в системе КАС УМТУ на ОАО «Нафтан» : утв. гл. бухгалтером ОАО «Нафтан», 2011 г. // Квант-АС. Беларусь / ОАО «Нафтан», Отдел АСУ. – Новополоцк, 2011.
2. Логистика : учебник / В.В. Дыбская [и др.] ; под ред. В.И. Сергеева. – М. : Эксмо, 2009. – 944 с.

УДК 658.78.011.1

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НОРМИРОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ
НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ****К.Ю. ФОМИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)*

Рассмотрены методы нормирования материальных запасов на предприятии и дана их краткая характеристика. Изложена методика определения норм расхода материальных запасов на предприятии. Указано на то, что от совершенствования нормирования материальных запасов будут зависеть увеличение объемов производства, повышение качества выпускаемой продукции и снижение материалоемкости на предприятии.

Нормирование является фактором, способствующим повышению эффективности использования материальных ресурсов. Это процесс определения норм их расхода, достаточной для нормального протекания производственного процесса. Под нормой расхода материальных ресурсов понимают предельно допустимую величину сырья, материалов, топлива, энергии, которая может быть потрачена для выпуска единицы продукции (выполнения определенной работы) определенного качества при определенных организационно-технических условиях. Таким образом, нормы расхода материальных ресурсов регламентируют величину производственных затрат материалов, сырья, полуфабрикатов, топлива, энергии. Это относится и к нормированию материальных запасов.

Управление материальными запасами заключается в решении двух основных задач:

- определение размера необходимого запаса, т.е. нормы запаса, и частоты его пополнения;
- создание системы контроля за фактическим размером запаса и своевременным его пополнением в соответствии с установленной нормой.

Норма запасов представляет собой их расчетный минимальный уровень, который должен быть на складе предприятия для обеспечения бесперебойного снабжения производства продукции или реализации товаров.

Для определения нормы запасов используют три группы методов: эвристические методы, методы технико-экономических расчетов и экономико-математические методы.

Эвристические методы предполагают использование опыта специалистов, которые изучают отчетность за предыдущий период, анализируют рынок и принимают решения о минимально необходимых запасах, основанные, в значительной степени, на субъективном понимании тенденций развития спроса. В качестве специалиста может выступать работник предприятия, постоянно решающий задачу нормирования запасов. В этом случае метод решения задачи называется опытно-статистическим. Если используется опыт сразу нескольких специалистов, то их субъективные оценки ситуации анализируются по специальному алгоритму, проверяются на непротиворечивость и трансформируются в окончательное решение, близкое к оптимальному. Такой метод называется методом экспертных оценок.

Методы технико-экономических расчетов заключаются в разделении совокупного запаса в зависимости от целевого назначения на отдельные группы, например, номенклатурные или ассортиментные позиции. Затем для этих групп отдельно рассчитываются страховой, текущий и сезонный запасы. Каждый из этих уровней также может быть разделен на более мелкие составляющие, например, страховой запас на случай нарушения поставок, или страховой запас на случай увеличения спроса и т.д. Методы технико-экономических расчетов позволяют довольно точно определять необходимый размер запасов, но отличается большой трудоемкостью. Такой подход используется также в системе планирования материальных ресурсов.

Экономико-математические методы позволяют определять норму запаса на основе построенных математических моделей управления запасами, либо с помощью методов экстраполяции прогнозировать будущий запас на основе темпов изменения и тенденций в образовании и запасах в предыдущем периоде [1, с. 36].

Расчет норматива производственных запасов осуществляется в разрезе отдельных их видов по назначению (текущий, подготовительный, страховой и сезонный) с широким привлечением для этого фактических данных предприятия по организации материально-технического снабжения за ряд лет. Исходными материалами для расчетов служат статистические отчеты об остатках товарно-материальных ценностей, оборотные ведомости по учету движения материалов, сальдовые книги и другие оперативные учетные данные.

В теоретическом аспекте, нормирование производственных запасов, трактуется в упрощенном варианте на основе использования годовых средневзвешенных показателей в условных цифрах и интерва-

лах. Тогда как расчетный метод, являющийся основой нормирования производственных запасов, предполагает глубокий и всесторонний анализ фактических данных об остатках материалов и динамики их движения за ряд лет.

Величина текущего запаса равна плановому интервалу поставки, а норма его принимается равной половине интервала между поставками. Средний текущий запас вдвое меньше максимального, так как он должен быть обеспечен в середине интервала между двумя поставками [2, с. 128].

Средний текущий запас $S_{\text{тек}}$ рассчитывается по формуле (1):

$$S_{\text{тек}} = P_{\text{сут}} * t, \quad (1)$$

где $P_{\text{сут}}$ – среднесуточное потребление материальных ресурсов;
 t – интервал поставки.

Среднесуточное потребление материальных ресурсов $P_{\text{сут}}$ рассчитывается по формуле (2):

$$P_{\text{сут}} = P_{\text{год}}/360 = P_{\text{квартал}}/90 = P_{\text{месяц}}/30, \quad (2)$$

где $P_{\text{год}}$, $P_{\text{квартал}}$, $P_{\text{месяц}}$ – годовая, квартальная и месячная потребность в материальных ресурсах соответственно.

Средний плановый интервал между двумя поставками определяется делением величины плановой партии поставки на среднесуточное потребление конкретного типосортразмера материала в плановом году.

Интервал поставки $t_{\text{н}}$, если он зависит от минимальной нормы отпуска материалов, определяется по формуле (3):

$$t_{\text{н}} = B/P_{\text{сут}}, \quad (3)$$

где B – минимальная норма отпуска материала;

Интервал поставки $t_{\text{тр}}$, при помощи грузоподъемности транспортных средств, осуществляющих перевозку, определяется по формуле (4):

$$t_{\text{тр}} = G / P_{\text{сут}}, \quad (4)$$

где G – грузоподъемность транспортных средств.

Средневзвешенный интервал поставки $t_{\text{взв}}$ рассчитывается по формуле (5):

$$t_{\text{взв}} = \Sigma(t_{\text{ф}} * P_{\text{п}}) / \Sigma P_{\text{п}}, \quad (5)$$

где $t_{\text{ф}}$ – фактический интервал за прошлый период;
 $P_{\text{п}}$ – размер партии.

Для расчета средневзвешенной партии поставки суммируется поступление материальных ресурсов по всем ее формам.

Величина страхового запаса $Z_{\text{стр}}$ в натуральном выражении принимается равной 25% от максимального отклонения уровня запаса перед поставками от его среднего значения, а в относительном выражении, определяется делением нормы запаса в натуральном выражении на среднесуточное потребление в анализируемом году, по формуле (6):

$$Z_{\text{стр}} = \Sigma P * (t'_{\text{ф}} - t_{\text{ср}}) * P_{\text{п}} / \Sigma P', \quad (6)$$

где $t'_{\text{ф}}$ – фактические интервалы, которые превышают средний интервал поставки;
 $t_{\text{ср}}$ – средний интервал между поставками;
 P' – величина партии, которая соответствует интервалу поставки $t'_{\text{ф}}$.

Подготовительный запас связан с предварительной подготовкой материалов к производственному потреблению. Сезонный запас образуется в условиях сезонного производства и потребления материалов или при сезонном функционировании транспорта по доставке грузов. Оба этих запаса Z рассчитываются по принципу прямого счета по формуле (7):

$$Z = P_{\text{сут}} * t_{\text{пр}}, \quad (7)$$

где $P_{\text{сут}}$ – среднесуточный расход материальных ресурсов в подготовительный или сезонный период;
 $t_{\text{пр}}$ – интервал, длительность в перерыве между поступлением и расходом материальных ресурсов.
При наличии сезонного запаса надобность в страховом запасе исключается.

В настоящее время одним из главных направлений совершенствования нормирования запасов материальных ресурсов является повышение точности расчетов с учетом математической зависимости их величины от основных нормообразующих факторов.

Величина запасов материальных ресурсов находится в определенной зависимости от величины потребности, хотя и прямой пропорции в их росте не должно быть. Изучение этой зависимости по отдельным видам материальных ресурсов может способствовать значительному совершенствованию действующих методов нормирования производственных запасов материальных ресурсов во всех их разновидностях. Для этого существуют модели зависимости величины запасов от количества поставок в определенный период времени, и нормы запасов материальных ресурсов в натуральных измерениях в зависимости от потребности в материалах.

Известно, что результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия во многом зависят от состояния и скорости движения находящихся у него запасов материальных ценностей, соответствия их размеров действительной потребности, научно обоснованным нормативам.

Образование сверхнормативных и излишних запасов, связанное с привлечением дополнительных денежных ресурсов, обуславливает использование внеплановых источников, как из других статей собственных средств, так и за счет роста кредиторской задолженности и увеличения банковского кредита. Это в свою очередь, приводит к нарушению расчетно-финансовой дисциплины предприятия, снижает её рентабельность и влияет на систему распределения продукции.

Иногда предприятие, располагая избытком источников собственных средств, для наиболее полного обеспечения производства материалами допускает образование их, равным полугодовым и даже годовым потребностям. Тем самым, неосознанно создаются условия для замораживания и замедления оборота средств производства на предприятии. Для устранения подобных недостатков большое значение имеет установление оптимальных норм производственных запасов.

Таким образом, совершенствование нормирования производственных запасов, улучшение показателей оборачиваемости, ускорение продвижения материальных ресурсов до мест потребления и уменьшение уровня их запасов во всех звеньях народного хозяйства, будут способствовать увеличению объемов производства, повышению качества выпускаемой продукции и последовательному снижению материалоёмкости на предприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. – 79 с.
2. Филонов, Н.Г. Логистика : учеб. пособие / Н.Г. Филонов. – Томск : Том. пед. ун-т, 2008. – 250 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 003.62+7.016.4

СИМВОЛ И ОРНАМЕНТ КАК ОСНОВА МИРОПОНИМАНИЯ ЧЕЛОВЕКА

М.А. САВЧЕНКО

(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)

Осмысливаются значения символа в культуре и философии. Орнамент – особый способ передачи информации от поколения к поколению, закодированная в символах история народа, олицетворяющая особенности культур различных стран. Многие орнаменты, теряя смысловое наполнение, становятся декоративными, некоторые хранят в себе историческое значение, позволяя понять заложенные в них значения традиционных культур.

Символом может являться знак явления, изображение, предмет, значение каких-то идей, событий, понятий, даже действие. Символы окружают нас повсюду, они играют важную роль в повседневном человеческом существовании. Понятие «символ» шире, чем может показаться на первый взгляд. Символизм как философское учение рассматривает символ в качестве центрального понятия существования мира. Символизм – область человеческой мысли, позволяющая человеку постигать истину, понимать действительность.

Символы существуют столько, сколько люди мыслят и выражают свои мысли. Современный человек привык общаться с другими посредством речи, которая представляет собой совокупность знаков и символов в различных формах. Древние люди, описывая свою жизнь, пользовались другими, древними знаками и символами, сохранившимися до нашего времени и помогающими нам сейчас понять, чем жили наши предки. Древние символы часто связаны с верованиями именно потому, что раньше люди пытались объяснять все явления, которые их окружают, с помощью сверхъестественного. Возможно, современному человеку сложно понять такое поведение, однако оно являлось таким же естественным тогда, как наша повседневная речь естественна для нас сегодня. Карл Густав Юнг считал: «Для современного ума аналогии – даже если это аналогии с наиболее неожиданными символическими значениями – являются не чем иным, как очевидным абсурдом. Многие современные люди не понимают предков, однако их образ мыслей играл важную роль в течение столетий». [1, с. 36].

В каждом уголке Земли существуют свои особенности символического способа передачи информации, однако в них есть и схожие черты. Доподлинно неизвестно, как именно и где появились символы и символические традиции различных стран. Хуан Эдуардо Керлот в своем словаре символов рассуждал о том, что энергия и интерес, которые сейчас человечество посвящает науке, технологии и информации, древние люди отдавали религии, мифологии, верованиям. По его мнению, символическое значение какого-либо явления соединяет практическое с духовным, человеческое с космическим, беспорядок с порядком, случайное с причинным, поскольку оно является составной частью такого понятия, как Вселенная, которое без этих, более широких значений было бы бессмысленным плюрализмом [2, с. 9]. Символ для Керлота – не просто важный компонент действительности, а единственный возможный способ познания сущего.

Размышляя на тему символического понимания окружающей нас реальности, многие философы, учёные, исследователи задавались вопросом взаимосвязи понятия исторического и символического, их тождественности. На эту тему размышляли многие, в том числе Мирч Элиаде – румынский, французский и американский философ, философ культуры, религиовед, историк религий, этнограф и писатель [3]. Он считал, что символизм добавляет дополнительную ценность объекту или действию, не нарушая, таким образом, его непосредственного «исторического» содержания. Однажды употреблённый, символ превращает объект или действие в «открытое» событие: символическая мысль открывает двери непосредственной для нас реальности, но не ослабляя и не аннулируя ее. Человек в первобытном обществе стал осознавать себя в мире, широко открытом и многозначном, однако не ясно, являются ли эти «открытия» способом ухода от действительности, ими, с другой стороны, они предлагают единственно возможный путь признания реальности этого мира [4, с. 42]. Так, символический аспект не отрицает наличие исторического, не исключает исторического ровно на столько же, насколько исторический аспект не исключает символический. Можно сказать, символизм и историзм дополняют друг друга. Символ можно назвать универсальным хотя бы по той причине, что он выходит за рамки истории со своей глубинно-

стью и эстетической составляющей, но в тоже время символы всегда относятся к определённым периодам в истории, поэтому они по сути своей одновременно и историчны.

Юнг связал символы с бессознательной частью человеческого мышления, он считал, что они действуют в качестве преобразователей, их функция состоит в том, чтобы превращать «низшую» форму либидо в «высшую». В данном случае речь идет не об унаследованных идеях, а о врожденной предрасположенности вырабатывать параллельные образы [5, с. 71]. Так, Юнг подтверждает преобразовательную, развивающую человеческое мышление функцию символа. Эти функции могут отражаться в развитии культуры и эстетической составляющей символов. Одним из примеров такого развития можно назвать орнаментное искусство, развивающееся с древних времен.

Орнамент – это живописное, графическое или скульптурное украшение из сочетания геометрических, растительных или животных элементов. Орнамент (лат. ornamentum – украшение) – узор, основанный на повторе и чередовании составляющих его элементов; предназначается для украшения различных предметов (утварь, орудия и оружие, текстильные изделия, мебель, книги и так далее), архитектурных сооружений (как извне, так и в интерьере), произведений пластических искусств (главным образом прикладных), у первобытных народов также самого человеческого тела (раскраска, татуировка) [6].

Происхождение такого вида узоров до наших времен остается загадкой, орнаментика начинает свою историю так давно, что современные историки и ученые могут лишь догадываться, предполагать и выдвигать гипотезы о том, что подталкивало людей создавать подобное. Ещё со времен палеолита люди воплощали реальность в формах и символах. Большое значение в генезисе и дальнейшем развитии орнамента имели эстетические общественные потребности: ритмическая правильность обобщённых мотивов была одним из ранних способов художественного освоения мира, помогающим осмыслить упорядоченность и стройность действительности. Не только ритм, свойственный многим процессам жизнедеятельности человека и природным явлениям, но и другие закономерности, несомненно, были отражены в орнаментальных мотивах: закон равновесия, когда одно может быть равно множеству, тройственность мира, невероятно значимое явление в мироощущении древних, присутствующая в орнаментальном знаке, имеющем центр, среднюю часть и периферию [6].

Таким образом, по мнению классиков философии и культурологи, орнаменты хранят в себе тайны истории народа, эстетическую составляющую и творчество, передают нам атмосферу и особенности культур различных стран, переплетаются с религиями. Многие со временем теряют свой первоначальный смысл, становясь декоративными, некоторые хранят в себе историческое значение, позволяя и сейчас прочитать и понять заложенные в них смыслы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Jung, Carl Gustav. Psychology and Alchemy / Carl Gustav Jung. – Collected Works, 12. – London, 1953.
2. Керлот, Х.Э. Словарь символов / Эдуардо Хуан Керлот. – М. : REFL-book, 1994. – 608 с.
3. Марча Элиаде [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D0%B0%D0%B4%D0%B5_%D0%9C%D0%B8%D1%80%D1%87%D0%B0. – Дата доступа: 18.04.2018.
4. IMAGES AND SYMBOLS. – Studies in Religious Symbolism MIRCEA ELIADE. – New York, 1952.
5. Jung, C.G. Symbols of Transformation / C.G. Jung. – Collected Works, 5. – London, 1956.
6. Орнамент [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>. – Дата доступа: 18.04.2018.

УДК 7.016.4+658.827+659.154+658.788.4

**МИРОВОЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИОННОГО ОРНАМЕНТА
ПРИ ОФОРМЛЕНИИ УПАКОВКИ ТОВАРОВ****М.А. САВЧЕНКО***(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)*

Тенденция использования традиционных символов на упаковках существует в различных регионах мира. Цель – выделение продукта на международном рынке среди аналогичных ему за счет подключения в маркетинговые коммуникации неэкономических факторов, культурных и патриотических компонентов мотивации потребителя. В статье рассматривается использование традиционной орнаментики при оформлении упаковок в Великобритании, Греции, России, Индии и ряде Африканских государств.

В современном мире – мире глобализации, динамичного бизнеса, сложных моделей производства, информационной насыщенности и конкуренции большого количества товаров, предприятия и деятели рынка одинаково обеспокоены снижением приверженности потребителей торговой марке. Это возникает в результате роста числа доступных товаров и активизации мер по стимулированию сбыта. Производители стараются мобилизовать все силы на поиск и внедрение наиболее эффективных способов продвижения товаров и услуг. Различные корпорации во всем мире используют самые разные методы для привлечения внимания к своему продукту, одним из таких методов является использование истории для продвижения бренда и его связи с национальной культурой и традициями. Во многих странах это делается с помощью использования в маркетинге и брендинге традиционной орнаментики на упаковках товаров: элементы древних символов орнаментики часто встречаются на упаковках абсолютно разных товаров в разных странах. Такие направления развития в сферах дизайна и маркетинга создают благоприятную почву для подкрепления самосознания народа и его единства, национальный дух поддерживается с помощью «коллективной памяти». Такая «коллективная память» представляет собой общие переживания, которые прививают общенациональное чувство единства. Все эти эмоции передаются от поколения к поколению, чтобы наши последователи также чувствовали единство и важность истории.

Великобритания – одна из стран, в которой орнаментика активно используется при оформлении упаковок товаров. Ярким примером орнаментики и традиционных узоров Великобритании является шотландский тартан, также известный как «шотландская клетка», он используется как основной рисунок традиционной одежды шотландцев – килта [1]. Тартан – это шерстяная клетчатая ткань, из которой изготавливают килт и другие предметы национальной одежды. Существуют тартаны разных цветов, у предков современных шотландцев по цвету килта определялось, к какому из кланов принадлежит человек, именно поэтому тартан всегда играл особую роль как маркер, выражающий индивидуальность и особенность, отличие одних людей от других. На сегодняшний день самыми популярными тартанами являются «Каледония», «Блэк Уотч», «Дресс Кэмпбелл», «Барберри», «Дресс Гордон», «Роял Стюарт».

Примером использования национальной британской орнаментики на упаковке являются многие сорта виски, в частности «Tartan». Его можно встретить на прилавках магазинов Великобритании и не только. На упаковке этого напитка используется клетка «Роял Стюарт» – самая популярная клетка среди всех видов тартана на сегодняшний день, которая представляет собой пересечение широких бордовых и узких синих, жёлтых, белых полос на красном фоне. Вследствие широкого пропагандирования шотландского тартана в массовой культуре, тартан стал узнаваемым и часто используемым рисунком, а широко развитая политика позиционирования региональных брендов Великобритании на национальном рынке и не только позволяет ему играть роль идентификатора, выделяющего шотландскую продукцию среди иной.

Греция – страна, в которой на упаковках товаров также используются традиционные орнаментальные сочетания, некоторые из которых не теряют свою популярность до сих пор. Один из таких символов – меандр – распространённый тип орнамента, известный ещё со времён палеолита. Меандр был особенно популярен в Древней Греции, откуда распространился на амфорах и одежде по всему античному миру.

Меандр, в силу своей распространённости в современном мире, моментально отсылает к греческой культуре. Сегодня в моде ювелирные украшения, одежда с меандром, греческим орнаментом часто украшают как интерьеры, так и экстерьеры зданий. Популярность меандра приводит к созданию дизайнерами множества интерпретаций и вариаций этого типа орнамента [2]. Не исключение – упаковки и этикетки различных товаров. Одним из множества напитков, на этикетке которого используется меандр, является «Метакса» – греческий крепкий алкогольный напиток, известный во всем мире.

Производители напитка «МЕТАХА», используя на своей упаковке меандр, ассоциируют продукт с Грецией и её культурой, а в сочетании с цветами, шрифтом и в целом дизайном упаковки, меандр создает весьма очевидную отсылку к античной атмосфере.

Русская культура также богата на народные промыслы и связанные с ними орнаментные сочетания, многие из них начали зарождаться еще в древности. В русской культуре существуют орнаменты и рисунки, связанные с защитой, красотой, семьей, здоровьем и другими важными для предков современных россиян понятиями. Известные народные русские промыслы «Гжель», «Жостовская роспись», «Хохлома» с развитием общества и культуры трансформируются, сейчас многие из таких узоров являются опознавательными знаками какой-либо местности, в которой данный промысел был придуман и распространён.

На упаковках товаров российского производства покупателю часто удастся увидеть дизайн, связанный с народными промыслами, орнаментными сочетаниями и культурой России. Примерами таким товаров являются пельмени. Этот факт объясняется тем, что пельмени смело можно назвать неотъемлемой частью русской национальной кухни. На упаковках пельменей производители используют «хохлому» – настоящий старинный русский народный промысел, родившийся еще в XVII веке в селе Хохлома [3]. Сейчас «хохломой» называют декоративную роспись по дереву, для которой характерны черные, красные иногда зеленые узоры на золотистом фоне. Ее родина и место прописки Нижегородская область [4].

Использование традиционных мотивов и рисунков на упаковках именно пельменей как блюда национальной русской кухни создает отсылку к истокам русской культуры. Возникает ассоциация с экологичностью продукта, принт заставляет потребителя подумать, что именно эти «Русские пельмени» – те самые, дошедшие до наших времен, настоящие русские пельмени.

Индия не является исключением в сфере использования национальной орнаментики на упаковках товаров. Орнамент используется в Индии повсеместно: расписная посуда, ткани и постельное белье, одежда и аксессуары, декор и интерьеры, даже для татуировок хной «мехенди» используются традиционные для разных регионов этого субконтинента орнаментные сочетания. Особенностью Индии в этой сфере является пёстрость и яркость (нет одного или двух главных цветов, используются минимум 7 главных цветов и абсолютно любые другие цвета в качестве дополнительных) в сочетании с глубокими смыслами всех символов.

Наиболее известный индийский орнамент – это «пейсли» (рус. «огурец»). Коренные жители Индии именуют его «бута». Этот рисунок самый древний из ныне известных, сегодня его истинный смысл неизвестен, однако по одной из версий такие узоры изображают языки пламени, которые олицетворяют жизнь человека. «Пейсли» символизирует развитие, динамичность и энергию.

Кроме «пейсли» в Индии популярны растительные узоры, особенно популярные в той части страны, где распространён ислам. Индия – многоконфессиональная страна, а мусульманам запрещено изображать лик Аллаха, людей или животных, поэтому в регионах, где преобладает исламское вероисповедание, растительные узоры встречаются чаще. Наиболее популярный растительный мотив – это изображение лотоса, почитаемого и священного для жителей Индии цветка. Он символизирует творческое начало, мудрость и гармонию.

Индия входит в тройку крупнейших производителей чая на мировом рынке, именно поэтому на упаковках «национального» продукта индийские узоры и орнаменты встречаются очень часто. Орнамент в данном случае является отличительным знаком качественного чая, выращиваемого в Индии на протяжении многих столетий, он отсылает потребителя к неповторимой индийской культуре и ассоциируется с традициями и методами выращивания и изготовления индийского чая, проверенными веками.

Примерами конкретных производителей являются Bagan Fresh, использующий «пейсли» на упаковках своего натурального зелёного чая и Blue Mountains, использующий «пейсли» и растительный орнамент на упаковках чая Нилгири – уникального сорта индийского чая (этот сорт выращивается в Индии уже не один век, его можно смело назвать традиционным).

Африканская орнаментика отличается тем, что во многих племенах на Африканском континенте не теряет актуальности в прямом её употреблении до наших дней, она может быть связана как с обыденной жизнью людей, так и с их религиозными обычаями. Африканские орнаменты и узоры находят свое применение в одежде, на телах людей во время праздников, войн, обрядов и других важных мероприятий.

Адинкра – набор пиктографических символов, традиционных для группы народов ашанти. Каждый символ представляет собой понятие или афоризм. Символы адинкра часто используются на местных тканях и керамических изделиях, производящихся и распространяющихся среди аканских народов в гос-

ударствах Гана и Кот-д'Ивуар. Среди народов ашанти символы пользуются широкой известностью и являются частью местной культурно-этнической идентичности [5].

В силу слабости развития дизайна, экономики и экспорта и общих тенденций глобализации нельзя сказать, что на Африканском континенте часто используется самобытный орнамент для выделения африканского продукта на рынке среди конкурентов, однако несколько примеров в развитых отраслях производства существует. Различные масла – это именно тот продукт, который популярен в сфере экспорта. Кокосовое масло ERA-KING использует на своей упаковке символ ABE DUA, или «пальма». Пальма имеет непосредственное отношение к данному продукту, кроме того она символизирует богатство и долголетие. Также примером стильного использования традиционной орнаментики и её символов является упаковка шоколада Divine Chocolate. На упаковках шоколада используются символы Adinkra, которые действительно делают продукцию более привлекательной и современной. Там можно увидеть символы ADINKRANENE, AKOMA, NANSE NTONTAN и другие [6].

Каждое искусство наполнено своим, неповторимым глубинным смыслом, имеет свои отличительные черты. Ярким маркером национальной идентичности является традиционная орнаментика, приобретающая невероятную популярность в современном мире. Она используется повсеместно для различных целей, в том числе в сфере маркетинга, продаж, продвижения, дизайна. Элементы орнамента могут использоваться для усиления национальных патриотических чувств, осознания единства, для выделения своего товара на рынке, для того, чтобы подчеркнуть традиционность через использование национальных орнаментальных символов, для выделения собственной продукции на национальном рынке среди конкурентов или для выделения и четкой маркировки продукции на международном рынке. В целом, исходя из масштаба использования традиционной орнаментики в различных странах и количества фирм и компаний, которые на национальных и международных рынках стремятся выделить свою продукцию именно методом использования региональной или национальной орнаментики, символики, узоров, можно смело сделать вывод, что тенденция использования традиционных символов и орнаментов на упаковках – мировая тенденция, которая существует и развивается в различных регионах мира, имея при этом свои, локальные особенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Килт [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D0%BB%D1%82#%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F>. – Дата доступа: 19.04.2018.
2. Греческий орнамент [Электронный ресурс] // Grekomania. – Режим доступа: <https://www.grekomania.ru/greek-articles/ancient-greece/303-grecheskij-ornament>. – Дата доступа: 22.04.2018.
3. Разнообразие и значение традиционного русского орнамента [Электронный ресурс] // Ethnoboho. – Режим доступа: <http://ethnoboho.ru/slavyanskiy/drevnie-sekrety-russkogo-narodnogo-ornamenta.html>. – Дата доступа: 22.04.2018.
4. Хохлома [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%85%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0>. – Дата доступа: 23.04.2018.
5. Адинкра [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%80%D0%B0>. – Дата доступа: 24.04.2018.
6. Официальный сайт компании Divinechocolate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.divinechocolate.com/uk/>. – Дата доступа: 25.04.2018.

УДК 339.138

**СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА:
ОСНОВНЫЕ ПРИЁМЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОНЦЕПЦИИ
В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ****М.А. БЕЛОУСОВА***(Представлено: А.А. ЯРМОЦ)*

Рассматривается использование концепции сенсорного маркетинга как инструмента для продвижения брендов. Передача информации о товаре или услуге и воздействие на потребителя происходит путём влияния на пять органов чувств человека – зрение, слух, обоняние, осязание и вкус. Приёмы сенсорного маркетинга более эффективны по сравнению с традиционными маркетинговыми приёмами.

Сегодня маркетологи всё чаще замечают, что всем известные маркетинговые приёмы перестают работать, а традиционные технологии – приносить ожидаемые результаты. Они постепенно приходят к выводу о том, что прошло то время, когда потребитель прислушивался к рекламе. Современный потребитель стал более опытным и устойчивым к уловкам маркетологов. Традиционные способы продвижения товаров и услуг теряют свою эффективность, т.к. они в значительной степени обращены на их функциональные свойства и преимущества. В результате чего специалисты в сфере маркетинговых коммуникаций постепенно приходят к концепции сенсорного маркетинга, который в настоящее время является одним из самых современных и наиболее эффективных способов продвижения брендов.

Сенсорный маркетинг – это относительно новое понятие в сфере маркетинговых коммуникаций. Он представляется собой современный инструмент продвижения бренда. Основной задачей такого типа маркетинга является воздействие на чувства покупателей, на их эмоциональное состояние. Идея использования человеческих чувств в концепции маркетинга берет своё начало в середине XX века. Целью сенсорного маркетинга является создание приятной атмосферы для покупателя, которая бы способствовала принятию решения о покупке. Создание комфортной атмосферы значительно увеличивает время пребывания клиента в местах непосредственного контакта с брендом, выгодно выделяет продукцию бренда на фоне остальных и повышает её ценность. Согласно концепции сенсорного маркетинга, передача информации о товаре или услуге и воздействие на потребителя происходит путём влияния на пять органов чувств человека – зрение, слух, обоняние, осязание и вкус. Поэтому часто сенсорный маркетинг называют «маркетингом чувств». Основными инструментами сенсорного маркетинга можно считать цвета и свет, различные звуки и музыку, запахи и вкусы, формы и текстуры. Технологии сенсорного маркетинга направлены в первую очередь на чувства и эмоциональное состояние потребителей, а не на использование товара и его характеристик.

В зависимости от того, на какой из органов чувств направлено воздействие выделяют следующие приёмы сенсорного маркетинга:

1. Визуальные маркетинговые приёмы.

Основными компонентами визуальных маркетинговых приёмов являются такие факторы, как цвета, свет и форма представления, которые являются одними из первых способов идентификации, дифференциации и узнаваемости бренда и его продукции [1, с. 10]. Многие бренды связывают себя с определённым цветом. Знание свойств цветов и особенностей их воздействия на человека, позволяет достаточно успешно воздействовать на потребителя и его эмоции. Свет также является основным компонентом создания визуального образа бренда. Это в основном связано с использованием света в точках продаж бренда. Помимо упаковки и оформления интерьера места продажи, необычный цвет самого продукта тоже способен подкупать покупателя.

2. Аудиомаркетинговые приёмы.

Основными компонентами аудиомаркетинговых приёмов являются такие факторы, как музыка, звуки и шум [1, с. 9]. Различные звуковые эффекты способны вызывать самые сильные ассоциации и яркие эмоции, а также оказывать воздействие на поведение покупателя [2, с. 76]. Сегодня редко можно встретить торговую точку без музыкального оформления. Одни торговые точки используют музыку для устранения тишины, а другие используют определённое звуковое оформление, необходимое для непосредственного воздействия на покупателя. Благодаря грамотно подобранному звуковому фону, создаётся атмосфера для совершения спонтанных покупок или более продолжительного пребывания посетителей в магазинах, кафе и т.п. Выбор музыкального оформления напрямую зависит от концепции торговой точки, ассортимента товара, потенциальных потребителей и целей владельцев [2, с. 75]. Также значимую роль в формировании образа бренда играет создание музыкального слогана или музыкального логотипа.

Множественное повторение конкретной информации и определённого звукового сигнала запоминается и формирует у потребителя ассоциации с тем или иным брендом [3, с. 84].

3. Аромаркетинговые приёмы.

На сегодняшний день наиболее популярным способом воздействия на потребителя становятся аромаркетинговые приёмы, основными компонентами которых являются такие элементы, как натуральные и искусственные запахи [1, с. 9]. Запахи способны надолго сохранять эмоции в памяти человека. Трудность в применении аромаркетинговых приёмов заключается в том, что восприятие запахов носит достаточно индивидуальный характер. Наиболее популярным способом воздействия на покупателя на местах продаж является ароматизация помещений. Такой аромаркетинговый приём способствует увеличению времени пребывания клиентов в торговом зале, повышению настроения, усилению впечатлений от посещения торговой точки и приобретённого товара, повышению готовности приобрести товар [3, с. 85].

4. Вкусовые маркетинговые приёмы.

Вкусовые маркетинговые приёмы достаточно тесно связаны с аромаркетинговыми. Считается, что человек воспринимает четыре основных вкуса: сладкий, горький, кислый, солёный. Всё остальное – это сочетание вкуса и запаха. Человек может подвергаться воздействию аромата без вкуса, но практически невозможно попробовать что-то, не почувствовав запах [4, с. 24]. С целью продвижения товара и привлечения внимания покупателей, потребители зачастую используют дегустацию. Это во многом связано с тем, что потребитель склонен приобретать те товары, которые ему знакомы, поэтому такой приём пользуется успехом как способ представления продукции бренда.

5. Тактильномаркетинговые приёмы.

Основными компонентами тактильномаркетинговых ощущений являются такие элементы, как текстурирование и фактурирование фирменной продукции и её упаковки, свойства и качество используемых материалов, а также создание комфортного для клиентов температурного режима на местах продаж [1, с. 9]. Многие производители уделяют огромное внимание созданию оригинальной упаковки, уникальной текстуры материалов, которые бы выгодно выделяли их товар на общем фоне. Важное место в формировании тактильных ощущений занимают и такие свойства, как вес, размеры и эргономика использования продукта. Тактильные ощущения могут быть разнообразными, т.к. в основном они возникают в результате комплексного восприятия.

Эффективность концепции сенсорного маркетинга связана с тем, что в сравнении с традиционными технологиями маркетинга, сенсорные манипуляции над людьми менее очевидны и осознаваемы. Тесная связь сенсорного маркетинга с социальными, психологическими и нейронауками позволяет дать объяснение его эффективности не только на экономическом уровне, но и на физиологическом и социальном уровнях [1]. Маркетологи стремятся достичь наиболее полного погружения потребителя в мир бренда и тем самым стимулировать спонтанные покупки. Так, использование музыкального сопровождения повышает готовность приобрести товар примерно до 65%, приятное визуальное оформление – до 46%, ароматические эффекты – до 40%, приятная на ощупь упаковка – до 26%, а вкус – до 23% [4]. Если сложить все эти показатели, то можно заметить, что использование приёмов сенсорного маркетинга увеличивает готовность покупателя приобрести товар на 200%.

Помимо положительных оценок эффективности сенсорного маркетинга, его технологии подвергаются критике из-за своего поверхностного и манипулятивного характера. Тем не менее значимость сенсорного маркетинга достаточно высока в установлении коммуникации между производителем и потребителем. Грамотное сочетание приёмов сенсорного маркетинга позволяет производителю найти свой путь к успеху и завоевать место на современном рынке.

Таким образом, сенсорный маркетинг является одним из наиболее эффективных инструментов продвижения бренда и формирования его образа. Используя приёмы сенсорного маркетинга по отдельности или все сразу, маркетологи создают прочную эмоциональную связь с потребителем, которая обеспечивает успешность бренда, позволяет создать его уникальный и узнаваемый образ.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Valenti, C. Marketing Dissertation: The concept of Sensory Marketing / C. Valenti, J. Riviere. – Halmstad: Högskolan i Halmstad, 2008. – 54 с.
2. Линдстром, М. Neurology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя / М. Линдстром ; пер. с англ. Е. Фалюк. – М. : Эксмо, 2010. – 240 с.
3. Ульяновский, А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума / А.В. Ульяновский. – М. : Эксмо, 2008. – 356 с.
4. Lindstrom, M. BRAND sense: Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound / M. Lindstrom. – New York : Free Press, 2005. – 238 с.

УДК 339.138

**СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА:
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ НА ПРИМЕРЕ МИРОВЫХ БРЕНДОВ,
ОЦЕНКА ПОЛОЖЕНИЯ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГА В БЕЛАРУСИ****М.А. БЕЛОУСОВА***(Представлено: А.А. ЯРМОЦ)*

В данной статье рассматривается использование концепции сенсорного маркетинга как инструмента для продвижения брендов. Многие всемирно известные бренды используют приёмы сенсорного маркетинга для продвижения своих товаров и услуг. Для Беларуси данная концепция является относительно новым явлением в сфере маркетинговых коммуникаций.

Сегодня специалисты в сфере маркетинговых коммуникаций всё чаще замечают, что всем известные маркетинговые приёмы перестают работать, а традиционные технологии – приносить ожидаемые результаты. Современный потребитель стал более опытным и устойчивым к уловкам маркетологов. Традиционные виды маркетинга постепенно теряют свою эффективность. Это связано с тем, что они в значительной степени обращены на функциональные свойства и преимущества товаров и услуг. В результате чего специалисты в сфере маркетинговых коммуникаций постепенно приходят к концепции сенсорного маркетинга.

Согласно концепции сенсорного маркетинга, передача информации о товаре или услуге и воздействие на потребителя происходит путём влияния на пять органов чувств человека – зрение, слух, обоняние, осязание и вкус. Эти пять органов чувств образуют эмоции, напрямую связанные с памятью. Поэтому часто сенсорный маркетинг называют «маркетингом чувств».

Считается, что очень сильный бренд должен использовать все пять каналов чувственного восприятия человека. Такие «мультисенсорные бренды» могут устанавливать более высокие цены на свои товары по сравнению с брендами, которые воздействуют на меньшее количество органов чувств для привлечения потребителей. [1, с.70] Однако, бренду необязательно использовать все пять органов чувств, чтобы стать мультисенсорным. Такой бренд возникает тогда, когда мы воспринимаем больше, чем одно сенсорное ощущение во время потребления того или иного продукта. [2, с. 48]

В Европе и США технология сенсорного маркетинга активно применяется на протяжении значительного числа лет. Многие мировые известные бренды обращаются к технологии сенсорного маркетинга с целью привлечения внимания к себе и своей продукции.

Для создания узнаваемого логотипа многие компании используют фирменные цветовые сочетания, которые призваны вызывать те или иные ассоциации. К таким брендам относятся «Milka», «Face-book», «Starbucks», «McDonald's», «Fanta», «Victoria's secret», «UPS», «Chanel» и другие. Ярким примером использования визуальных приёмов сенсорного маркетинга является продукция компании «Coca-Cola». Красно-белое оформление логотипа бренда является одним из самых узнаваемых. В сознании потребителей напитков компании «Coca-Cola» ассоциируется именно с таким сочетанием цветов. Неизменное использование именно такой цветовой гаммы в сочетании с формой бутылки создаёт знакомый многим визуальный образ продукции компании «Coca-Cola».

Необычный цвет продукта также может способствовать привлечению внимания со стороны покупателей. Ярким примером является компания «Heinz», которая с помощью изменения привычного цвета кетчупа добилась наивысшего уровня продаж за всю историю существования бренда. В 2001 г. компания «Heinz» выпустила кетчуп зелёного цвета EZ Squirt Blastin'Green, который по своим вкусовым качествам ничем не отличается от вкуса привычного всем красного кетчупа.

Одним из самых ярких примеров использования аудиомаркетинговых приёмов для создания образа бренда является фирменный звук компании-производителя электронных устройств и компьютерных компонентов «Intel». Мелодия, которая используется в рекламе бренда «Intel» является знакомой для потребителя с 1998 г. и отличается своей узнаваемостью и неизменностью. Многочисленные исследования не раз показывали, что потребители запоминают мелодию компании «Intel» даже лучше, чем её логотип. [3]

В качестве ещё одного примера создания фирменного звукового образа является фирменная мелодия телефонов компании «Nokia», которая является настоящим лицом бренда и остаётся узнаваемой по всему миру. Использование простых нот и несложная мелодия является характерной чертой фирменной мелодии бренда. Свой фирменный рингтон также существует у серии смартфонов американской компании «Apple Inc.», который является хорошо узнаваемым даже среди тех людей, которые не являются

пользователями продукции данной компании. В последнее время своё уникальное звучание также начинает приобретать продукция компании «Samsung».

Примером использования специальных звуковых эффектов для создания атмосферы в точках продаж является опыт всемирно известного производителя спортивной одежды и обуви, американской компании «Nike». Данной компанией было открыто несколько торговых центров, где были озвучены все торговые павильоны, в которых можно было услышать различные звуки, характерные для того или иного вида спорта.

Одним из примеров использования ароматических приёмов является использование уникального аромата торговой сетью «Zaга» для ароматизации торговых помещений. Для создания ароматического образа используется своеобразный перцовый сладковатый запах, который идеально дополняет интерьер и прекрасно сочетается с видом кожаных курток, пиджаков, джинсами и другой продукцией бренда.

Нестандартный способ воздействия на вкусовые ощущения потребителя без надобности покупки продукта предложил бренд компании «Coca-Cola». «Fanta» предложила покупателям съесть рекламную листовку, чтобы узнать новый вкус напитка. Рекламный текст был напечатан на рисовой бумаге оранжевого цвета, которую можно было смело попробовать на вкус [4].

Кроме вышеуказанных компаний и брендов, в качестве примеров можно назвать такие бренды, как «Disney», «KFC», «American Express», «Mercedes-Bens», «Microsoft», «Rolls-Royce Motor Cars», «McDonald's» и многие другие.

Для Беларуси сенсорный маркетинг – это относительно новое явление в сфере маркетинговых коммуникаций. Но несмотря на то, что применение технологий сенсорного маркетинга в Беларуси значительно ограничено в сравнении с другими странами, тем не менее его инструменты находят своё применение. Самыми распространёнными на данный момент являются инструменты арома- и аудиомаркетинга, которые чаще всего применяются в крупных торговых центрах, фирменных торговых сетях, кафе и ресторанах. По данным компании Market Music, которая занимается предоставлением услуг сенсорного маркетинга в России и Беларуси, в число её клиентов входит несколько белорусских компаний, таких как сеть гипермаркетов «Белмаркет», салон обуви Axis, спортивно-оздоровительный клуб «Мир фитнеса», белорусский производитель обуви холдинг «Марко», книжный магазин «OZ», сеть ресторанов «Василькі», оператор мобильной связи «Velcom» [5]. Такое положение сенсорного маркетинга можно объяснить множеством факторов. Самой распространённой является проблема, связанная с неспособностью многих компаний внедрить технологии сенсорного маркетинга даже на время, не говоря уже о длительном периоде. Кроме того, внедрение технологии сенсорного маркетинга требует немалых финансовых затрат. Большинство белорусских компаний и брендов отдают предпочтение привычным рекламным и маркетинговым приёмам, таким как рекламные акции, скидки, SMS-рассылка, радио- и телереклама, наружная реклама (баннеры и билборды) и т.п.

Таким образом, на примере использования концепции сенсорного маркетинга мировыми брендами, а также в ходе оценки положения сенсорного маркетинга в Беларуси можно сделать вывод, что данный вид маркетинга является востребованным в современном мире и приносит свои результаты, не смотря на трудности, связанные с внедрением данной технологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Lindstrom, M. BRAND sense: Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound / M. Lindstrom. – New York : Free Prees, 2005. – 238 с.
2. Eriksson, E., A Multi-Sensory Brand-Experience / E. Eriksson, N. Larsson. – Smaland : Linnaeus University, 2011. – 86 с.
3. Intel | Data Center Solutions, IoT, and PC Innovation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>. – Дата доступа: 20.04.2018.
4. Fanta предлагает покупателям съесть рекламную листовку, чтобы узнать новый вкус напитка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://popsop.ru/50816>. – Дата доступа: 20.04.2018.
5. Market Music [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://market-music.com.ru/>. – Дата доступа: 03.05.2018.

УДК 159.955.1

ФОРМИРОВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БРЕНДА**М.А. БЕЛОУСОВА, В.А. ГОЛУБЕВА***(Представлено: канд. ист. наук, доц. С.В. АНДРИЕВСКОЙ)*

Рассматриваются психологические механизмы формирования эмоциональной привлекательности бренда. Взаимодействие с брендом основывается на психологическом процессе, управляя которым, можно добиться значительного усиления в трех плоскостях, связанных с брендом: когнитивном, аффективном и побудительном.

Маркетологи всё чаще замечают, что всем известные маркетинговые приёмы перестают работать, а традиционные технологии – приносить ожидаемые результаты. Они постепенно приходят к выводу о том, что прошло то время, когда потребитель прислушивался к рекламе. Именно поэтому они обращают внимание на формирование брендов.

Любой продукт представляет собой комплекс сигналов, уникальная комбинация которых проецирует в сознание некий образ. Бренд – это не только физический компонент, это большое множество неосознаваемых и порой бессознательных интерпретаций явлений и процессов. Основной целью концентрации всех действий и усилий по созданию бренда будет являться формирование непротиворечивого положительного отношения к бренду [1, с. 4].

С точки зрения потребителя, положительная роль бренда заключается в том, что он, указывая на конкретные потребительские свойства товаров и услуг, существенно упрощает процесс их выбора. Однажды попробовав и запомнив марку понравившейся продукции, потребитель имеет возможность не прибегать в дальнейшем к сложной и затратной процедуре поиска [2, с. 49].

Упрощение процедуры поиска позволяет потребителю экономить денежные средства и время. Кроме того, необходимость поддерживать репутацию бренда со стороны производителя гарантирует потребителю надлежащий контроль за качеством и другими характеристиками (свежесть, полезность, натуральность, калорийность и др.) маркированной продукции [2, с. 11].

Доверие к бренду мало поддается манипулированию и насаждению извне. Оно представляет собой осознанный выбор индивидуума, позволяющий включить некий объект в свое жизненное пространство. Реализуется данный психологический феномен через установление искреннего отношения к объекту.

Цвет и свет также является основными компонентами создания визуального образа бренда. Это в основном связано с использованием света в точках продаж бренда. Различия зависят от источника света и его интенсивности. Использование естественного света или смягченного искусственного освещения увеличивает ощущение благополучия и спокойствия, тем самым повышая время пребывания посетителей в точке продажи. С другой стороны, использование искусственного или интенсивного света способствует более динамичному поведению клиентом [3, с. 58].

Помимо упаковки и оформления интерьера места продажи, необычный цвет самого продукта тоже способен подкупать покупателя. Так, например, изменение привычного цвета продукта на цвет, не характерный для него, может значительно увеличить интерес к бренду и повысить уровень продаж [3, с. 74].

Трудность использования вкусовых маркетинговых приёмов заключается и в том, что вкусовые ощущения носят более индивидуальный характер, по сравнению с другими маркетинговыми приёмами, который необходимо учитывать при работе в данной сфере.

Не менее важным фактором при работе с вкусовыми маркетинговыми приёмами, является пол потребителя, ведь, как известно, предпочтения женщин и мужчин отличаются. Женщины являются более чувствительными к различным вкусовым ощущениям, чем мужчины.

Использование вкусовых маркетинговых приёмов также тесно связано с использованием визуальных приёмов. Недавние исследования, направленные на изучение механизмов вкусовых ощущений, доказали, что существует тесная связь между вкусом и цветом.

Важное значение в создании бренда имеет звук. Одним из наиболее ярких примеров использования аудиомаркетинговых приёмов для создания образа бренда является фирменный звук компания-производителя электронных устройств и компьютерных компонентов «Intel». Мелодия, которая используется в рекламе бренда «Intel» является знакомой для потребителя с 1998 г. и отличается своей узнаваемостью и неизменностью. Многочисленные исследования не раз показывали, что потребители запоминают мелодию компании «Intel» даже лучше, чем её логотип [4, с. 52].

Целью сенсорного маркетинга является создание приятной атмосферы для покупателя, которая бы способствовала принятию решения о покупке. Создание комфортной атмосферы значительно увеличивает

ет время пребывания клиента в местах непосредственного контакта с брендом, выгодно выделяет продукцию бренда на фоне остальных и повышает её ценность, увеличивает число импульсивных покупок

Сенсорный маркетинг тесно связан с нейромаркетингом, предметом исследования которого является изучение неосознанных сенсомоторных, когнитивных и эмоциональных реакций человека на определённые стимулы. В отличие от нейромаркетинга, сенсорный маркетинг не изучает, а непосредственно влияет на чувства человека, учитывая знания, полученные в результате нейромаркетинговых исследований. Воздействие инструментов сенсорного маркетинга вырабатывает у клиента так называемые рефлекс-ассоциации: определённые ощущения и эмоции, которые способны мгновенно вызывать воспоминания об определённом бренде и его продукте. «Используя элементы по отдельности или все сразу, маркетологи создают прочную эмоциональную связь с потребителем, которая обеспечивает успешность бренда»

С определённым брендом потребители связывают свои ожидания и ассоциации. Бренд является своего рода гарантом качества. Сила бренда по многом заключается в его правильном маркетинговом позиционировании. «Сам бренд становится для потребителя более веским аргументом в пользу покупки, чем физические параметры продукта» [5, с. 64]. Согласно концепции Ж. Бодрийяра, бренды являются главными симулякрами в сфере маркетинговых коммуникаций. Под симулякрами Ж. Бодрийяр понимает знаки или копии, не имеющие оригинала в реальности. В свою очередь, бренды являются копиями привлекательных образов и понятия, которые на самом деле не существуют в реальности, стала настоящей находкой для маркетологов в продвижении брендов.

Бренды могут обладать воспринимаемыми преимуществами, не связанными с материальными или сенсорными аспектами качества товара, а относящимися скорее к эмоциональной привлекательности бренда и чувству принадлежности, возникающему в результате покупки товара данного бренда. Во многих смыслах это продолжение присутствия бренда, превращающегося в настоящее преимущество только в случае соответствия эмоциональным потребностям покупателей.

Таким образом, реклама создает эмоциональные преимущества бренда, служит рост привлекательности и близости бренда в долгосрочном плане, а также такие показатели высокого мнения о ней, как качество, доверие и ценность в сочетании с ростом долгосрочных ассоциаций с брендом. Однако и на краткосрочном этапе можно предсказать влияние такой рекламы, понимая отношения между целевой группой и рекламой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годин, А.М. Брендинг : учеб. пособие / А.М. Годин. – М.: Дашков и К, 2016. — 184 с.
2. Морозова, В.Д. Взаимосвязь идентичности потребителя и индивидуальности бренда с уровнем приверженности к нему // Психология – наука будущего : материалы VI Междунар. конф. молодых ученых, М. 19–20 нояб. 2015 г. – М. – С. 308–311.
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф.И. Шарков. – М. : Дашков и К, 2016. – 324 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93300>.
4. Линдстром, М. *Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя* / М. Линдстром ; пер. с англ. Е. Фалюк. – М. : Эксмо, 2010. – 240 с.
5. Ульяновский, А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума / А.В. Ульяновский. – М. : Эксмо, 2008. – 356 с.

УДК 316.6

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ**В.А. ГОЛУБЕВА, М.А. БЕЛОУСОВА***(Представлено: канд. ист. наук, доц. С.В. АНДРИЕВСКОЙ)*

Представлены результаты исследования психологического воздействия рекламы и отношения к ней потребителя. Исследование проведено на выборке из 50 человек, включающей три возрастные группы (18-30 лет, 31 – 40 лет, 41 – старше 50 лет). Рассматривается проблема психологической эффективности, отношения к рекламе потребителей.

Реклама – информация о предмете рекламирования, распространяемая в любой форме с помощью любых средств, предназначенная для потребителей рекламы, направленная на привлечение внимания к рекламируемому товару, создание или поддержание интереса к нему.

По мнению исследователей, наиболее эффективной является телевизионная реклама. Эффективность рекламы состоит в том, чтобы влиять на потребителя в том направлении, в котором необходимо рекламодателю. Эффективности присущи притягивание интереса потребителя, содержательностью, количеством охвата [1, с. 15]. Выделяют экономическую и психологическую эффективность рекламы.

Экономическая эффективность рекламы – это экономический итог, который получен от использования средств рекламы, который выражен в увеличении доходов и уменьшении затрат на рекламу [2, с. 68].

Психологическая эффективность – уровень воздействия на потребителя информации. Реклама притягивает интерес, намекает о необходимости этого товара и заставляет приобрести. Влияние рекламных сообщений на понимание, поведение, сознание. Является эффективной, если в итоге потребитель проявил интерес, создан интересный яркий образ продукта и товар вызывает доверие [3, с. 16].

Под воздействием рекламы не только могут возникнуть потребности, но и поменяться ценностные установки, представления об окружающем нас мире (внушение общественных приоритетов) [4, с. 18]. Это, конечно, происходит совсем не заметно, на базе сложных взаимосвязанных и координирующих психологических механизмов воздействия. Соответственно, реклама формирует жизненный уклад, вкус, играет довольно большую роль в экономической сфере [5, с. 465].

Целью исследования было изучение психологического воздействия рекламы на потребителя. Ставились следующие задачи: 1) исследовать доверяют ли потребители рекламе; 2) выявить как рекламное воздействие влияет на потребительский выбор и влияет ли реклама на повседневную жизнь; 3) какой вид рекламы имеет наибольшее влияние на психику потребителей

Для исследования воздействия рекламы на потребителей информации была разработана авторская анкета. В исследовании, проведенном в феврале-апреле 2017 г. приняли участие 50 человек. Среди респондентов в возрасте 18-30 лет 20 юношей и 15 девушек, в возрасте 31-40 лет 4 мужчины и 6 женщин, в возрасте 41-50 лет 4 женщины 1 мужчина у респондентов в возрасте 18-30 лет образование у большинства только среднее, в возрасте 31-40 лет и 41-50 лет у 12 человек высшее образование, неоконченное высшее у 3. Проживают респонденты предпочтительно в средних городах, только 10 человек из сельской местности.

«Какой вид рекламы вас наиболее привлекает?» Большинство респондентов выбрали первый вариант ответа (телевизионная реклама). Остальные ответы набрали всего по одному, два балла. В возрастной категории 41-50 лет предпочтительней был вариант ответа «печатная реклама». Из этого можно сделать вывод, что телевизионная реклама эффективнее других. Предпочтение телевизионной рекламе в большей степени отдают люди от 18 до 30 лет.

«Как Вы относитесь к телевизионной рекламе?» Из возможных вариантов были указаны следующие: положительно, нейтрально, отрицательно. Респонденты в основном нейтрально относятся к телевизионной рекламе, 10 опрошенных ответили на вопрос положительно. Т.о. негативное отношение к телевизионной рекламе отсутствует.

«Как по Вашему действует реклама?» Большинство опрошенных выбрали вариант «подталкивает сделать выбор», только 11 респондентов из 50 ответили – «никак не действует». Т.о. респонденты согласились с тем фактом, что просмотр рекламных роликов подталкивает сделать выбор в пользу того или иного товара. Следовательно, реклама на телевидении результативна.

«Выбирая какой-либо товар Вы ориентируетесь на?» У респондентов 18-30 лет преимущество ответов – «советы друзей», у респондентов 31-40 лет и 41-50 лет преобладает ответ «слова консультанта». Вывод: при покупке того или иного товара респонденты не ориентируются на рекламу.

«Что Вы делаете во время трансляции рекламы?» Во время рекламы переключают канал 21 человек, а вот продолжают смотреть всего лишь 5 опрошенных. Большинство не обращают внимание на транслируемую рекламу, занимаясь своими делами. Необходимо сделать упор на «пиковое время», когда у экранов телевизоров аудитория больше, нежели в другое время.

«Сколько времени ежедневно Вы проводите у телевизора?» Большинство респондентов 18-30 лет ответили, что не проводят время за просмотром телевизора, в возрасте 31-40 лет и 41-50 лет преимущество у варианта Б (1-3 часа). Т.о. больше времени проводят респонденты в возрасте от 31 до 50 лет. Возрастная категория 18-30 лет, не предпочитают смотреть телевизор. Необходимо сделать упор на возрастную категорию от 31 до 50 лет.

«Вы доверяете информации, полученной посредством телевидения?» В ходе проведения исследования выяснилось, что люди частично доверяют рекламе. 30 респондентов ответили, что доверяют частично и только 14 человек не доверяют полностью.

«Помогает ли Вам реклама ориентироваться при выборе товаров и услуг?» Можно сделать вывод, что для респондентов 18-30 лет реклама не помогает ориентироваться при выборе товара (20 опрошенных – нет), большинство респондентов в возрасте 31 - 40 лет затруднились дать ответ, респонденты 41 - 50 лет также ответили вариант «нет». Таким образом, при выборе товара люди не обращают внимания на рекламные ролики, ориентируются сугубо на свое мнение.

«Какие качества привлекают Вас в современной рекламе?» Большинство опрошенных выделили такие варианты как: юмор (юмористические ситуации в сюжете ролика); оригинальность текста и сюжета; качество выполнения ролика; яркость (яркие краски для восприятия); хорошая музыка. Такие качества как приятный голос героев ролика или закадровый голос и употребление лексики, некорректной по отношению к общепринятому стилю общения (молодежный сленг) занимают одни из последних мест.

«По Вашему мнению, к каким социальным последствиям может привести дальнейшее развитие рекламных технологий?» Большинство респондентов 18 - 30 лет считают, развитие рекламы приведет к расширению кругозора потребителей (10 человек) и деградация человека (9 человек), респонденты 31-40 лет пришли к выводу, что развитие рекламы принесет дополнительный источник дохода для государства (5 человек), 41-50 лет - улучшение состояния экономики и также дополнительный источник дохода для государства. Ни один из опрошенных не выбрал вариант Д – «падение уровня культуры».

«Бывали ли ситуации, когда прокрутка того или иного рекламного ролика на телевидении вызывала у Вас какие-либо эмоции (раздражение, смех, воспоминания и другое)?» Положительные эмоции от просмотра рекламы бывают у респондентов 18-30 лет, а у респондентов 31-40 лет и 41-50 лет бывают, но редко. 7 опрошенных выбрали вариант В (нет, никогда). Получаем, что у большинства опрошенных реклама все же вызывает положительные эмоции, что приводит к заинтересованности в продукции.

«Согласны ли Вы, что реклама дает право выбора потребителю?» Большинство респондентов ответили «частично согласны» (24 опрошенных), 8 опрошенных категорически с этим не согласны. Остальные респонденты затруднились дать ответ. Получается, что реклама подталкивает к приобретению товара, но также оставляет право выбора потребителю.

«Запоминаете ли Вы рекламу?» В возрастной категории 18-30 лет большинство респондентов запоминают рекламу. Например, «Ешь, пей, жуй Орбит», ««Фруто-няня» - помощь папе и маме». Респонденты 31 - 40 лет и 41 - 50 лет ответили, что не запоминают рекламу. Получаем, что респонденты 18 - 30 лет чаще запоминают рекламные слоганы, нежели старшая возрастная категория.

«Используете ли Вы какие-либо фразы из рекламы в Вашей повседневной жизни?» 18 - 30 лет – 15 опрошенных используют фразы из рекламы иногда; респонденты 31-40 лет и 41-50 лет – не используют рекламные фразы. Респонденты рекламные фразы редко используются в повседневной жизни.

«Какие меры необходимо предпринять для того, чтобы к рекламе на ТВ относились лучше?» Подавляющее большинство респондентов пришли к выводу, что к рекламе будут лучше относиться, если сократить время ее транслирования до минимума и производить более строгий отбор.

На вопрос: «Как Вы думаете, что в будущем будет происходить с ТВ-рекламой?» все три группы респондентов ответили, что телевизионная реклама в дальнейшем будет развиваться.

Таким образом, в ходе проведенного исследования выяснилось, что потребители думают, что реклама не влияет на их выбор и поведение.

Самой популярной и влиятельной, по мнению потребителей, является телевизионная реклама. Вероятно, это происходит потому, что она воздействует практически на все органы чувствительности человека. Респонденты только частично доверяют рекламным роликам. В возрасте от 18 до 30 лет респонденты больше обращают внимание на рекламные ролики, музыку в них и запоминают ключевые фразы. Большинство из возрастных групп 31 - 40 лет и 41 - 50 лет предпочитают печатную рекламу, но проводят ежедневно перед телевизионными экранами 1 - 3 часа. С увеличением возраста потребителей повышается их отрицательное отношение к рекламе, что отмечают и другие исследователи [6, с. 45].

Нейтрально к телевизионной рекламе относятся 62% опрошенных, положительно 34%, а отрицательно 4%. Таким образом, не все потребители относятся к рекламе негативно, что подтверждается результатами исследования.

Согласно нашему исследованию, на рынке товаров и услуг реклама помогает ориентироваться только 30% респондентов. Респонденты считают, что реклама не оказывает практически никакого влияния при выборе тех или иных товаров. Опрошенные нами потребители в рекламных роликах обращают внимание на такие качества как: юмор (юмористические ситуации в сюжете ролика); оригинальность текста и сюжета; качество выполнения ролика; яркость (яркие краски для восприятия); хорошая музыка. Такие качества рекламы, как приятный голос героев ролика или закадровый голос и употребление лексики, некорректной по отношению к общепринятому стилю общения (молодежный сленг) мало нравятся потребителям и занимают одни из последних мест по рейтингу в опросе. Интересна также полученная в ходе исследования информация о том, что респонденты с 18-30 лет не проводят время за просмотром телевизора, а в возрасте 31-40 лет и 41-50 лет от 1 до 3 часов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бернадская, Ю.С. Звук в рекламе : учеб. пособие / Ю.С. Бернадская. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 135 с.
2. Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 366 с.
3. Мандель, Б.Р. Психология рекламы : иллюстрированное учеб. пособие / Б.Р. Мандель. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 381 с.
4. Исаев, А.А. Продажи и эмоции : моногр. / А.А. Исаев. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 74 с.
5. Тихомирова, Е.В. Личностные особенности как фактор психологической устойчивости к информационному воздействию / Е.В. Тихомирова, М.С. Шелковская // Психология – наука будущего : материалы VI Междунар. конф. молодых ученых, М., 19–20 нояб. 2015 г. – М. – С. 465 – 469.
6. Мандель, Б.Р. Психология рекламы: история, проблематика : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. – М. : Флинта, 2013. – 272 с.

УДК 378.14

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА
ПО СОЦИАЛЬНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ****Д.Е. СКУРАТ***(Представлено: канд. филол. наук, доц. С.М. СОРОКО)*

Обосновывается роль информационно-коммуникативной компетенции, выявляется её структура, анализируются различные подходы к понятию «информационно-коммуникативная компетенция». Происходящие преобразования в современном мире требуют от будущих специалистов не только освоения новых технологий, но и предполагают постоянное развитие и совершенствование своих знаний, навыков и умений. Важная роль отводится языкам, как инструментам взаимодействия.

В основе современного образования в Республике Беларусь находится компетентностный, или СВЕ-подход. Выпускникам вузов недостаточно просто владеть хорошей теоретической базой, нужно обладать такими качествами как мобильность и готовность применять полученные знания на практике, действуя в сложных и нестандартных ситуациях. Особое внимание уделяется компетенциям и навыкам, приобретенным в процессе обучения в вузе.

Предприниматель, бизнес-тренер, основатель «SBA (Student of Business Administration) University» – Владислав Шпилов в статье «Перечень навыков soft-skills и способы их развития» отметил: *«существует два вида навыков: soft-skills и hard-skills. Первые – социально-психологические навыки, которые пригодятся в большинстве жизненных ситуаций: коммуникативные, лидерские, командные, публичные и др. Вторые – профессиональные знания и навыки»* [1].

Рассмотрим коммуникативные навыки, позволяющие осуществлять эффективный двухсторонний обмен информацией в своих интересах и интересах собеседника. Базовая коммуникация относится к soft-skills и предполагает не только умение слушать, убеждать, правильно выстраивать аргументацию, но и наличие знаний эффективной самопрезентации, особенностей подготовки к публичным выступлениям, ведения деловой переписки и др.

Идеальные проявления компетенции в трактовке В. Шилова:

- 1) понимание целей конкретного коммуникационного взаимодействия;
- 2) четкое структурирование предоставляемой информации;
- 3) учет интересов всех сторон взаимодействия;
- 4) понимание невербальной обратной связи собеседника;
- 5) адаптирование стиля общения под уровень собеседника;
- 6) построение беседы по принципу диалога;
- 7) применение активного слушания и др. [1].

Базовая коммуникация – навык, который необходимо освоить всем студентам. Однако, когда речь идет о специалистах по социальным коммуникациям, одними из основных направлений профессиональной деятельности которых являются проведение исследований, подготовка персонала, оценка эффективности коммуникационной политики, *«построение устойчивой деловой репутации и имиджа компании в глазах общества»* [2]; то базовых коммуникативных навыков недостаточно. В этом случае начинаем рассматривать коммуникацию с позиции hard-skills, т.е. профессиональных знаний и навыков.

Исследователями данной проблематики являются О.Н. Астафьева, О.А. Захарова, Е.М. Бастрикова, Я.О. Бикетова, В.Ф. Бурмакина, Е.И. Клименко, Н.А. Кобзева, Г.В. Круглякова, А.В. Лазарева, Ф.М. Литвинко, Е.Г. Пьяных, Е.Ю. Жданова и др.

Необходимая информационно-коммуникативная компетентность (ИКК) имеет сложный и неоднозначный характер: на данный момент не существует единой трактовки данного понятия. Так, например, Е.Г. Пьяных определяет её как *«умение работать с информацией (сбор, поиск, передача, анализ); моделирование и проектирование собственной профессиональной деятельности; моделирование и проектирование работы коллектива; умение ориентироваться в организационной среде на базе современных ИКТ; использование в своей профессиональной деятельности современных средств ИКТ, обеспечивающее увеличение производительности труда»* [3, с. 23].

Круглякова Г.В. подчеркивает, что данная компетенция объединяет в себе коммуникацию, работу с информацией, выполнение социальной роли, толерантное отношение к партнеру по общению, умение создавать оптимальное коммуникативное пространство, интеграцию IT-знаний и личных качеств в более общую способность действовать в пространстве информационных ресурсов Интернет, умение организовывать внутренние и внешние информационные ресурсы, освоение новых знаковых систем и др. [4, с. 24].

По мнению В. Ф. Бурмакиной, информационно-коммуникативная компетентность предполагает «использование цифровых технологий, инструментов коммуникации, сетей для получения доступа к информации, управления ею, ее интеграции, оценке создания передачи для функционирования в современном обществе» [5]. Я.О. Бикетова в статье «Информационно-коммуникативная компетентность: социологический анализ и эмпирическое измерение» рассматривает ИКК как «способность аккумулировать, обрабатывать, систематизировать, продуцировать, транслировать и использовать в практической деятельности инновационную информацию, ведущую к модернизации производства, росту объемов и повышению качества производимых товаров и услуг» [6, с. 181].

Данная компетенция имеет сложную структуру. Существует несколько точек зрения на классификацию элементов информационно-коммуникативной компетенции. Рассмотрим наиболее распространенные.

Я.О. Бикетова выделяет ряд компонентов как субкапиталы информационно-коммуникативного капитала индивида [6, с. 182]:

- когнитивный (способность к пониманию целей, задач, средств достижения и путей рационального использования планируемых результатов в сфере информационно-коммуникативного обмена);
- научно-образовательный (обладание необходимым запасом общенаучных и профессиональных знаний для осуществления эффективных информационных коммуникаций);
- профессиональный (наличие навыков и умений решать конкретные задачи в сфере информационно-коммуникативного обмена);
- ценностно-нормативный (умение вырабатывать, транслировать и опираться в информационно-коммуникативной практике на мировоззренческие, нравственные, профессиональные ценности и нормы);
- мотивационный (преобладание ценностно-рациональных и целерациональных мотивов, обусловливающих информационно-коммуникативную деятельность);
- технологический (навыки владения компьютером, современными технологиями и техническими средствами ведения информационно-коммуникативного обмена);
- лингвосоциальный (владение речевыми и неречевыми средствами осуществления информационно-коммуникативных взаимодействий).

В структуру информационно-коммуникативной компетентности О.А. Захарова [7, с. 15] включает когнитивный, мотивационный, коммуникативный, рефлексивный и технологический компоненты.

1) Когнитивный компонент – это готовность и способность к овладению новой информацией, взаимодействию ее с уже имеющимися знаниями.

2) Мотивационный – определяет уровень мотивационных побуждений, влияющих на выбор важных ценностных ориентаций в новой информационной среде.

3) Коммуникативный компонент характеризуется как знание, понимание, применение технических средств коммуникации в процессе передачи новой информации.

4) Рефлексивный – описывает уровень саморегуляции личности, связанный с расширением самосознания, а также самореализацией в профессиональной деятельности.

5) Технологический компонент интерпретируется как понимание принципов работы и возможностей информационных технологий.

Клименко Е.И. в статье «Информационно-коммуникативная компетенция — ключевое понятие современного образования» [8] выделил восемь компонентов в структуре ИКК:

1) информационный – способность осуществлять различные операции с информацией, моделировать и проектировать объекты и процессы;

2) коммуникативный – построение общения в виде диалога, а также умение работать в команде;

3) личностный – умение самостоятельно принимать решения; развитие исследовательских и творческих способностей, чувства ответственности, самодисциплины, способности к методической работе и самоорганизации;

4) аксиологический (духовно-нравственный) – способность регулировать свое поведение в рамках значимых общечеловеческих ценностей (социальное партнерство, толерантность); оперирование различными понятиями и смыслами;

5) технологический – способность применения усовершенствованных технических знаний и навыков пользования современными средствами информационных и коммуникационных технологий в различных сферах жизни и деятельности;

6) лингвистический – умение грамматически правильно строить предложения, формировать осмысленные высказывания, соотносить выражения с соответствующей социокультурной ситуацией;

7) профессиональный – способность оперировать профильными знаниями в условиях трудовой деятельности;

8) межкультурный – возможность реализовать все указанные выше компоненты ИКК в разных социокультурных системах и пространствах.

Таким образом, сделаем вывод: сложное понятие «информационно-коммуникативная компетентность» предполагает не только знание способов эффективного коммуникационного взаимодействия и работу с информацией с использованием современных ИКТ, но и выполнение определенных социальных ролей, изучение культурного и семиотического контекста взаимодействия и др. На наш взгляд, структура ИКК содержит следующие компоненты:

1) информационно-технологический – понимание сущности информации, как таковой: её видов, способов поиска, сбора, анализа, систематизации и хранения; умение ориентироваться в информационных потоках и быстро находить необходимую информацию; владение компьютерными информационными технологиями и умение использовать данные технологии в профессиональной деятельности.

2) языковой – знания в области грамматики, фонетики, лексики, стилистики, морфологии, семантики; умение четко и лаконично формулировать мысли;

3) коммуникативный – владение приемами эффективного коммуникационного взаимодействия и использование риторических, диалектических, эристических, рабулистических приемов для направления беседы в нужное русло и получения необходимых результатов;

4) мотивационный – понимание целей взаимодействия, учет интересов и мотивов собеседника.

5) межкультурный – знание семиотических особенностей других культур и способность осуществлять эффективное коммуникационное взаимодействие в разных социокультурных контекстах.

Чтобы успешно выполнять свои функции, специалист по социальным коммуникациям должен не только владеть всеми перечисленными компонентами, но и формировать определенное мировоззрение, стремиться к развитию и усовершенствованию своих знаний, уметь создавать новую информацию и использовать свои личностные качества для достижения значимых результатов и высокого качества в профессиональной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шипилов, В. Перечень навыков soft-skills и способы их развития [Электронный ресурс] / В. Шипилов. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/people/devval/softskills.shtml>. – Дата доступа: 20.07.2018.
2. Терещенко, О.В. Социальные коммуникации: становление профессии [Электронный ресурс] / О.В. Терещенко. – Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/38537286.pdf>. – Дата доступа: 17.07.2018.
3. Пьяных, Е.Г. Развитие информационно-коммуникационной компетентности управленческих кадров системы образования в процессе повышения квалификации : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Е.Г. Пьяных. – Томск, 2007. – 23 с.
4. Круглякова, Г.В. Содержание и технология формирования профессиональной информационно-коммуникативной компетенции студентов-филологов : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Г.В. Круглякова. — Тольятти, 2007. — 243 с.
5. Бурмакина, В.Ф. Измерение уровней информационной и коммуникационной компетентности школьников. Подходы и методики [Электронный ресурс] / В.Ф. Бурмакина. – Режим доступа: <http://methodisty.rgdb.ru>. – Дата доступа: 19.07.2018.
6. Бикетова, Я.О. Информационно-коммуникативная компетентность: социологический анализ и эмпирическое измерение / Я.О. Бикетова // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 2. – С. 180–184.
7. Захарова, О.А. Информационно-коммуникативная компетентность государственных служащих в условиях современных социокультурных изменений : автореф. дис. ... канд. культурологии / О.А. Захарова. – М., 2007. – 24 с.
8. Клименко, Е.И. Информационно-коммуникативная компетенция – ключевое понятие современного образования / Е.И. Клименко // Молодой ученый. – 2015. – № 22. – С. 816–818.

УДК 81'27

**БАРЬЕРЫ ПОНИМАНИЯ И ЯЗЫКОВАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ
ПОЛОЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА****Д.Е. СКУРАТ***(Представлено: канд. филол. наук, доц. С.М. СОРОКО)*

Рассматриваются барьеры понимания, анализируются различные подходы к определению и пониманию языковой компетенции; обобщаются выводы исследования по проблемам речевого взаимопонимания, проведенного нами в Полоцком государственном университете.

Понятия «языковая компетенция» и «языковая компетентность» многие исследователи используют как синонимы, не различая их. Эту проблематику исследовали Н. Хомский, Д. Хаймс, С. Муаран, С. Савиньон, Л.Ф. Бахман, Д.И. Изаренков, Е.Ю. Жданова, Т.П. Оглуздина и другие ученые, на труды которых опираемся в данной статье.

Термин «языковая компетенция» введен в середине XX в. американским лингвистом Н. Хомским как «идеальное грамматическое знание, всегда соотносимое со знанием языковой системы» [1]. В середине 1960-х Д. Хаймс (Dell Hymes) расширил понятие «языковой компетенции». Он был не согласен с концепцией Н. Хомского, считал, что «существуют правила употребления, без которых правила грамматики бесполезны» [2, с. 278]. Специалист в области восприятия речи, проблем психолингвистики и социолингвистики Д. Слобин в книге «Психолингвистика» описал существенную разницу «между тем, что человек теоретически способен говорить и понимать, и тем, что он на самом деле говорит и понимает в конкретных ситуациях» [3, с. 23]; тем самым акцентировал внимание на личности как носителе определенной языковых знаний и ее способности осуществлять языковую активность в реальных условиях.

Софи Моиранд (Sofia Moirand) понимает под языковой компетенцией знание фонетических, лексических, грамматических и текстуальных моделей языковой системы, а также умение оперировать ими в своем высказывании [4, с. 23]. Французский ученый С. Савиньона под этим понятием подразумевала способность узнавать лексические, морфологические, синтаксические и фонологические особенности языка и манипулировать ими [5, с. 91]. Д. И. Изаренков трактует языковую компетенцию как «знание единиц языка всех уровней (фонетического, лексического, словообразовательного, морфологического и синтаксического)». По его мнению, «важно также знать правила оперирования этими единицами каждого уровня для построения единиц более высокого уровня иерархии вплоть до коммуникативных синтаксических единиц. Другая сторона формирования языковой компетенции связана с формированием способности на основе строительного языкового материала и правил комбинирования единицами языка строить неограниченное число коммуникативных единиц определенной семантики» [6, с. 55].

Языковую компетенцию Г. В. Колшанский интерпретирует как «способность любого человека усваивать любую языковую систему на основе единого логического мыслительного аппарата, свойственного человеку и его мышлению как отражению закономерностей единого материального мира» [7, с. 11]. В материалах Совета Европы (2001) языковая компетенция подразделяется на лексическую, грамматическую, семантическую, фонологическую орфографическую и орфоэпическую компетенции [8].

Таким образом, понятие «языковая компетенция» имеет сложную структуру. Мы понимаем его не только как систему законов функционирования языка, формирующуюся в различных направлениях (грамматическом, фонетическом, лексическом, стилистическом, морфологический, синтаксического, семантического и т.д.); но и как совокупность навыков, позволяющих осуществлять эффективное коммуникационное взаимодействие.

Данная компетенция является основополагающей, ею необходимо владеть на высоком уровне студентам всех специальностей, так как сейчас недостаточно быть просто хорошим специалистом в той или иной сфере, необходимо уметь передавать другим результаты своей деятельности как в устной, так и в письменной форме.

Одним из условий повышения языковой компетенции является устранение барьеров понимания. Понятие «барьеры» (фр. *barrières* — препятствие) обозначает проблемы, возникающие в процессе взаимодействия и снижающие эффективность коммуникации. Они могут быть вызваны естественными и искусственными, социальными, психологическими и другими факторами, возникающими в процессе общения. Данная проблематика ранее была исследована такими авторами, как И.Э. Курсян, Л.О. Полякова, А.П. Панфилова, С.Г. Саблина, А.П. Садохин, В.М. Смокотин, И.В. Фирсова, С.А. Химичева, В.А. Тищенко, В.Л. Воробьева, Г.Р. Чернова, Т.В. Слотина, В.Р. Тукаев и другими. Например, барьеры понимания В.А. Тищенко условно разделяет на следующие: фонетическое непонимание, семантические барьеры, логические, стилистические и межъязыковые [9, с. 531].

С целью выявления того, какие из перечисленных барьеров являются наиболее распространенными, нами был проведен опрос студентов Полоцкого государственного университета.

Опрос – это метод сбора первичной информации, «основанный на непосредственном (интервьюирование) или опосредованном (анкетирование) обращении за исходной информацией к различным людям (специалистам, представителям различных социальных групп)» [10, с. 38]. Все разнообразие методов опроса, применяемых в исследованиях, можно свести к двум основным типам: интервьюирование и анкетирование. Нами был выбран второй тип (анкетирование) по ряду причин, а именно:

1. Основное преимущество анкетирования состоит в возможности массового опроса испытуемых и экономии при этом времени и средств (проведение интервьюирования требует значительно больших затрат времени при таком же охвате опрашиваемых);

2. Анкетный опрос является анонимным, что позволяет опрашиваемым давать в анкетах более искренние ответы, чем при интервьюировании;

3. Анкета не требует немедленного ответа и опрашиваемый может отвечать более обдуманно, чем в интервью [10, с. 39].

На наш взгляд, именно этот метод сбора социологической информации наиболее удобен и оптимален при исследовании барьеров понимания. Анкетирование помогло оперативно получить нужную информацию; организовать массовое исследование и сбор большого объема данных при относительно малых временных и денежных затратах.

В опросе были задействованы все факультеты: гуманитарный, инженерно-строительный, механико-технологический, радиотехнический, информационных технологий, финансово-экономический, юридический. Объектом исследования стали студенты Полоцкого государственного университета, а предметом – препятствия, нарушающие или затрудняющие процесс эффективного коммуникационного взаимодействия студентов.

Среди основных задач выделили следующие:

- 1) подготовка анкеты;
- 2) сбор информации о факторах, затрудняющих коммуникационное взаимодействие студентов;
- 3) анализ полученной информации;
- 4) использование этих данных при разработке программы повышения языковой компетенции.

Выборка формировалась следующим образом: были опрошены 20 человек с каждого факультета. Соотношение полов 50/50, т.е. опрошено (в рамках одного факультета) 10 мужчин и 10 девушек. Возраст: от 17 до 24 лет. Всего опрошено 140 человек.

В результате опроса было выявлено:

– студенты Полоцкого государственного университета считают, что восприятие речи и понимание собеседника затрудняют такие препятствия, как фонетический барьер (наличие дефектов речи, нарушение дикции, звуки-паразиты), семантический (ограниченный лексикон, смысловые оттенки), стилистический (несоответствие стиля речи), логический (собеседник не умеет четко и последовательно выражать свои мысли);

– во время общения со студентами другой специальности (другого факультета) возникают ситуации недопонимания из-за использования в повседневной речи профессиональной терминологии;

– наиболее распространенной причиной непонимания между студентами и преподавателем на семинарском занятии является тот факт, что студенты не всегда могут быстро, правильно и лаконично сформулировать свою мысль;

– студенты также отметили, что у одноклассников наблюдается следующее:

1. употребление сорных звуков / слов (блин, короче, э-э-э и др.);
2. слишком тихая речь;
3. невнятное произношение слов;
4. слишком быстрая речь;
5. слишком медленная речь;
6. монотонная речь;
7. долгое формулирование мысли.

Таким образом, подытожим: согласно проведенному исследованию среди студентов Полоцкого государственного университета наиболее распространенными барьерами понимания являются фонетический и логический. На основе результатов опроса нами была разработана в рамках студенческой научной работы, представленной на внутривузовской конференции весной этого года, программа повышения языковой компетенции. В целом она включает практические рекомендации, комплексы упражнений и список литературы. Программа предполагает:

- улучшение дикции и артикуляции;
- избавление от звуков-паразитов;
- формирование правильного речевого дыхания;
- правильную постановку голоса и другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хомский, Н. Аспекты теории синтаксиса / Н. Хомский // пер. с англ. под ред. и с предисл. В.А. Звегинцева. — М. : Изд-во Моск. ун-та — 1972. — 129 с.
2. Hymes D. H. Sociolinguistics / D. H. Hymes // Penguin Education. —1972. — 278 с.
3. Слобин, Д. Психоллингвистика / Д. Слобин, Дж. Грин. — М. : Прогресс — 1976. — 350 с.
4. Моиранд, С. Обучение общаться на иностранном языке / С. Моиранд. — Париж, 1990. — 159 с.
5. Оглуздина, Т.П. Развитие содержания понятия «языковая компетенция» в истории лингвистики / Т.П. Оглуздина // Вестник ТГПУ. — 2011. — Вып. 2 (104). — С. 91–94.
6. Изаренков, Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов / Д.И. Изаренков // Русский язык за рубежом. — 1990. — № 4. — С. 54–57.
7. Колшанский, Г.В. Лингвокоммуникативные аспекты речевого общения / Г.В. Колшанский // Иностранные языки в школе. — 1985. — № 1. — С. 10–14.
8. Ирисханова, К.М. Общевропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка / К.М. Ирисхановой. — М. : МГЛУ, 2005. — 248 с.
9. Тищенко, А. Учебная электронная коммуникация: коммуникативные барьеры [Электронный ресурс] / А. Тищенко / Ставропольский строительный техникум. — Ставрополь : ССТ. — С. 528–532. — Режим доступа: <http://www.elib.bsu.by/bitstream.pdf>. — Дата доступа: 30.07.2018.
10. Стволыгин, К.В. Методология и методы исследования в социальной работе : учеб.-метод. комплекс / К.В. Стволыгин. — Минск : Бел. гос. ун-т, 2016. — 120 с.

УДК 331.108.2

**ПОДБОР И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ИТ-КОМПАНИИ
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ A1QA)****М.А. ЛАПА***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Рассматривается поэтапный процесс подбора персонала на вакансию «Тестировщик программного обеспечения», а также методы управления персоналом, используемые в ИТ-компаниях, на примере компании A1QA.

Краткая характеристика компании A1QA. Компания A1QA была образована в 2003 году и на сегодняшний день является одной из крупнейших в Центральной и Восточной Европе компаний, специализирующихся в области обеспечения качества ПО. Испытательный центр компании находится в Минске, фокусными рынками являются Россия, США и страны Западной Европы. Отдельно стоит отметить, что компания A1QA в состав *Itransition Group*. Офисы компании находятся в Минске, Могилеве, Новополоцке, Санкт-Петербурге, Рязани, Риге. В штате A1QA более 400 сотрудников [1].

Методы подбора персонала в A1QA. По результатам включенного наблюдения и анализа документов были выявлены следующие методы подбора персонала (в частности на вакансию «Тестировщик программного обеспечения») в ИТ-компаниях A1QA:

- 1) поиск сотрудников с помощью сервиса Jobs.tut.by [2];
- 2) привлечение сотрудников с помощью сайта организации (отправка заявки-анкеты) A1QA.by [3];
- 3) привлечение сотрудников с помощью тесного сотрудничества с ведущими ВУЗами Беларуси;
- 4) привлечение новых сотрудников по рекомендациям уже работающих в организации сотрудников.

Следует отметить, что компания активно набирает сотрудников без опыта работы, как в тестировании, так и в других сферах деятельности. Все желающие, прошедшие этап отбора резюме (данный этап относится ко всем методам подбора, кроме привлечения сотрудников через сотрудничество с вузами), приглашаются на собрание, на котором каждый соискатель проходит еще несколько этапов собеседования:

- 1) выполнение тестового задания по тестированию;
- 2) выполнение теста на логику;
- 3) коммуникационная игра;
- 4) собеседование с представителями компании.

В случае, если привлечение сотрудников проходит через сотрудничество с ВУЗами, то в этом случае отсутствует как таковой этап отбора резюме и все заинтересованные в получении работы в данной компании переходят сразу к этапу выполнения тестового задания.

Для кандидатов, успешно прошедших все этапы отбора, компания предлагает обучающие курсы по тестированию ПО, по окончании которых предлагается экзамен. Для соискателей, успешно прошедших экзамен, предлагается пройти стажировку (2–3 недели), в течение которой будущий сотрудник выполняет тестовые задания. В случае, если компания удовлетворена уровнем выполнения заданий, то претенденту предлагается прохождение испытательного срока, который может длиться до 3 месяцев, согласно законодательству Республики Беларусь. После окончания испытательного срока, работник (с начала испытательного срока, соискатель официально трудоустроен в компании) должен сдать квалификационный экзамен. Испытательный срок считается успешно завершённым, если сотрудником были выполнены следующие цели:

- успешное выполнение заданий;
- отсутствие конфликтов и хорошие отношения в коллективе;
- успешная сдача квалификационного экзамена.

Стоит отметить, что значительная часть соискателей приходит в компанию, самостоятельно заполнив анкету на сайте a1qa.by. Но отдельно стоит отметить офис, находящийся в г. Новополоцке: большинство работников которого попали на работу непосредственно благодаря сотрудничеству компании A1QA и факультета информационных технологий Полоцкого государственного университета [4].

Методы управления персоналом в A1QA. В результате проведенного исследования были выявлены следующие аспекты, касающиеся управления персоналом в компании A1QA [4]:

- проведение регулярных встреч с обсуждением достигнутых результатов;

- проведение различных лекций, *workshop*'ов и курсов внутри компании, на которых сотрудники могут получить дополнительные знания и навыки в отраслях работы, которые им могут пригодиться в будущем в работе;
- проведение компанией собственных конференций, на которых сотрудники могут обменяться опытом, а также узнать о специфике проектов, над которыми работают коллеги;
- посещение сотрудниками компании различных выставок и конференций вне компании, в том числе международного масштаба;
- проведение различных мероприятий, как внутри каждого офиса отдельно, так и общих для компании AIQA, а также совместных мероприятий с компанией Itransition;
- предоставление сотрудникам компании дисконтной программы и медицинской страховки;
- практика обращений сотрудников к представителям HR-отдела в случае каких-либо проблем, как в коллективе, так и личных, особенно в том случае, если это мешает нормальному рабочему процессу.

Теперь стоит остановиться на каждом из этих элементов чуть подробнее. Также следует отметить, что все данные являются результатом авторского включенного наблюдения.

Регулярные встречи (*progress meeting*'u) представляют собой обсуждения достигнутых сотрудниками результатов за определенный период (для сотрудников в штате проводится 1 раз в полгода, для сотрудников на испытательном сроке проводится 1 раз в 2 недели, для кандидатов в период стажировки 1 раз в неделю).

Основными вопросами этих встреч являются:

1) личные впечатления сотрудника о работе и достигнутых им результатах, впечатления о работе в коллективе;

2) обсуждение достигнутых сотрудником результатов по итогам прошедшего периода, а также подведение итогов по достижению поставленных целей на прошлой встрече. Комментарии о работе сотрудника от его непосредственного руководителя;

3) постановка новых целей на следующий период, обсуждение запланированных задач.

Наличие данного вида активности позволяет отслеживать прогресс сотрудника с течением времени и позволяет сотруднику развиваться в рамках рабочего процесса и иметь возможность продвижения по карьерной лестнице.

Проведение компанией различных *лекций, workshop'ов и курсов* внутри компании предполагает приобретение сотрудниками дополнительных знаний и навыков в отраслях работы, которые пригодятся в будущем. Благодаря этим лекциям сотрудники развивают свои навыки не только в рамках своего проекта, над которым они работают в данный момент, но и получают новые знания из других, но смежных областей тестирования. Отдельно стоит отметить проводимые компанией курсы по повышению квалификации (*self-education*), на которых сотрудник получает не только теоретические, но и практические навыки по узкопрофильным областям тестирования.

Компания проводит собственные *ежегодные конференции AIQA Summer* (проводятся с 2011 года) [5], на которых сотрудники компании делятся друг с другом опытом работы над различными проектами, а также обсуждают достижения компании. На данный момент компания обладает достаточной компетенцией и экспертизой в области тестирования, чтобы проводить собственную конференцию, без посещения многочисленных конференций и выставок вне компании и приглашения внешних «экспертов», т.к. она является одной из крупнейших аутсорсинговых компаний, предоставляющих услуги по тестированию на территории СНГ [6].

Безусловно, несмотря на все вышесказанное, развитие навыков персонала невозможно без посещения представителями компании *международных выставок и конференций*, где сотрудники могут не только узнать о новинках в IT-сфере, но и поделиться своим опытом работы на международной арене. Одной из последних стала выставка «*Mobile World Congress 2018*», проходившая в Барселоне, на которой были представлены новинки технологий [7]. Несомненно, посещение таких выставок и конференций позволяет перенять опыт зарубежных коллег, «пощупать» новые технологии, которые еще не вышли в массовое производство, а также получить новые связи и знакомства, которые необходимы компании для сотрудничества с зарубежными коллегами.

Также одним из основных направлений работы службы по управлению персоналом является организация различных *корпоративов и тимбилдингов*. Компания AIQA проводит большое количество мероприятий как внутри каждого офиса отдельно (как было указано выше AIQA имеет офисы в Минске, Могилеве, Новополоцке, Санкт-Петербурге, Рязани, Риге), так и в рамках всей компании AIQA. Также проводятся совместные мероприятия с компанией Itransition.

В компании принято отмечать внутри каждого офиса отдельно такие праздники, как Новый год, День влюбленных, День защитника отечества, Международный женский день и т.д., а также дни именинника. На каждый праздник компания дарит сотрудникам открытки и небольшие подарки. Также есть

летний турслет, где сотрудники всех офисов компании стараются собраться вместе; в частности, это касается офисов, находящихся в Беларуси. Поскольку компания является частью Itransition Group, то следует отметить корпоративы, проводимые совместно с компаниями A1QA и Itransition: летний корпоратив и новогодний корпоратив. Оба эти мероприятия проводятся с большим размахом и приглашением знаменитых артистов. К примеру, на летнем корпоративе 2017 года выступала белорусская панк-рок-группа «Ляпис», на новогодний корпоратив 2017 г., который проводился во Дворце Республики, была приглашена альтернативная рок-группа «Би-2», в 2016 году на новогоднее мероприятие компании была приглашена популярная музыкальная группа «IOWA». Как и во многих других организациях A1QA устраивает различные развлекательные мероприятия для детей сотрудников.

Стоит выделить наличие у компании A1QA собственной корпоративной интеллектуальной игры «Друзья», которая проводится регулярно и объединяет между собой все офисы компании. Игра напоминает известную всем «Что? Где? Когда?», а также дополнена различными квестами. Зачастую игра приурочена какому-либо корпоративному мероприятию, акции или празднику.

Компания обладает собственной *дисконтной программой*, которая не только частично покрывает все возможные спортивные расходы сотрудников (абонементы в тренажерные залы, бассейны, прокат горнолыжного снаряжения и т.д.), но и имеет большое количество компаний-партнеров, которые предоставляют скидки на свои услуги сотрудникам компании. Кроме этого, компания предлагает дополнительное медицинское страхование, а также оплачивает определенные медицинские процедуры сотрудникам компании.

Неотъемлемой частью работы менеджера по управлению персоналом является поддержание дружественной и бесконфликтной атмосферы внутри коллектива, поэтому каждый сотрудник компании может обратиться за помощью к менеджеру при возникновении конфликтных или спорных ситуаций в коллективе, а также при наличии каких-либо проблем вне работы, которые напрямую связаны с его трудоспособностью. Стоит отдельно отметить тот факт, что сотрудники отдела по управлению персоналом являются квалифицированными психологами, что позволяет им профессионально подойти к вопросу решения проблем сотрудников. Соблюдается конфиденциальность всех данных, которые были сообщены менеджеру отдельными сотрудниками. Для мониторинга социально-психологического климата в коллективе специалистами по работе с персоналом проводятся регулярные «встречи по впечатлениям», основной темой которых зачастую является «удобство работы» сотрудника как на рабочем месте, так и в коллективе в целом.

Примером конкретной проблемы, которую быстро может решить менеджер по управлению персоналом, может быть следующая простая ситуация: сотрудник сидит возле окна, но не любит частые проветривания в кабинете, но большая часть людей, работающих в этом же помещении, предпочитают часто открывать окна для проветривания. Вариант решения этой проблемы: пересадить работника в другую часть кабинета, где сотрудника будут меньше беспокоить частые проветривания кабинета.

Стоит отметить, что для комфортной работы и дружественной атмосферы в коллективе в компании есть различные команды по интересам (футбольная, баскетбольная, волейбольная и т.д.).

Также для оперативного получения информации как напрямую связанной с рабочим процессом, так и просто интересных фактов из области технологий в компании есть собственная социальная сеть Workplace (площадка на базе Facebook), в которой работники могут свободно общаться между собой, оперативно размещать информацию, делиться новостями и фото с прошедших мероприятий и многое другое [8].

Во многих IT-компаниях существует политика неразглашения уровня заработной платы. Данная черта не является исключительной для IT-сферы, но тем не менее является одной из ее особенностей. Указанная политика направлена на индивидуальный подход к каждому сотруднику и поощрение его личных достижений, а также сокращает текучку кадров, связанную с тем, что сотрудник переходит на новое место работы исключительно из-за материальной составляющей. В связи с этим стоит отметить тот факт, что зачастую при трудоустройстве сотрудника в IT-компанию, он не будет знать об уровне заработной платы вплоть до последних этапов отбора, т.к. это помогает организации понять заинтересованность сотрудника непосредственно в их организации.

По итогам изучения специфики подбора и управления персоналом в компании были выявлены следующие особенности, характерные для IT-сферы:

1) ориентация на трудоустройство людей без опыта работы, а также профильного образования, в т.ч. студентов с неоконченным высшим образованием. При трудоустройстве в IT-компанию работодатели заинтересованы в практических навыках сотрудника, а не в теоретических знаниях. Также стоит уделить внимание причинам, по которым многие компании предпочитают трудоустройство сотрудников без опыта работы. В первую очередь, молодой специалист, не имеющий опыта работы, еще не выработал в себе определенную систему действий и взглядов, он смотрит на вещи или выполняет действия, выделяя для себя что-то новое. Он не делает все по выработанной ранее системе - он ищет новые решения и но-

вые возможности. Вторая причина - это возможность сформировать сотрудника и привязать ему качества и алгоритмы, которые соответствуют системе, выработанной в компании. Для этого предлагаются различные курсы и программы стажировок;

2) отказ от услуг государственных агентств занятости и различных кадровых агентств в вопросах набора персонала.

Система управления персоналом в исследуемой организации в целом отвечает японской модели управления персоналом, отличительная особенность которой заключается в том, что специализация, разделение труда и индивидуальная инициатива рассматриваются как негативные факторы в плане эффективности деятельности компании. В связи с этим отбор сотрудников направлен на удовлетворение общих интересов компании, а не на выполнение конкретной работы в конкретном месте [9].

Необходимо отметить, что в настоящее время многие организации, работающие в различных сферах деятельности, начинают применять методы подбора и управления персоналом, внедренные в области информационных технологий.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что методы подбора и управления персоналом, используемые компанией A1QA, практически в полной мере соответствуют общепринятым методам управления персоналом: подбор персонала, содержащий в себе несколько этапов, по результатам которых принимается решение о приеме на работу сотрудников; развитие персонала при помощи различных образовательных инструментов; различные развлекательные мероприятия, способствующие сплочению персонала внутри организации; процессы адаптации и мотивации сотрудников и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. О компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.a1qa.by/company/>. – Дата доступа: 13.03.2018.
2. Стажёр-тестировщик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://jobs.tut.by/vacancy/23430279>. – Дата доступа: 01.02.2018.
3. Стажёр-тестировщик (обучение) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.a1qa.by/company/vacancies/QA_engineer_junior/. – Дата доступа: 01.02.2018.
4. Устная беседа с Ольгой Меньшениной, представителем отдела Talents Development компании A1QA. – Дата беседы: 20.03.2018
5. A1QA Summer'11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.a1qa.by/company/news/a1qa-summer11/>. – Дата доступа: 24.03.2018.
6. A1QA summer 2017. Профессиональная QA конференция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://qa-summer.by/>. – Дата доступа: 24.03.2018.
7. Mobile world congress [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mobileworldcongress.com/>. – Дата доступа: 20.04.2018.
8. Workplace by Facebook [Электронный ресурс] // A1QA.facebook.com. – Режим доступа: <https://a1qa.facebook.com/work/landing/input>. – Дата доступа: 18.04.2018
9. Демина, Н.В. Особенности системы отбора персонала в американских и японских компаниях [Электронный ресурс] / Н.В. Демина. – Режим доступа: https://www.pglu.ru/upload/iblock/b16/uch_2010_xiii_00033.pdf. – Дата доступа: 15.04.2018.

УДК 331.108.2

**ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
НА СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ A1QA***М.А. ЛАПА**(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Рассмотрено влияние методов управления персоналом на сотрудников Новополоцкого офиса компании A1QA. С этой целью проведено анкетирование сотрудников компании; в статье отражены данные, полученные в результате проведения опроса.

Краткая характеристика компании A1QA. Компания A1QA была образована в 2003 году и на сегодняшний день является одной из крупнейших в Центральной и Восточной Европе компаний, специализирующихся в области обеспечения качества ПО. Испытательный центр компании находится в Минске, фокусными рынками являются Россия, США и страны Западной Европы. Отдельно стоит отметить, что компания A1QA в состав *Itransition Group*. Офисы компании находятся в Минске, Могилеве, Новополоцке, Санкт-Петербурге, Рязани, Риге.

Среди сотрудников компании A1QA был проведен опрос, который помог выявить влияние методов управления персоналом на сотрудников компании A1QA (сотрудники офиса, находящегося в городе Новополоцке). Опрос проводился в апреле 2018 года.

Прежде всего стоит отметить, что перед проведением опроса (в рамках включенного наблюдения) сотрудникам (каждому в отдельности) был задан устный вопрос «Как на Вас влияет управление персоналом?». Большинство сотрудников ответили: «Никак, вообще не вижу смысла в сотрудниках службы управления персоналом. Девушки, которые ничего не делают».

Анкета включала в себя 10 вопросов. В итоге было опрошено 20 человек, сотрудников офиса компании A1QA в г. Новополоцке (в опросе участвовали все сотрудники офиса), по итогам которого были получены следующие результаты (результаты представлены в виде «вариант ответа – количество ответов», относительно количества опрошенных).

1 вопрос анкеты:

Как Вы попали на работу в компанию?

- Подал заявку на портале *jobs.tut.by* – 10%.
- Подал заявку на сайте *A1QA.BY* – 10%.
- Представители компании проводили презентацию в ВУЗе – 70%.
- По рекомендации своих знакомых, которые уже работают в компании – 10%.
- Другое (указать свой вариант) – 0%.

Исходя из полученных данных, следует, что большинство работников офиса в городе Новополоцке получили работу в компании A1QA благодаря сотрудничеству компании и Полоцкого государственного университета (кафедра технологий программирования факультета информационных технологий). Однако в других регионах (Минск, Могилев, Санкт-Петербург, Рязань, Рига) статистика показывает [выявлено в ходе беседы с Talent Development Business Partner компании A1QA, 20.03.2018], что большинство сотрудников попадают на работу в компанию, а точнее на собеседование, с помощью сайтов (*A1QA.by* и *jobs.tut.by*).

Что касается трудоустройства в компанию по рекомендации сотрудников A1QA, то стоит отметить, что компания материально поощряет сотрудников, по рекомендациям которых они нашли недостающего специалиста и который успешно прошел все этапы отбора и подтвердил свою квалификацию, сдав экзамен.

Отдельно стоит отметить тот факт, что некоторые сотрудники, которые работают в компании, попали в A1QA не с первого раза, что подчеркивает престижность компании на рынке, т.к. сотрудники были заинтересованы в трудоустройстве именно в эту IT-компанию, занимающуюся тестированием программного обеспечения.

2 вопрос анкеты:

Довольны ли Вы внутрикорпоративным обучением?

- Да, конечно – 55%.
- В целом да, но хотелось бы больше – 45%.
- Нет, но меня устраивает – 0%.
- Нет, я знаю больше и не вижу смысла во внутрикорпоративном обучении – 0%.
- Другое (указать свой вариант) – 0%.

Из полученных ответов на второй вопрос анкеты можно сделать вывод, что предоставляемые компанией образовательные мероприятия имеют положительный отклик среди сотрудников компании и все опрошенные в целом довольны тем уровнем и количеством знаний, которые им предоставляет компания.

В первую очередь это подчеркивает высокий уровень подготовки сотрудников, работающих в компании уже давно и имеющих достаточные компетенции для того, чтобы передавать знания новым сотрудникам.

45% опрошенных ответили «Хотелось бы больше обучающих мероприятий», из чего следует, что сотрудники компании заинтересованы в получении новых знаний из различных областей информационных технологий.

Отсутствие негативных ответов на данный вопрос, свидетельствует о том, что все сотрудники компании высоко ценят образовательные мероприятия внутри компании.

Также в ходе исследования было выявлено, что компания уделяет большое внимание организации образовательных мероприятий для своих сотрудников: проводятся не только лекции, на которых даются исключительно теоретические знания, но и практические курсы и workshop'ы, на которых сотрудники, не имеющие знаний и умений в какой-либо из областей, могут получить полноценный опыт в работе с необходимой им технологией, а также позволит им повысить свою квалификацию.

3 вопрос анкеты:

Довольны ли Вы корпоративными мероприятиями?

- Да, все шикарно – 55%.
- Да, но хотелось бы, чтобы они проводились чаще – 40%.
- Нет, хочу, чтобы было больше мероприятий – 0%.
- Мне все равно – 5%.
- Другое (указать свой вариант) – 0%.

Из результатов, полученных по третьему вопросу анкеты, следует сделать вывод, что в целом сотрудники довольны корпоративными мероприятиями, проводимыми компанией, но многие из них хотели бы, чтобы мероприятий было больше. Это, вероятнее всего, содействует положительному отношению сотрудников к компании, а также помогает в сплочении коллектива. Компания поддерживает стремление сотрудников к самостоятельной организации различных мероприятий, в связи с этим стоит отметить, что корпоративная игра «Друзья-Я» появилась благодаря инициативе одного из сотрудников.

4 вопрос анкеты:

Довольны ли Вы оборудованием офиса?

- Да – 35%.
- Частично – 50%.
- Нет – 10%.
- Другое (указать свой вариант) - 5%.

Из полученных данных по вопросу об оборудовании офиса следует, что, несмотря на то, что многие сотрудники не до конца довольны оборудованием офиса (по разным причинам), они понимают, что руководство компании и офиса делает все возможное для того, чтобы сотрудники были обеспечены всем необходимым оборудованием и для того, чтобы создать комфортную обстановку в офисе. Здесь следует отметить, что многие сотрудники стараются своими силами оборудовать свое рабочее место таким образом, чтобы было комфортно не только им самим, но и всем окружающим.

5 вопрос анкеты:

Пользуетесь ли Вы бонусами компании (дисконтная программа, социальный пакет)?

- Да – 55%.
- Нет – 30%.
- Другое (указать свой вариант) – 15%.

Исходя из ответов, полученных на пятый вопрос анкеты, можно отметить, что большинство сотрудников офиса пользуются бонусами, которые предоставляет компания. Дисконтная программа компании предоставляет сотрудникам не только скидки в некоторых магазинах-партнерах, но и возмещение затрат сотрудников на некоторые развлекательные (к примеру, поход в кинотеатр) и многие спортивные мероприятия (например, возмещение части стоимости спортивных абонементов). Среди ответов на данный вопрос стоит обратить внимание на ответы, относящиеся к пунктам «Нет» и «Другое». Здесь многие отмечали, что не пользуются бонусами компании лишь потому, что большинство партнеров компании, предоставляющих скидки на свои услуги, находятся в городе Минске, где расположены главные офисы компаний A1QA и Itransition. Но также стоит отметить, что компания старается развивать данное направление и начинает сотрудничать с организациями, предоставляющими услуги в городе Новополоц-

ке (к примеру, скидки в интернет-магазине OZ.by и дисконтная программа в сети доставки еды «Суши-Шоп»).

6 вопрос анкеты:

Что, на Ваш взгляд, является преимуществом компании А1QA перед другими работодателями? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

- Проводимые образовательные мероприятия (лекции, workshop'ы, курсы и т.д) – 13.
- Проводимые развлекательные мероприятия (корпоративы, TRUEслёт, Друзья и т.д) – 11.
- Проведение различных мероприятий внутри офиса – 7.
- Наличие дисконтной программы – 8.
- Коллектив – 10.
- Другое (указать свой вариант) – 3.

В 6 вопросе данной анкеты, был задан вопрос о преимуществе компании перед другими работодателями. У опрошиваемых была возможность выбора нескольких вариантов ответа в рамках данного вопроса. 65% опрошенных отметили, что преимущество компании перед другими работодателями – это проводимые компанией образовательные мероприятия. 55% ответов было отдано в поддержку проводимых развлекательных мероприятий. Половина опрошенных (50%) отметили в качестве преимущества компании непосредственно коллектив компании А1QA. 40% опрошенных считают преимуществом компании наличие дисконтной программы и социального пакета, предоставляющего скидки на различные товары и услуги. 35% сотрудников Новополюцкого офиса отмечают в качестве преимущества компании мероприятия, проводимые в рамках офиса. В рамках ответа «Другое» были представлены следующие варианты: «Возможность постоянного развития (как в горизонтальном, так и в вертикальном направлении)», «Интересные задачи», а также «Руководство компании, которое заинтересовано в каждом из своих сотрудников». Данные, которые были получены из ответов на шестой вопрос, отражают тот факт, что сотрудники благожелательно относятся к компании и видят ее преимущества перед другими работодателями.

7 вопрос анкеты:

Что для Вас является мотивацией к труду?

- Возможность проводить переговоры, свободно выражать заинтересованность в работе с заказчиками, вникать в суть проблем – 3.
- Возможность выполнять ту работу, которая наиболее интересна, в которой вы чувствуете себя профессионалом – 9.
- Возможность быть признанным за свои достижения – 9.
- Возможность проявлять инициативу, выдвигать новые идеи по улучшению работы организации – 5.
- Возможность ощущать свою значимость для руководства – 4.
- Возможность ставить перед собой цели и выполнять их – 9.
- Полноценное вознаграждение за успехи – 9.
- Возможность получения полноценной и своевременной информации – 5.
- Возможность осуществления самоконтроля на рабочем месте – 3.
- Возможность получать задания более высокого уровня – 7.
- Другое (указать свой вариант) – 0.

Исходя из данных полученных на 7 вопрос анкеты, можно сделать выводы о том, что является мотивацией для сотрудников. Многие опрошенные (45%) отметили в качестве мотивации к труду полноценное вознаграждение за успехи, возможность ставить перед собой цели и выполнять их, возможность быть признанным за успех, а также возможность выполнять ту работу, которая наиболее интересна и в которой сотрудники чувствуют себя профессионалами. Для 35% опрошенных одним из аспектов мотивации к труду выступает возможность получать задания более высокого уровня. 25% в качестве мотивации отмечают возможность получения полноценной и своевременной информации, а также возможность проявлять инициативу, выдвигать идеи по улучшению работы организации. 20% отметили в качестве мотивации возможность ощущать свою значимость для руководства. Для 15% опрошенных мотивацией к труду является возможность осуществления самоконтроля на рабочем месте и возможность проводить переговоры, свободно выражать заинтересованность в работе с заказчиками, вникать в суть проблем.

8 вопрос анкеты:

Ваш пол?

- Мужской – 60%.
- Женский – 40%.

По данным полученным из ответов на 8 вопрос анкеты следует вывод, что большинство сотрудников офиса мужского пола.

9 вопрос анкеты:Ваш возраст?

- 20 – 23 – 55%.
- 24 - 26 – 40%.
- Другое – 5%.

Ответы на данный вопрос показывают, что большинство сотрудников являются молодыми специалистами. Это указывает на тот факт, что компания активно принимает в свой штат сотрудников без опыта работы, которые закончили (заканчивают) ВУЗ.

10 вопрос анкеты:Ваш опыт работы в компании?

- Менее года – 20%.
- От 1 года до 3 лет – 45%.
- От 3 до 6 лет – 35%.

Из ответов респондентов на десятый вопрос анкеты следует, что большая часть сотрудников офиса компании в городе Новополоцке работает в А1QA меньше 3 лет. Стоит отметить, что количество сотрудников постоянно растет, а уже работающие сотрудники и повышающие квалификацию имеют возможность переезда в город Минск с возможностью дальнейшего продвижения по карьерной лестнице.

По результатам проведенного исследования было выявлено:

1) Большинство сотрудников Новополоцкого офиса компании были приняты на работу в А1QA благодаря сотрудничеству компании А1QA и Полоцкого государственного университета.

2) Все опрошенные сотрудники довольны внутрикорпоративным обучением, но некоторые отмечают, что хотели бы больше образовательных мероприятий.

3) Все сотрудники отмечают высокий уровень проводимых корпоративных (развлекательных) мероприятий.

4) Сотрудники с пониманием относятся к каким-либо недостаткам, касающимся оборудования офиса и помогают руководству в обустройстве рабочих мест для работников компании.

5) Несмотря на то, что большинство партнеров компании, которые предоставляют дисконт для сотрудников А1QA, находятся в городе Минск, многие сотрудники компании активно используют возможности дисконтной программы.

6) Большинство сотрудников отмечают, что преимуществом компании перед другими работодателями являются проводимые компанией образовательные мероприятия.

7) В качестве мотивации к труду многие сотрудники отметили: полноценное вознаграждение за работу, возможность ставить перед собой цели и выполнять их, возможность быть признанным за успехи в работе, а также возможность выполнять ту работу, которая наиболее интересна и в которой сотрудники чувствуют себя профессионалами.

8) Большинство сотрудников работают в компании меньше 3 лет.

Из всего вышесказанного следует сделать вывод, что сотрудники А1QA достаточно лояльно относятся к своей компании и самостоятельно принимают участие в постоянном совершенствовании условий для комфортной работы. Несмотря на то, что многие не отождествляют все используемые методы управления персоналом, каждый из сотрудников отметил положительное влияние того или иного средства управления персоналом на себе.

УДК 1:316

**ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННОГО ОБЩЕСТВА
В ТВОРЧЕСТВЕ ЗИГМУНТА БАУМАНА****В.В. РАЗУМЕЙКО***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Рассмотрены основные аспекты концепции индивидуализированного общества Зигмунта Баумана: феномен глобализации с протекающими из него последствиями; возрастающая неопределённость; преобладание частного над общественным; утрата человеком контроля над важнейшими социальными процессами. Также сделана попытка рассмотрения белорусского общества сквозь призму концепции индивидуализированного общества.

Современный мир подвергается глобальным изменениям, которые меняют саму основу мироустройства. На смену традициям и ценностям модерна приходят новые установки. Теперь такие явления как непредсказуемость и стихийность стали привычными характеристиками человеческого существования. Изменяется само восприятие жизни. «Здесь и сейчас» – главный слоган современности. Индивиды начинают делить жизнь на ряд фрагментов, которые составляют весь жизненный путь человека. Неопределённость и незащищённость не позволяет человеку продумать линейный план и реализовать его в жизнь. Современный человек чересчур нестабилен, он «текуч» и на протяжении всей жизни может пребывать в абсолютно разных состояниях – сменить десятки профессий, многократно менять место проживания, заводить несколько семей. Для современного человека сама мысль стабильности и однообразия неприемлема. Индивид в поисках своего «Я» примеряет на себя разные амплуа, тем самым делая свою жизнь чередой последовательных, но порой не связанных между собой фрагментов. Но проблема заключается в том, что человек перестаёт ставить перед собой «большие проекты» или даже «проекты жизни», которые были бы наполнены амбициями и желанием изменить мир.

Вышеперечисленные явления возникают в эпоху глобализации. Обусловленные ею процессы приводят к тому, что человек теряет те рычаги, с помощью которых он мог управлять окружающей его действительностью. Индивид теряет контроль над важнейшими социальными процессами, которые необходимы для нормального функционирования общества. Человек принимает решения, но в строго заданных условиях: «условия, в которых люди конструируют свое индивидуальное существование и которые определяют диапазон и последствия их выбора, выходят за пределы их сознательного влияния» [1, с. 37].

Концепцию глобализации, которую предложил британский социолог Зигмунт Бауман, трудно рассматривать вне контекста таких работ как «Индивидуализированное общество» и «Текучая современность». Эти термины раскрывают саму сущность современного мироустройства, помогая понять эпоху постмодерна сквозь призму суждений З. Баумана.

Индивидуализированное общество – это понятие, которое раскрывает суть современного общества, в рамках которого происходит индивидуализация и фрагментация человеческого мышления, что обусловлено бесконтрольностью глобализационных процессов, обуславливающих важнейшие социальные процессы. Индивидуализированное общество формируется под давлением транснациональных, неконтролируемых сил. Все социальные отношения приобретают индивидуализированный вид при том, что происходит усложнение, как политических, так и экономических отношений. Как следствие, общество начала XXI века характеризуется, с одной стороны, стремительным усложнением экономических процессов, а с другой, все более явной фрагментацией человеческого существования. Противоречие между этими процессами и составляет основную проблему современного общества. В настоящее время при всей «индивидуализированности» социума в нем побеждают именно тенденции к самодостаточности хозяйственных процессов, в то время как социальное начало становится все менее значимым. Именно в этом кроется основная причина того, что современное общество пропитывается антигуманизмом, а современный человек становится все более дезориентированным, ограниченным и беспомощным. По мнению З. Баумана, «индивидуализация пришла надолго, и все, кто задумывался о том, как относиться к ее влиянию на образ жизни каждого из нас, должен исходить из признания этого факта» [1, с. 56].

Факторами индивидуализации в эпоху, которую современные теоретики называют постмодерном, являются социально-культурные и социально-экономические процессы, отмечаемые в концепции З. Баумана:

- формирование глобального рынка;
- возникновение гиперреальности (как пример, «Диснейленды», «Макдональдсы» и т.д.);
- деформация понимания такого явления как потребление.

По мнению З. Баумана, общество потребления деформируется в «общество потребления символов». В прежние времена люди потребляли, чтобы жить; в эпоху постмодерна люди живут, чтобы потреблять. В результате интересы современного человека сводятся к потреблению, а смысл его существования к повышению его уровня. Все это приводит к снижению значимости общественных проблем, выходящих за пределы индивидуальных потребительских интересов, проявлением чего, в частности, выступает политический индифферентизм.

Своеобразную трактовку в концепции З. Баумана приобретает определение факторов элитарности в постмодерном обществе. Для каждого исторического типа общества характерны свои характеристики принадлежности к властным группам: физическая сила, обладание землей и подданными (в доиндустриальных обществах), капитал (в индустриальном обществе). З. Бауман утверждает, что важнейшими элементами социальной реальности постмодерна являются пространство, время и скорость. В рамках современного глобального мира человек, который может позволить себе жить во времени, не закреплять себя за определённой точкой постоянной дислокации, и обладающий скоростной мобильностью, может принадлежать к властным элитам. Собственно говоря, эти вышеуказанные характеристики и являются главными факторами социальной стратификации, делящими людей на управляющих и управляемых: «В “жидкой” современности правят те, кто наиболее неуловим и свободно передвигается без предупреждения... Капитал может путешествовать быстро и налегке, его невесомость и подвижность превратились в главный источник неуверенности для всех остальных. Это стало современным базисом доминирования и основным фактором разделения общества» [1, с. 131–132].

Процесс глобализации З. Бауман рассматривает как всеобъемлющий процесс, который протекает на всех уровнях мирового устройства – индивид, государство, мировое сообщество: «Глобализация подчеркивает резкое снижение, если не полную утрату контроля индивидов над процессами и событиями, влияющими на их судьбы. События в мире носят квазистихийный, непредвиденный, спонтанный и случайный характер» [1, с. 152].

З. Бауман в своих работах указывает на то, что в основе современного мирового устройства находятся так называемые глобальные, транснациональные силы, которые невозможно контролировать, которые не ограничены никакими этическими нормами [2]. Эти силы устанавливают правила игры, которые постоянно меняются и которые не могут никем регулироваться. Человек больше не в силах контролировать условия своего существования, становясь пассивной единицей в общественных отношениях. Отсюда проистекает неуверенность в завтрашнем дне. Причём общество само убеждает себя в том, что эта неуверенность в порядке вещей, как естественная среда существования человека. Таким образом, неопределённость и незащищённость перед завтрашним днём воспринимается в общественном сознании не как некое негативное явление, а как абсолютно нормальное условие существования. В итоге человек боится брать на себя долгосрочные обязательства, что приводит к отказу от перспективного, долгосрочного целеполагания. Происходит фрагментация человеческой жизни на ряд эпизодов, каждый из которых требует от индивида немедленных результатов.

Если отталкиваться от данных слов автора, то можно констатировать тот факт, что человек в современных реалиях не защищён от воздействия внешних, объективных сил. З. Бауман указывает на характерную закономерность постмодерного общества – взаимозависимость возрастания индивидуальной свободы и неуверенности в завтрашнем дне: «Уровень жизни, общественное положение, признание полезности и права на собственное достоинство могут исчезнуть все вместе без предупреждения» [1, с.97]. Каждый отдельный индивид в современном мире имеет возможность писать свою биографию, двигаться в том направлении, которое, по его мнению, является правильным. Но проблема заключается в том, что свободу получили не только отдельные индивиды, но и глобальные, транснациональные силы, которые в рамках этой свободы могут приобретать огромные ресурсы, превосходящие ресурсы отдельных государств. В соответствии с этим, глобальные транснациональные акторы обладают возможностями предопределять условия существования отдельного индивида. Отсюда и возрастание неопределённости и чувства незащищённости перед неконтролируемым миром.

Глобализация является причиной размывания границ национальных государств. Этот процесс автор оценивает исключительно негативно. Это самое размывание происходит в результате того, что в глобализованном мире социальная мобильность людей сильно возросла, что позволяет им свободно перемещаться по всему миру в поисках лучшей жизни. Таких переселенцев З. Бауман называет «чужаками», которые, по его мнению, вносят в структуру общества своего рода дисбаланс, что приводит к процессу маргинализации социума [4].

Еще одним последствием индивидуализации современного мироустройства, с точки зрения З. Баумана, является возникновение пропасти между транснациональными элитами и локальными массами. Это связано с выявленной в рамках глобального рынка закономерностью увеличения разрыва в уровне доходов между наиболее богатыми и беднейшими группами населения. Те же самые процессы имеют место и на межгосударственном уровне – возрастание разрыва в уровне социально-

экономического и социально-культурного развития между богатыми и бедными странами. Проблемы, которые возникают как на международном, так и на локальном, государственном уровне, стало тяжело решать с помощью институционально закреплённых инструментов. Социально-политические, экономические, культурные процессы стали очень текучими, неоднородными и бесконтрольными. Собственного говоря, эта неустойчивость является, по мнению З. Баумана, основным инструментом глобального социального контроля: «Ненадежность, будучи отчасти результатом осознанной политики, разрабатываемой наднациональным и все более экстерриториальным капиталом и с кривой ухмылкой, претворяемой в жизнь правителями территориально ограниченных государств, которым не оставлено иного выбора, ненадежность, будучи отчасти следствием новой логики претензий на власть и [новых методов] самозащиты, – такая ненадежность является сегодня основным материалом для строительства глобальной властной иерархии и основным инструментом социального контроля» [1, с. 46].

Подводя итоги, стоит отметить, что все выше выделенные черты индивидуализированного общества связаны между собой и обуславливают друг друга. Если идти от общего к частному, то весь процесс индивидуализации современного общества, представленный в концепции З. Баумана, будет выглядеть следующим образом:

1. Глобальные транснациональные силы установили контроль над важнейшими социальными процессами, что в свою очередь привело к снижению влияния каждого отдельного индивида на данные процессы.

2. В результате утраты контроля над окружающей социальной действительностью человек погружается в состояние неопределённости и незащищённости от непредсказуемых перемен.

3. Исходя из возникшей неуверенности в завтрашнем дне и угрозы того, что неконтролируемые, надчеловеческие силы могут в любой момент привести к дестабилизации, происходит смена временной ментальности человека в пользу краткосрочного целеполагания.

4. Частные интересы каждого обособленного человека становятся выше общественных интересов. Стирается понимание взаимосвязи между общественными проблемами и проблемами каждого отдельного индивида.

5. В результате утраты контроля над важнейшими социальными процессами и дисбаланса между общественными и частными интересами происходит фрагментация социума, что приводит к тому, что общество превращается в совокупность разрозненных элементов. В таком состоянии общество не способно влиять на какие-либо происходящие в нем процессы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауман, З. Индивидуализированное общество : пер. с англ. / З. Бауман. – М. : Логос, 2005. – 390 с.
2. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества : пер. с англ. / З. Бауман. – М. : Весь Мир, 2004. – 188 с.
3. Бауман, З. Текучая современность : пер. с англ. / З. Бауман. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
4. Баньковская, С.П. Чужаки и границы: к понятию социальной маргинальности / С.П. Баньковская // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – С. 457–467.

УДК 1:316

**ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННОЕ ОБЩЕСТВО
КАК ПРИЧИНА ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНДИФФЕРЕНТИЗМА****В.В. РАЗУМЕЙКО***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Рассматриваются негативные стороны индивидуализированного общества, с точки зрения британского социолога Зигмунта Баумана, которые представляют угрозу для гражданского общества любого демократического государства. К данным проблемам относятся утрата человеком контроля над важнейшими социальными процессами, дисбаланс между общественным и частным, смена долгосрочной ментальности краткосрочной.

Одной из характерных особенностей общественного поведения в современную эпоху выступает политический индифферентизм, который отчетливо проявляется в жизни различных стран. Разные исследователи пытаются выявить причины данного феномена. Одной из попыток объяснения является концепция индивидуализированного общества британского социолога Зигмунта Баумана, изложенная в трудах «Индивидуализированное общество» и «Текущая современность».

Сущность данной концепции состоит в том, что определяющим фактором социальной динамики современного, постмодерного общества выступает скорость. Общество «постмодерна» отличается тем, что здесь происходит существенное ускорение темпов социального развития. Развитие техники привело к тому, что границы теряют свою прежнюю суть: они уже не разделяют, а соединяют. Возникновение киберпространства стирает любые координаты: в Интернете все одинаково присутствует, все существует здесь и сейчас и находится на одинаковом расстоянии. То есть пространство теряет свою значимость в современном мире, а вместе с ним обесценивается и обедняется его предметное содержание [2].

Итогом становится формирование индивидуализированного общества, ключевыми чертами которого являются:

- глобализация во всех сферах общественной жизни;
- нестабильность и неопределенность человеческого существования в связи с очень быстрыми социальными изменениями (люди часто меняют свои рабочие места и место жительства; неумение людей приспособиться к быстро меняющимся общественным условиям приводит к росту безработицы, социального неравенства);
- формирование «краткосрочного» менталитета (в жизни людей наиболее значимым становится достижение результатов в краткосрочной перспективе, так как в условиях ускоренных изменений планирование долгосрочных целей становится невозможным).

В указанных особенностях индивидуализированного общества следует, по мнению З. Баумана, искать причины, объясняющие феномен политического индифферентизма. З. Бауман полагает, что рамки социального взаимодействия в современном социуме определяются процессами глобализации. Именно глобальные транснациональные силы создают тот уровень неопределенности, который присутствует в жизни и отражается в сознании современного человека. Стихийность, непредсказуемость процессов, протекающих в современном глобализированном мире, не даёт человеку рассматривать свою жизнь как целостную последовательную структуру. «Сегодня, как никогда, сложно сказать о том, что происходящие перемены имеют какое-то заранее определенное направление, они застают нас врасплох, мы их не ожидаем и не предвидим. Поэтому мой основной тезис состоит в том, что эпоха Нового времени, или модерн, может быть разделена на два этапа, между которыми одновременно существует четкая преемственность и некоторый разрыв» [3]. Человек начинает делить свою жизнь на ряд обособленных эпизодов, которые оторваны друг от друга: «Наша культура первая в истории, не вознаграждающая долговечность и способная разделить жизнь на ряд эпизодов, проживаемых с намерением предотвратить любые их долгосрочные последствия и уклониться от жестких обязательств, которые вынудили бы нас эти последствия принять» [1, с. 280]. Люди, события, профессиональная нацеленность, приоритеты, ценности в данных эпизодах носят одноразовый характер и зачастую никак не связаны с последующими жизненными эпизодами.

Слово «долговечность» в «текущей современности» теряет свой смысл. Сами условия человеческого существования не требуют от того или иного объекта или отношений долговечности. Ввиду быстро меняющихся трендов, ежеминутной смены потребностей индивидов и т.д. долговечность рассматривается как ненужная. З. Бауман указывает на то, что в индивидуализированном обществе трансформируются межличностные отношения – человек рассматривается как отчужденный элемент объективной реальности. Отношение между людьми в таком обществе рассматривается в рамках лимита пользы, кото-

рую эти отношения могут дать. Это в свою очередь приводит к обесцениванию долгосрочных межличностных отношений. Эпизодичность жизни каждого отдельного человека приводит к упадку значения семейных традиций и ценностей, что в свою очередь ведёт к нарушению преемственности поколений: «Сегодня ожидаемая продолжительность жизни семьи не превышает срока жизни ее членов, и мало кто может уверенно утверждать, что семья, которую они только что создали, переживет их самих» [1, с. 275].

В результате того, что межличностные отношения приобретают одноразовую форму, человек переосмысливает свои ценности в сторону большего индивидуализма. Он основывает своё взаимодействие с другими людьми, исходя из своих индивидуальных потребностей, при этом не ставит в расчёт коллективные интересы.

Очень важным моментом для понимания политического индифферентизма в рамках концепции индивидуализированного общества является процесс возникновения дисбаланса между общественным и частным. З. Бауман отмечает: «Частное вторглось на территорию общественного, но отнюдь не для того, чтобы взаимодействовать с ним» [1, с.257]. У индивида происходит чёткое деление в голове на «я» и «они». Человек становится обособленным от всего общества, замыкаясь в «коконе» своих личных проблем. Человек не обращает внимания на общественные проблемы, заинтересован только в своей собственной выгоде. Это порождает множество острых проблем. Для большей наглядности можно привести пример: Уголовник, отсидев свой положенный срок за совершённое преступление, выходит из колонии и пытается приспособиться к полноценной жизни в социуме. Он пытается найти работу, но в виду того, что у него судимость, ни одна компания, ни один завод не предоставляет ему рабочее место. Вследствие этого, для того чтобы себя прокормить он идёт на рецидив и опять оказывается в местах лишения свободы. На этом наглядном примере можно увидеть, что общество само порождает те проблемы, от которых страдает.

В реальности общественные проблемы неотделимы от частных и, как правило, одно вытекает из другого. Однако на субъективном уровне в мышлении современных людей проблемы, возникающие в обществе на глобальном и локальном уровне, а также в жизни других людей воспринимаются как часть объективной реальности, которая никоим образом не сопрягается с частными проблемами отдельного индивида. Приоритетом для человека выступает не общее благо, а личное существование. В результате этой разобщённости общество превращается в совокупность разрозненных элементов. Отсюда и происходит упадок гражданской активности, что приводит к политическому индифферентизму: «Общественное колонизируется частным; публичный интерес деградирует до любопытства к частной жизни общественных деятелей, [а] общественные проблемы, которые не могут быть подвергнуты подобной редукции, и вовсе перестают быть понятными» [1, с. 257].

З. Бауман очень обеспокоен данным вопросом ввиду того, что феномен политического индифферентизма может привести ко многим общественным проблемам. Отмечается, что указанный феномен в наибольшей степени характерен для современной молодёжи. В результате это может привести к тому, что подрастающие поколения утратят свою гражданскую позицию и станут пассивной общественной массой, а демократия как таковая деградирует в демократию без народа, что противоречит самой её сути: «Общества, некогда боровшиеся за то, чтобы их мир стал прозрачным, неуязвимым для опасностей и избавленным от сюрпризов, теперь обнаруживают, что их возможности целиком зависят от переменчивых и непредсказуемых таинственных сил. Вещи – и прежде всего наиболее важные – «выходят из-под контроля» что, в свою очередь, ведет к параличу политической воли; к утрате веры в то, что коллективным образом можно достичь чего-либо существенного, а солидарные действия способны внести решительные перемены в состояние человеческих дел. Существующая ситуация все чаще расценивается как должное, как высшая необходимость, в которую люди могут вмешаться лишь во вред себе самим» [1, с. 59–60].

В совокупности утрата человеком контроля над важнейшими социальными процессами, главенство глобальных сил и политический индифферентизм, приводят к тому что общество становится безучастной массой без четко выраженной гражданской позиции. В результате одной из важнейших черт индивидуализированного общества становится, по мнению З. Баумана, кризис (вымирание) демократии. Вымирание демократии подразумевает ослабление гражданственности, эрозию публичной сферы и формирование молодежи с полным отсутствием гражданских качеств.

Таким образом, причины политического индифферентизма в концепции индивидуализированного общества З. Баумана, коренятся в характерных особенностях данного общества. Основным источником отмеченного феномена выступает чувство неуверенности и нестабильности в сознании современного человека, вызванное глобализационными процессами. Данное чувство детерминирует повышенную концентрацию на частной, индивидуальной жизни и приводит к разрыву между частным и общественным, непониманию зависимости индивидуальных проблем от общественных процессов в сознании современных людей. В результате социальные процессы рассматриваются как сила, существующая независимо от

индивидуальной человеческой жизни и не связанная с ней. Политический индифферентизм вместе с тем рассматривается в концепции З. Баумана как серьезная угроза для институтов демократии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауман, З. Индивидуализированное общество : пер. с англ. / З. Бауман. – М. : Логос, 2005. – 390 с.
2. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества : пер. с англ. / З. Бауман. – М. : Весь Мир, 2004. – 188 с.
3. Бауман, З. Текучая современность : пер. с англ. / З. Бауман. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
4. Баньковская, С.П. Чужаки и границы: к понятию социальной маргинальности / С.П. Баньковская // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – С. 457–467.

УДК 659.1.013

**ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ВКЛАД ПСИХОЛОГИИ
В РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ****В.В. САВИН***(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)*

Рассматривается теоретический вклад отдельных направлений психологии в рекламную деятельность: бихевиоризм (Дж. Б. Уотсон, Э. Ч. Толмен, Б. Ф. Скиннер), гештальтпсихология (М. Вертгеймер, В. Келер, К. Левин), психоанализ (З. Фрейд) и когнитивная психология (Д. Миллер, Д. Брунер, Д. Келли, У. Найссер, Г. Саймон). Тесная связь с психологией объясняется тем, что рекламе необходимо воздействовать на человека: вызвать реакцию совершить покупку и стимулировать к последующим приобретениям.

Первые научно-прикладные исследования в области психологии рекламы начали проводиться на рубеже XIX–XX веков. Развитие психологии способствовало становлению новых направлений, обогативших данную дисциплину. К основным направлениям можно отнести: бихевиоризм (Дж. Б. Уотсон, Э.Ч. Толмен, Б.Ф. Скиннер), гештальтпсихологию (В. Келер, К. Левин, М. Вертгеймер), психоанализ (З. Фрейд), когнитивную психологию (Д. Миллер, Д. Брунер, У. Найссер, Д. Келли, Г. Саймон).

Первым направлением, внесшим значительный вклад в развитие психологии рекламы, стал бихевиоризм. Основная идея бихевиоризма заключается в обуславливании желательных реакций за счет положительного или отрицательного подкрепления. В качестве положительных подкреплений могут выступать: похвала, награда, подарок и результат, а в качестве отрицательных - критика, потеря, наказание и неудача [1]. Закрепляется любая реакция, в том числе, и негативная. Если потребитель приобрел некачественный товар, то вряд ли в условиях разнообразия он купит его вновь.

Ф.Б. Скиннер, один из теоретиков бихевиоризма, выдвинул идею о вариативности подкреплений, предложив следующие возможные режимы:

- режим с постоянным соотношением (больше реакций – больше подкреплений);
- режим с постоянным интервалом (подкрепление следует через четко определенные отрезки времени);
- режим с вариативным соотношением (учитывается среднее число реакций);
- режим с вариативным интервалом (подкрепление следует через неопределенное время) [1].

Таким образом, задача рекламиста, с позиции бихевиоризма, состоит в том, чтобы с помощью стимулов вызвать у потребителя реакцию совершить покупку, а также стимулировать его к новым приобретениям.

Вторым направлением, оказавшим влияние на рекламное производство, стала гештальтпсихология. Основная идея гештальтпсихологии заключается в склонности человека воспринимать окружающие его предметы, явления и процессы в форме упорядоченных целостных конфигураций - гештальтов, а не в виде отдельных элементов [2]. Другими словами, наше восприятие является целостным, конструктивным и активным процессом, строящимся на динамическом отношении между двумя элементами – воспринимаемой формой и фоном. К основным законам гештальтпсихологии можно отнести: *закон хорошей формы, закон близости, закон сходства, закон непрерывности и закон фигуры и фона* [2]. В настоящее время рассмотренные гештальт-законы воспринимаются настолько естественными, что их упоминание может казаться тривиальным. Именно благодаря своей простоте гештальт-законы так распространены в рекламном бизнесе.

Таким образом, задача рекламиста, с позиции гештальтпсихологии, заключается в создании хорошо организованных и простых для восприятия рекламных образов.

Третьим направлением, внесшим значительный вклад в развитие психологии рекламы, стал психоанализ. Суть психоанализа сводится к тому, что поведение и деятельность человека обусловлены неосознанными биологическими потребностями, наиболее древними инстинктами. По З. Фрейду, главными человеческими инстинктами являются *либидо* – сексуальные влечения, и *мортидо* – влечение к смерти [3].

Учение З. Фрейда и психоанализ принесли в рекламу два важных положения.

1. Товар должен быть привлекательным на неосознаваемом уровне. Необходимо продавать не товар, а человеческую потребность в виде образа [3].

2. В основе привлекательности товара лежит сексуальность в широком смысле [3].

Таким образом, задача рекламиста, с позиции психоанализа, заключается в изучении мотивов поведения потребителей.

Четвертым направлением, оказавшим влияние на рекламное производство, стала когнитивная психология. Суть когнитивной психологии сводится к изучению таких познавательных процессов, как внимание, восприятие, ощущение, мышление и память. Громкие звуки, яркие цвета и многословные тексты не всегда оказывают необходимое воздействие на потребителя. Иногда лучшего эффекта можно достичь при менее интенсивном воздействии [4]. В рекламной деятельности чаще всего используются следующие виды ощущений: зрительные, слуховые, вкусовые, двигательные, обонятельные и осязательные. Базовым законом в психологии восприятия является «закон краткости». Он гласит, что все внешние ощущения сводятся человеком к самым простым и удобным формам [4]. Следующим психическим процессом, имеющим непосредственное отношение к восприятию рекламы, является мышление. Существует множество видов мыслительных операций: абстрагирование, анализ, синтез, обобщение, установление аналогий, ассоциирование. Все они активно используются в рекламе [4]. Память как процесс связан с запоминанием, сохранением и воспроизведением опыта. Человек лучше запоминает то, с чем связана его дальнейшая деятельность и к чему у него есть интерес. Хуже запоминается бессмысленный и безразличный материал [4].

Таким образом, задача рекламиста, с позиции когнитивной психологии, заключается в комплексном изучении познавательных процессов потребителей.

Тесная связь с психологией объясняется тем, что рекламе необходимо воздействовать на человека: вызвать реакцию совершить покупку и стимулировать к последующим приобретениям. Практический опыт свидетельствует о том, что количество продаж зависит от многих факторов, особенно от экономических. Поэтому применение одних психологических приемов будет недостаточно. Воздействуя на подсознание, следует помнить, что люди принимают решения вполне осознанно. Поэтому психология может только подтолкнуть к принятию решения. Невозможно с помощью рекламы заставить человека приобрести товар или услугу. Возможно только найти переменные, которые указывали бы, какие факторы связаны с выбором товара или доверием к рекламному ролику. Сегодня успех любой рекламы зависит от умелого применения накопленной психологическими школами теории и умений нейтрализовать средства психологической защиты как одного человека, так и целой группы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бихевиоризм и маркетинг: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zg-brand.ru/statiy/marketing/bikheviorizm_i_marketing/ – Дата доступа: 08.09.2018.
2. Горбачева Е.А. Гештальт-законы в маркетинге как механизм эффективного управления восприятием / Е.А. Горбачева, А.Р. Муратова // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. – 2016: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://intjournal.ru/geshtalt-zakony-v-marketinge-kak-mehanizm-effektivnogo-upravleniya-vospriyatiem/>. – Дата доступа: 08.09.2018.
3. Попова Ж.Г. Идеи психоанализа в современной рекламе: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2002-1/10.shtml> – Дата доступа: 08.09.2018.
4. Психология рекламы. Элементы когнитивного воздействия: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faneraltg.ru/kognitivnoe-vozddejstvie/> – Дата доступа: 08.09.2018.

УДК 659.1.013

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА NIKE
«ИЗ ЧЕГО ЖЕ СДЕЛАНЫ НАШИ ДЕВЧОНКИ?»**

В.В. САВИН

(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)

Проанализирован рекламный видеоролик Nike «Из чего же сделаны наши девчонки?» с позиции бихевиоризма, гештальтпсихологии, психоанализа и когнитивной психологии. Анализ подтверждает применение приемов и способов манипулирования потребительским сознанием.

Общее описание. Главным героем ролика является девочка 10–14 лет. Она выступает на сцене со старой советской песней «Из чего же, из чего же...». Исполнив пару строк из песни, ее выступление прерывает, ворвавшаяся в зал, фигуристка. Вследствие чего, текст старой советской песни меняется на новый. На протяжении всего выступления юную исполнительницу поддерживают российские спортсменки.

Анализ с позиции бихевиоризма. Главная героиня появляется в 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 21, 21, 25, 28- 31 кадрах. В качестве стимула выступает образ главной героини, а в качестве реакции – частота воздействия на орган зрения. Режимы подкреплений [1]:

1. Режим с постоянным интервалом № 1: 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15 кадры; 21, 23, 25 кадры.
2. Режим с постоянным интервалом № 2: 15, 18, 21 кадры; 25, 28 кадры.
3. Режим с постоянным соотношением: 28-31 кадры.

Логотип фирмы «Nike» появляется в 16, 20, 22, 24, 26-31, 34, 36 кадрах.

В качестве стимула выступает логотип, а в качестве реакции – частота воздействия на орган зрения.

Режимы подкреплений:

1. Режим с постоянным интервалом: 20, 22 и 24 кадры; 34 и 36 кадры.
2. Режим с постоянным соотношением: 26 - 31 кадры.

Анализ с позиции гештальтпсихологии.

Таблица 1. – Контрастность

Кадр	Фигура(цвет)	Фон(цвет)	Контраст
3	Кремовый, телесный	Темный	Сильный
6	Телесный	Светлый	Сильный
12	Черный, желтый, телесный	Светло-темный	Сильный
14	Белый, черный, телесный	Светло-темный	Средний
16	Красный, черный, телесный	Светло-темный	Средний
18	Кремовый, телесный	Золотистый, светлый	Средний
19	Телесный	Темный	Сильный
22	Розовый, синий	Светлый	Сильный
24	Желтый, телесный	Темный	Сильный
26	Бардовый, черный, телесный	Темный	Слабый
28	Красный, светло-кремовый	Темный	Сильный
29	Красный, телесный	Светлый	Сильный
32, 34	Белый	Темный	Сильный

Таблица 2. – План

Крупный план	Средний план	Общий план
15 кадров (+ переходы)	13 кадров (+ переходы)	11 кадров (+ переходы)
38,46%	33,33%	28,2%

Чем крупнее снят объект, тем меньше времени требуется для его восприятия [2, с 117].

Таблица 3. – Повторяемость

Частота появлений главной героини в кадрах	Частота появлений спортсменок в кадрах	Частота появления логотипа фирмы «Nike»
16	13	12
42%	34%	31,5%

Женское тело в рекламе вызывает больше эмоций и лучше запоминается [2, с 117].

Хорошее восприятие рекламного ролика достигается за счет: сильного контраста, возникающего между фигурой и фоном; кадров, снятых крупным и средним планами; повторяемости определенных образов и интенсивности их воздействия;

Анализ с позиции психоанализа. Рекламный ролик создает социальный капитал для бренда через эксплуатацию гуманистических и личностных ценностей. К этим ценностям можно отнести свободу, равенство, индивидуальность, независимость и самовыражение. Также в основу ролика положена идея сублимации посредством спорта.

В начале рекламного ролика используется прием «инфантильного регресса» [3, с 231]. За основу взят мотив старой детской песни. Цель – вызвать чувство ностальгии, настроить на восприятие рекламного сообщения, снизить критичность восприятия.

Если говорить об закругленных формах, символизирующих женское начало, то к ним можно отнести: окно, сцену, мяч, интерьерные арки, внутреннюю архитектуру театра и люстры. К вытянутым формам можно отнести лишь трубу, на которой подтягивалась А. Котельникова.

Конфликты в ролике представлены: внутренним, связанным со свободой выбора, и социальным – противопоставление индивидуального общественному в борьбе за самовыражение.

Обнаружить скрытые сексуальные мотивы можно в следующих кадрах:

12 Кадр. Содержание: Балерина, стоя в пол-оборота, плавным движением опускает руку и устремляет свой взгляд на исполнительницу.

19 Кадр. Содержание: В партере легкоатлетка К. Сивкова стоит в позе «низкого старта».

22 Кадр. Содержание: В партере начинает подтягиваться тренер А. Котельникова.

24 Кадр. Содержание: В партере со своего места встает актриса И. Горбачева и демонстративно срывает с себя черное платье.

Анализ с позиции когнитивной психологии. При создании рекламного ролика использовался закон Фехнера, согласно которому ощущения прямо пропорциональны логарифму интенсивности раздражителя [4]. Эффективное воздействие достигается не за счет громких звуков, ярких цветов, многословных текстов, а за счет менее интенсивных средств.

Внимание привлекается и удерживается за счет динамично развивающегося сюжета, в котором есть: 1. Завязка (1 – 15 кадры); 2. Развитие действий (16 – 24 кадры); 3. Кульминация (25 кадр); 4. Развязка (26 – 31 кадры).

Воздействие рекламы на зрительные, слуховые органы и продуманный сюжет позволяют ей формировать осмысленные и законченные образы. Эти образы сливаются в общую картину и поэтому хорошо запоминаются. Запоминаемость рекламного ролика также достигается за счет использования стихотворной формы в сообщении и использования узнаваемых знаков и символов. Звуковые эффекты создают ощущение присутствия. Расставляют необходимые акценты в кадрах, тем самым усиливая эмоциональное воздействие в 12, 14, 18–25 кадрах.

В конце рекламного ролика применяется «Эффект Зейгарник». Человек с большей степенью вероятности запомнит прерванные действия, чем завершённые [5]. В нашем случае это нанесенный удар по воротам. Применение данного эффекта усиливает прием «начала и конца».

Таким образом, психологический анализ рекламного ролика Nike «Из чего же сделаны наши девчонки?» подтвердил применение приемов манипуляции и использование теоретической базы таких психологических направлений, как бихевиоризм, гештальтпсихология, психоанализ и когнитивная психология. Эффективность применения приемов подтверждает тот факт, что ролик российского офиса Nike получил «Золотого льва» в 2017 году на фестивале рекламы в Каннах [6].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бихевиоризм и маркетинг: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zg-brand.ru/statiy/marketing/bikheviorizm_i_marketing/ – Дата доступа: 08.09.2018.
2. Геращенко Л. Психология рекламы. Учебное пособие. М.: АСТ: Астрель, Хранитель, 2006. - 298 с.
3. Змановская, Е.В. Современный психоанализ. Теория и практика. / Е.В. Змановская. - СПб.: Питер, 2011. - 288 с
4. Зазыкин В. Психология и психоанализ рекламы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://textfighter.org/text14/110_vnimanie_reklame_byit_2.php – Дата доступа: 08.09.2018.
5. Эффективная реклама и эффект Зейгарник: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mgn.com.ua/effektivnaya-reklama-i-effekt-zejgarnik/> – Дата доступа: 08.09.2018.
6. Беляков Е. Ролик Nike «Из чего же сделаны наши девчонки?» получил «Золотого льва» на фестивале рекламы в Каннах: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/news/9301-rolik-nike-iz-chego-zhe-sdelany-nashi-devchonki-poluchil-zolotogo-lva-na-festivale-reklamy-v-kannah/> – Дата доступа: 08.09.2018.

УДК 659.1.01

ПОНЯТИЕ «СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ»: МЕТОДЫ, ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ**П.А. ШИШКО***(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)*

Раскрыто понятие социальной рекламы. Подробно рассматриваются функции, задачи, методы социальной рекламы.

Одним из способов привлечения внимания к проблемам общества является социальная реклама. В последнее время, этот прием набирает впечатляющие обороты. Такая реклама окружает нас повсеместно, хоть иногда ее и трудно отличить от политической или подвидов коммерческой рекламы. Существует множество определений термину «социальная реклама», обусловленных разным подходом исследователей. Однако если обобщить, то социальная реклама – это реклама, спонсируемая некоммерческими институтами, призванная формировать и поддерживать в сознании людей общечеловеческие ценности. Главным предназначением является привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества, возможности их преодоления и изменения отношения к ним.

Современное общество находится на таком уровне развития, когда человеку помимо удовлетворения материальных и физиологических потребностей, необходимо достижение высокого уровня духовного развития. Поэтому перед социальной рекламой поставлены следующие задачи:

- 1) формирование общественного мнения;
- 2) привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;
- 3) активизация действий по решению проблем общественной жизни;
- 4) формирование позитивного отношения к государственным структурам;
- 5) укрепление социально значимых институтов гражданского общества;
- 6) формирование новых типов общественных отношений;
- 7) изменение поведенческой модели общества [2].

Социальная реклама может выполнять разные функции и задачи, но основная ее цель - кратко и образно показать идею, ценностную установку, модель поведения, информацию о социально значимой проблеме, ориентирующую поступки человека относительно некоего идеала, закреплённого в той или иной культуре и воспринимаемого положительно [1].

Основными функциями социальной рекламы являются следующие:

1. Информационная функция заключается в привлечении внимания к актуальным социальным проблемам, информировании о способах их решения и профилактики, а также о деятельности некоммерческих организаций или государственных структур и предоставляемых ими социальных услугах.

2. Идеологическая функция - с помощью социальной рекламы возможно создание положительного имиджа конкретных ведомств и преодоление отрицательного образа некоторых государственных организаций в глазах общественности.

3. Воспитательная функция социальной рекламы тесно связана с необходимостью включать процесс социализации, создания социально одобряемых поведенческих установок (например, отказ от курения, алкоголя и другие элементы здорового образа жизни).

4. Социальная функция включает в себя формирование (и изменение) общественного сознания, ответственности по отношению к социальным проблемам и базовым общественным ценностям [2].

Социальная реклама может способствовать улучшению функционирования общества через повышение качества информационного обслуживания населения и культуры социальной жизни в целом.

Основные методы реализации социальной рекламы:

1. Устная реклама, передача которой происходит с помощью радио. С его помощью у каждого человека выстраивается собственная визуальная картина или образ, оказывающий положительное воздействие на человеческое подсознание.

2. Фотография также считается одним из элементов распространения рекламы. Благодаря ней текст приобретает большую достоверность, у людей появляется чувство сопереживания к изображению.

3. Социальный плакат – средство, обладающее глубокими историческими корнями.

4. Листовки – определенный жанр и форма реализации социальной рекламы. На них изображается иллюстрация вместе с текстом, призывающим к определенному действию [3].

Основные темы социальной рекламы:

1. Безопасное осуществление жизнедеятельности. Преследуются такие цели, профилактические меры по отношению к преступности, направленность на развитие городской инфраструктуры.

2. Проблемы, связанные с достижением равноправия, а также социальных гарантий. Используется это для решения таких задач, как соблюдение женских прав, а также прав пожилых людей, уважительное отношение к старшим, проявление терпимости к инвалидам, и др.

3. Проблемы, связанные с экологической ситуацией. К этому относится химическая безопасность, продвижение идей, напрямую связанных с рациональным использованием природных ресурсов.

4. Развитие общества в сфере образования.

На сегодняшний день социальная реклама является местом экспериментов. Можно отметить, что это большее искусство, нежели создание рекламы коммерческого типа. Коммерческая реклама создается для пробуждения в человеке желания приобрести товар, то есть выполнить список определенных действий. Основная цель социальной рекламы заключается в побуждении изменить и пересмотреть отношение общества обычным действиям, или актуальным проблемам современности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голуб, О.Ю. Социальная реклама / О.Ю. Голуб. – М. : Дашков и К, 2011. – 180 с.
2. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама / Г.Г. Николайшвили. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
3. Паршенцева, Н. Социальная реклама [Электронный ресурс] / Н. Паршенцева. – 2009. – Режим доступа: <http://gekoboz.spb.ru>. – Дата доступа: 10.09.2018.

УДК 659.1(476)

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

П.А. ШИШКО

(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)

Исследована социальная реклама как новый способ решения проблем современного общества. Рассмотрена белорусская социальная реклама, посвященная основным темам: безопасность населения, реклама в поддержку семьи и защиты жизни, пропаганде патриотизма и белорусской идентичности.

На сегодняшний день Беларусь располагает сформированным рекламным рынком. Много внимания уделяется социальной наружной рекламе. Сегодня в стране размещено более 20 тысяч рекламных конструкций. Существуют особые региональные концепции развития такого рода рекламы, в соответствии с которыми местная власть взяла на себя обязательство всячески содействовать развитию и модернизации этого рынка. Каждый год принимаются нормативные документы для регулирования сферы рекламы, что говорит о её непрекращающемся развитии.

Первый Закон «О рекламе» был принят в Беларуси в 1997 г. Согласно этому Закону под рекламой понимается «распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о юридическом или физическом лице, товарах (рекламная информация), которая предназначена для неопределённого круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим юридическому или физическому лицу, товарам и способствовать реализации товаров» [1].

В первом в истории Беларуси, нормативно-правовом акте, касающемся рекламы, было сформулировано законодательное определение социальной рекламы: «Социальная реклама - информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера». Впоследствии дефиниция рекламы была в белорусском законодательстве расширена.

Помимо общего определения социальной рекламы в Законе «О рекламе» социальной рекламе была посвящена отдельная статья – 16, в которой регламентировались вопросы создания, размещения и распространения социальной рекламы в белорусском государстве. В соответствии с Законом:

Деятельность юридических и физических лиц по распространению социальной рекламы и передаче своего имущества, денежных средств другим юридическим и физическим лицам для распространения социальной рекламы признается благотворительной деятельностью и осуществляется на безвозмездной основе [2].

Основные темы социальной рекламы в Республике Беларусь:

1. Белорусская идентичность (язык, культура, история). В связи с проблемой исчезновения белорусского языка из оборота, а как известно язык основа смыслового наполнения культуры, особое внимание в социальной рекламе РБ уделяется определению белорусской идентичности, приобщению белорусов к родному языку и культуре. Для достижения этой цели проводится специальная культурная политика, в ходе которой осуществляется ряд социальных компаний. Один из них был запущен в августе 2011 года, под названием «Смак белорускай мовы». Инициатором этого проекта выступило предприятие «Белвнешреклама». На улицах столицы появились большие билборды, на которых изображаются разные ягоды, а их названия прописаны на белорусском языке. Первый билборд с большим изображением арбуза появился на улице Богдановича в городе Минске. Фотография ягоды на белом фоне сопровождается подписью «кавун» и переводом на русский язык. При помощи этой рекламы предполагалось показать мелодичность белорусского языка [3].

2. Пропаганда патриотизма. Еще одно важное направление социальной рекламы - формирование и поддержка государственного суверенитета страны. Провозглашаются ценности белорусского патриотизма. Например, весной 2010 года стали появляться плакаты из серии «Я люблю Беларусь», на которых вместо слова «люблю» использовалась композиция или мини-сюжет в форме сердца. Такая социальная реклама призвана вызвать патриотические чувства у белорусов и показать гостям из других стран какие ассоциации возникают у граждан, при упоминании о Белоруссии. Авторы решили не использовать госсимволику и постарались сделать современные сюжеты, которые бы легко воспринимались представителями целевой аудитории. Слоган был подобран по принципу одинакового написания, как на русском, так и на белорусском языках.

3. Реклама в поддержку семьи и защиты жизни. На протяжении последних 20 лет в Беларуси наблюдаются проблемы в сфере функционирования семьи - растет число разводов и аборт. По статистике 2017 года, на 1000 браков приходится 483 развода и в среднем на 100 родов 25 абортов. Беларусь

занимает одно из первых мест в мире по количеству аборт. Ежегодно у нас не рождается около 30 000 детей. Поэтому существует реклама в поддержку семьи и защиту жизни. Один из таких рекламных проектов начал свою деятельность с лета 2012 года в Бобруйске. Инициатором и организатором являлся руководитель городского центра поддержки семьи, материнства и детства «Покрова» Андрей Зубенко. Сама реклама представляет собой красочные плакаты с трогательным изображением и слоганами: «Позволь мне родиться — и я буду любить тебя!», «Если я появлюсь на свет, я буду удивлять тебя!», «Хочу быть братиком! Рожайте!», «Мы тебя любим и ждем!», «Если я появлюсь на свет — я буду радовать тебя!», «Мы призываем сохранять каждую жизнь!» и другие направленные против абортов и единственных детей в семье.

4. Безопасность населения. Много внимания уделяется пропаганде безопасности на дорогах и в чрезвычайных ситуациях. Один из таких проектов - «Гордимся, что научили!» - обучающий рекламный проект, который был запущен осенью 2016 года по инициативе МЧС. Плакаты и постеры с таким слоганом появились на улицах белорусских городов. Проект призван мотивировать родителей обучать безопасности детей. В рамках кампании спасатели разработали материалы для детей и родителей – книги, прописи, расписания, другую наглядно-изобразительную и сувенирную продукцию.

Важным условием развития социальной рекламы в республике является создание конкурентной творческой среды с обязательным вовлечением в эту деятельность различных организаций и граждан. В Республике Беларусь проводится множество рекламных компаний для решения социально значимых проблем, связанных с безопасностью населения, патриотическим воспитанием, приобщением к белорусской культуре и языку, защитой семьи. Следует отметить, что с каждым годом социальная реклама становится более качественной и креативной, однако, все уступает зарубежным странам. На это есть ряд причин, среди них: низкий уровень материального обеспечения, большое количество ограничений, недостаточная компетентность специалистов и т.д. Над социальной рекламой в Беларуси еще много нужно работать. Чтобы определенная проблема вызвала общественный резонанс, о ней необходимо говорить так, чтобы все услышали.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-З. – Минск, 2012. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.09.2018.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 18 февраля 1997 г. № 19-З. – Минск, 2012. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.09.2018.
3. Шуманская К. О. В столице появилась особая социальная реклама из серии "Вкус белорусского языка" [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.tvr.by/rus/society.asp?id=52986>. – Дата доступа: 20.09.2018.

УДК321.02

ПОЛИТИЧЕСКИЙ СЛОГАН: ФОРМА, СОДЕРЖАНИЕ И ФУНКЦИИ

И.А. ЯКОВЛЕВ

(Представлено: канд. ист. наук, доц. Н.В. ДОВГЯЛО)

В настоящее время специалисты по организации политических кампаний предпочитают использовать не традиционные обозначения девиз, лозунг и призыв, а специализированное выражение слоган: данная терминологема прочно закрепилась не только в профессиональном жаргоне политологов-практиков, но и на страницах периодической печати. [1, с.399].

Политический слоган предвыборной кампании кандидата или политической партии – это концентрированное выражение основной идеи (акцента, сообщения, предложения) предвыборной кампании. Он должен отражать основные, наиболее важные проблемы (чаще одну или две), существующие в рамках конкретного электорального поля (район, город, область и т. д.).

Слоган формулируется по результатам проведенных исследований предвыборной ситуации в рамках единой концепции информационного воздействия. Слоган, как и весь рекламный материал, также должен тестироваться по показателям запоминаемости, эстетичности, информативности и побудительности. Задача любого слогана, лозунга или девиза - пообещать улучшение, предложить выход, испугать, озадачить, указать на недостатки и т. д. Одним словом, “позвать за собой” [2, с.122].

Функции, выполняемые политическим слоганом:

- выделение и идентификация определённой социальной (целевой) группы;
- маркировка («обозначение») кандидата, его идеологическое знамя;
- сплочение и мобилизация группы для голосования за определённого кандидата (политической партии).

Если говорить о содержании, то, как правило, политическое воззвание, лозунг или политический слоган, может представлять из себя, одну из следующих конструкций:

- декларация определённых ценностей, апеллирование к ним;
- сравнение (противопоставление) ценностей;
- декларацию целей (символических или реальных), призыв к определённому действию;
- использование групповых противоречий и социальных проблем, демонстрацию уверенности в себе, в правоте своего дела;
- обещание, заверение, уверение, угрозу, устрашение;
- убеждение, внушение.

Следует рассмотреть каждую конструкцию более подробно, чтобы определить наиболее удачное использование каждой и познакомиться с реальным историческим примером использования такой конструкции.

Использование ценностей при составлении слогана (в контексте политической борьбы) представлено в следующей таблице 1.

Таблица 1. – Использование ценностей при составлении лозунга

Тип политического слогана (лозунга)	Ситуация наиболее эффективного применения	Исторический пример
Декларация ценностей	В обществе известны наиболее важные для большей части населения ценности (или же эти ценности продвигаются, как наиболее важные для большинства)	“Свобода, равенство, братство!” “Православие, самодержавие, народность!” “Демократия, рынок, права человека”
Обращение к общегрупповым ценностям	В группе существуют ценности, являющиеся сильным мотивом к какому-либо действию	“За веру, царя и отечество!” “За Родину!” “За нашу и вашу свободу”
Противопоставление ценностей	Мотивом к какому-либо действию выступает именно противовес ценностей. Подчеркивается непримиримость с другими возможными исходами и предложениями.	“На щите или со щитом!” “Германия превыше всего!” “Социализм или смерть!” “Без демократии суверенитету — нет”

Ключевым отличием данных типов политического слогана рассмотренных выше, является ситуация их использования. В первом случае политический слоган выступает в роли вывески, которая информирует об идеалах, которые представляет кандидат или политическая партия.

Во втором и третьем случае политический слоган звучит как призыв к конкретному действию. Такой слоган служит в качестве мобилизационного призыва, уловив который, лояльный данным ценностям электорат должен встать на их защиту. Отдать свой голос, выйти на баррикады или же выразить свою поддержку любым иным способом – это определяется контекстом использования и общеполитической ситуацией в регионе использования таких призывов.

Следующий тип конструкции политических призывов будет обращаться к какой-либо цели или конкретному действию (табл. 2).

Таблица 2. – Использование целей при составлении слогана

Тип политического слогана (лозунга)	Ситуация наиболее эффективного применения	Исторический пример
Декларация целей (реальных или символических), призыв к определенному действию	Оговариваемая цель отражает интересы преобладающего числа населения	“Карфаген должен быть разрушен!” “Вся власть Советам!” “Объединение Германии железом и кровью!” “Слабым — заботу, сильным — работу”

Основной целью такого слогана будет обращение внимания на то, что политическая сила, которая использует его, ставит приоритетной ту цель, которая является приоритетной для всех. Часто цель выбирается достаточно символическая и невозможная, однако именно такие цели влияют на электорат, как желание политической силы идти до конца.

Большую популярность имеют слоганы, которые используют групповые противоречия или существующие социальные проблемы (табл. 3).

Таблица 3. – Использование кризисов при составлении слогана

Тип политического слогана (лозунга)	Ситуация наиболее эффективного применения	Исторический пример
Противопоставление словес населения (классов) и их интересов	Наличие сильного социального расслоения, хорошо развитое самосознание внутри больших групп, существуют явные мотивирующие противоречия между группами населения	“Кто не с нами — тот против нас!” “Пролетарии всех стран, соединитесь!” “Мир хижинам — война дворцам!”
Проблемный	Определена явная проблема и/или найден выход из проблемной ситуации	“Больше демократии, больше социализма!” “Богатому острову — честного губернатора!”
Демонстрация уверенности в себе, в правоте своего дела	Наличие харизматичного лидера и кризисной ситуации	“Если не я, то кто?” “Я подыму Россию с колен!”

Групповая идентичность и групповое самосознание играют важную роль в процессе политической борьбы. Избиратель часто мыслит в рамках своей группы, с которой себя соотносит. Это может быть территориальная группа, религиозная, классовая, национальная и так далее. Многие политические силы стараются сплотить избирателей в одной группе и апеллировать к интересам именно этой группы. В такой ситуации между такими группами часто возникает конфликт интересов, и политическая борьба получает еще больший накал, а лозунги, обращающие внимание на эти противоречия, набирают наибольшую популярность.

Осознание проблемы, существующей в обществе или государстве, выставление на ней акцента или же провозглашение пути решения – это, как правило, риторика оппозиционных сил, которая всегда имеет определенную популярность. Зачастую такие слоганы используют и популисты.

Наличие кризисной ситуации всегда является наиболее благоприятным моментом для восхождения харизматичного лидера. Такому лидеру будут свойственны сильные слоганы с эгоцентричным или агрессивным посылом, которые будут работать только в явно кризисной ситуации.

Достаточно обыденный уровень политической борьбы сводится к обещаниям и угрозам. Использование этих двух простейших форм при составлении политического слогана представлено в следующей таблице 4.

Таблица 4. – Обещания и угрозы при составлении слоганов

Тип политического слогана (лозунга)	Ситуация наиболее эффективного применения	Исторический пример
Обещания, заверения, уверения	Известны желания и помыслы электората (или дефицит чего-либо)	“Земля — крестьянам, фабрики — рабочим, мир — народам!” «Либерализация экономики — это быстрое повышение материального благосостояния людей”
Угроза, устрашение	Существует возможность (финансовая, организационная, административная и т.д.) для формирования страха или чувства массового психоза	“Социалистическое Отечество в опасности!” “Голосуй или проиграешь!” “Нет человека, нет проблем”

Несмотря на свою банальность и частоту использования обещания и угрозы остаются одним из основных инструментов агитации во время политической борьбы.

Электорат ждет от кандидата или представителя какой-либо политической силы неких обещаний, которые будут отвечать интересам обеих сторон. Обещания, которые исходят от политических сил, не всегда подразумевают их исполнение, но всегда отвечают интересам электората.

Под угрозой подразумевается предостережение о последствиях в случае не правильно принятого решения. Угрозой может пользоваться как действующая власть, говоря об опасностях перемен, смены курса или каких-либо действиях, противоречащих интересам государства, так и оппозиция, угрожая углублением кризисной ситуации, стагнации политических процессов или же продолжением бесчинства власти. Так же политический лидер может делать акцент на то, что общество стоит на пороге ужасного кризиса, и только он знает, как обойти его.

Последняя конструкция, которая будет рассмотрена, строиться на использовании внушения (табл. 5).

Таблица 5. – Убеждение при составлении слогана

Тип политического слогана (лозунга)	Ситуация наиболее эффективного применения	Исторический пример
Призыв, убеждение, внушение	Призывы имеют сильное влияние на мысли воспринимающего их. Достигается высокий суггестивный эффект.	“Наше дело правое — мы победим!” “Бороться против врагов бога, нации и человечества!” “В борьбе обретёшь ты право своё” “Рыбаки, выбирайте эдилом Попидия Руфа”

Созданные таким образом слоганы должны иметь высокую степень убеждения. Автор такого слогана должен обладать умением повлечь за собой, авторитетом и навыком обаяния масс.

Рассмотренные с помощью таблиц выше, типы конструкций политических слоганов являются наиболее распространенными. Использование такой классификации помогает определить многие факторы использования политического слогана: его целевую аудиторию, время использования, личность того, кто его использует, направленность политических сил и так далее. Все эти характеристики можно отнести к мотивации создания и использования каждого конкретного слогана.

По своей форме политический слоган, как и любой другой рекламный материал, может представлять собой парадокс, гиперболу или метафору. Слоган, как правило, выстраивается на основе одного из принципов построения, а именно:

1. Качественное сравнение. Данный принцип включает в себя сравнение кандидата с его конкурентами, либо сравнивается ситуация, которая имеет место быть сейчас с той, которая будет после победы кандидата (политической партии). В такой ситуации основной посыл слогана будет заключаться в простых формулировках: “Я лучше своего конкурента”, “Я изменю ситуацию”.

2. Противопоставление. В данном случае речь идет уже не о сравнении, а именно противопоставлении. Здесь подразумевается реализация следующего кода: “Конкурент плохой – я хороший”, “Ситуация плохая – я сделаю её хорошей”.

Во втором случае эффективным является контекстуальное противопоставление. Например, слоган: “Богатому острову - честного губернатора!” неявно подразумевает, что все остальные кандидаты – нечестные люди.

Таким образом, можно заключить, что политическая реклама во многих своих методах тесно переплетается с коммерческой. Так, если коммерческая реклама внушает покупателю, какой выбор сделать при покупке товаров в магазине, то политическая — какому кандидату или партии отдать голос во время выборов. По мнению многих специалистов, кандидат или партия – тот же товар, значит, рекламировать

его можно похожими методами, а предвыборная ситуация вполне адекватно может быть описана в «рыночных» терминах, хотя уподобление политика «товару», подлежащему «продаже», до сих пор вызывает споры как среди отечественных, так и среди зарубежных специалистов в области политических коммуникаций

ЛИТЕРАТУРА

1. Пушкарева, В.Г. Политический менеджмент / В.Г. Пушкарева. – М. : Дело, 2002. – С. 399.
2. Ильясов, Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф.Н. Ильясов // М. : ИМА-пресс, 2000. – С. 122.

УДК 321.02

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО СЛОГАНА В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ
(НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)****И.А. ЯКОВЛЕВ***(Представлено: канд. ист. наук, доц. Н.В. ДОВГЯЛО)*

Рассматриваются периоды развития политических компаний, в целом, и политических текстов, в частности, анализируются политические слоганы, используемые в рамках президентской избирательной кампании 2018 г. различными кандидатами и политическими силами

Современные российские политологии выделяют несколько периодов развития политических компаний, в целом, и политических текстов, в частности.

Первый период - 1990-1993 гг. - это переломные годы, которые изменили политическое устройство, самосознание и идеологию общества. Непрофессионализм – отличительная черта предвыборных компаний данного периода. Политическая реклама воспринималась обществом, как некая западная экзотика, вследствие чего не вызвала особой заинтересованности у “заказчиков”. Основными инструментами создания политического образа и борьбы за власть, стал опыт советской эпохи и слепое копирование западных образцов. Примерами подражательства советским лозунгам могут служить следующие слоганы новой России:

- “Россияне! Освободимся от коммунистического рабства”;
- “Нет – демагогам, да – практикам!”. (В. Медведев, выборы депутатов Государственной Думы РФ по Нижневартовскому избирательному округу, 1993).

Второй период - 1994-1999 гг. Можно сказать, что именно этот период дал старт росту внимания к различным PR-технологиям. Новые, энергичные политики стали все чаще приглашать зарубежных специалистов для составления своей предвыборной кампании, в то же самое время отечественные специалисты набирались опыта у таких советников и учились на собственных ошибках предыдущего периода. Политическая реклама того времени получила много новых черт и характеризовалась, с одной стороны, креативным подходом в исполнении заказов и ответов на вызовы того времени: “Голосуй или проиграешь!”, “Выбирай сердцем!” (Б. Ельцин, выборы Президента РФ, 1996), но с другой, - не могла отделаться от “шефства” советского лозунга: “Вся власть народу!” (А. Смирнов, выборы депутатов Государственной Думы РФ по Нижневартовскому избирательному округу, 1994); “Народ и «ЯБЛОКО» едины» (Российская объединённая демократическая партия “Яблоко”, 1998). Одной из отличительных особенностей политической рекламы этого периода явилось обращение к фольклору и малым жанрам устного народного творчества - пословицам и поговоркам, чтобы было обусловлено тенденцией того времени - возвращения к “исконно русской” культуре: “Не все то яблоко, что хрустит”, “ЯБЛОКУ – Яблоково” (Российская объединённая демократическая партия “Яблоко”, 1998). Распространённым явлением становятся рифмованные слоганы: “Воля РОДа - воля народа!” (Российское Общенародное движение, выборы депутатов Государственной Думы РФ, 1995); “Наше здоровье - депутату подспорье” (В. Палий, выборы депутатов Думы Тюменской области по Нижневартовскому избирательному округу, 1997). Идеологичность и высокопарность постепенно уходят на второй план - всё чаще звучат слоганы, апеллирующие к “частному”, “малому”.

Третий период – начало 2000 г. - настоящее время. Этот период можно охарактеризовать, как наиболее стабильный в политической жизни современной России. Большое значение в выборах стал играть “административный ресурс” кандидатов и их сторонников: «Филипенко. Югра. Россия» (региональное отделение Всероссийской политической партии “Единая Россия”: , выборы депутатов Государственной Думы РФ по Нижневартовскому избирательному округу, 2007); “Команда нашего мэра” (кандидаты от Нижневартовского местного отделения Всероссийской политической партии “Единая Россия”, выборы депутатов Думы г. Нижневартовска, 2006). С языковой точки зрения формирования и организации слогана наступило время обращения к чувству рациональности и аргументированию, отказа от лишнего пафоса и “сакральной” составляющей слогана. Имиджмейкеры и их заказчики стараются не апеллировать к «великому», а обращать внимание на конкретные проблемы, предложения и действия, добавлять конкретику: “Держитесь, мужики. Мы своего добьёмся!” (региональное отделение политической партии “Патриоты России”, выборы депутатов Государственной Думы РФ по Нижневартовскому избирательному округу, 2007); “Каждый человек должен иметь крышу над головой!” (региональное отделение политической партии “Справедливая Россия”, выборы депутатов Государственной Думы РФ по Нижневартовскому избирательному округу, 2007). Понижение накала пафосности в выступлениях и слоганах можно связывают с тем, что в XXI в. большое влияние на общественное сознание оказывают “потреби-

тельские технологии”, которые эксплуатируют и аккумулируют повседневные потребности населения, а не идеи о великом или “светлом будущем”. Из этой практичности вытекают основные послылы содержания слоганов: “Малообеспеченным — социальное жильё!” (Ю. Истомин, выборы депутатов Думы г. Нижневартовска, 2006) [1, с. 23-26].

Последние несколько лет в России отмечается подъем оппозиционных и “виртуальных” призывов от политических сил, не имеющих собственных представителей в парламенте, не представленных в каких-либо государственных структурах, и зачастую, не принимающих участия в выборах всех уровней. Это совершенно новое явление для политической жизни Российской Федерации. Такие призывы и слоганы чаще всего носят антиправительственную направленность, отличаются простотой, а иногда и сленговой составляющей, используют колкие выражения. Такие слоганы, как правило всегда были свойственны “уличной” оппозиции, но на современном этапе они перекочевали к “интернет оппозиции”. Это обусловлено стремлением объединиться для достижения определенных целей. В любом случае такое явление представляет интерес для дальнейшего анализа и изучения.

Для более наглядного изучения внедрения и использования различных слоганов в политической жизни Российской Федерации обратимся к конкретным примерам их использования, в частности на президентских выборах 2018 г.

В избирательной гонке 2018 года приняло участие большое количество кандидатов – 8:

- Владимир Путин – действующий президент Российской Федерации, самовыдвиженец, кандидат от власти;
- Павел Грудинин – кандидат, выдвинутый КППФ, предприниматель;
- Владимир Жириновский – кандидат, выдвинутый ЛДПР, председатель парламентской партии ЛДПР;
- Ксения Собчак – кандидат, выдвинутый партией “Гражданская инициатива”, член политсовета партии “Гражданская инициатива”;
- Борис Титов – кандидат, выдвинутый “Партией Роста”, Уполномоченный по защите прав предпринимателей в России, председатель “Партии роста”;
- Григорий Явлинский – кандидат, выдвинутый партией “Яблоко”, экономист, политический деятель;
- Максим Сурайкин – кандидат, выдвинутый партией “Коммунисты России”, председатель партии “Коммунисты России”;
- Сергей Бабурин – кандидат, выдвинутый партией “Российский общенародный союз”, политический, государственный и научный деятель.

Владимир Путин, кандидат от действующей власти, победил на выборах, набрав рекордные для президентских выборов в России 76,69% голосов избирателей. Его программа строилась вокруг обещания улучшить жизнь граждан России, заняться внутренней политикой и улучшить позиции страны на международной арене [2].

Основные слоганы кандидата практически не изменились с последних выборов и сохранили все те же смыслы и оттенки: “Сильный президент – сильная Россия!” – наиболее тиражируемый предвыборным штабом кандидата слоган, который использовался в виде основного и по сути единственного слогана Владимира Путина. Слоган сформулирован за счет создания образа самого Владимира Путина, как человека сильного, волевого, способного управлять страной в кризисное время, во время мировой напряженности. “Сильный президент – сильная Россия!” – слоган, который использует человек, которому уже не нужно что-то доказывать своим избирателям и противникам. Такой слоган подчеркивает, что его фигура равна по силе всей стране и что именно он может максимально эффективно реализовать возможности президента России.

“Россия настоящего и будущего” – менее часто используемый слоган Владимира Путина, который в большей степени использовался слоганом политической программы кандидата. Слоган не совсем удачный ввиду того, что может восприниматься в негативном ключе: “без изменений”, “выбора нет”.

Павел Грудинин, кандидат, который набрал 11,77% (занял второе место на этих президентских выборах). Был выдвинут кандидатом в президенты от КППФ, выступал новую индустриализацию и восстановление аграрного сектора экономики страны. Список используемых им и партией, которая его поддерживала слоганов [3]:

- “Справедливость. Родина. Народ”;
- “Вернем страну народу”;
- “Грудин – наш президент”;
- “Президент, которого мы ждем”;
- “Кандидат от народа”.

Предвыборная кампания данного кандидата вообще очень противоречива. С одной стороны, это кандидат от партии КПРФ и в общем-то политическая программа, которую он представлял, соответствует интересам партии, которая его выдвинула, однако сама личность кандидата не совсем соответствует такой программе. “Вернем страну народу” – слоган, который отражает пункт программы по реформированию парламента России, однако этот же слоган должен привлекать внимание рабочего класса, как слоган утверждающий борьбу с олигархией, которая управляет страной. Однако, учитывая, что Павел Грудинин, сам является достаточно успешным предпринимателем, такой слоган выглядит достаточно иронично.

“Справедливость. Родина. Народ” – трансформация советских слоганов, под менее исторически привязанную формулировку. Такой слоган отражает направленность на приверженность идеям сильной власти, однако является морально устаревшим слоганом, ввиду чрезмерно часто используемой схемы построения данного вида слоганов.

“Грудинин – наш президент”, “президент, которого мы ждем” – слоганы, которые используются для выстраивания ассоциативного ряда “мы – наш – Грудинин”. Что, как правило является весьма удачно формулировкой, ввиду того, такой слоган очень быстро запоминается и вызывает положительные эмоции. “Ждем” – слово, которое используется в слогане с целью создания эффекта затянутого ожидания события, то есть, происходит попытка создания некоторого подобия триггера, при котором избиратель, отдающий голос за кандидата будет испытывать чувство радости от того, что ожидание закончилось.

“Кандидат от народа” – не самый удачный слоган с точки зрения составления (исходя из личности, которая его использовала), однако в тоже время, пример наиболее успешного использования предвыборного слогана в интернете и распространения его среди молодежи. Этот слоган получил вирусное распространение ввиду того, что пользователи социальных сетей восприняли этот слоган, как шутку и продолжили создавать различные вариации своих шуток на эту тему. Таким образом данный слоган стал наиболее узнаваемым в интернете (на момент предвыборной компании).

Владимир Жириновский получил поддержку 5,65% избирателей и занял третье место. Политическая программа кандидата включала в себя, прежде всего пункты о реформе административного деления страны, преобразовании парламента, ужесточения миграционной политики. Исходя из политической программы своей партии и политической программы, с которой кандидат шел на выборы (программа “мощный рывок вперед”) были составлены следующие слоганы [4]:

- “ЛДПР – счастливая Россия!”
- “Ни одного безработного, бездомного, голодного”;
- “Назад – в деревню”
- “Не мешайте работать!”
- “Россия, ее природа и демократия — для всех: для русских и других народов страны”.

Наиболее удачным слоганом можно назвать “ЛДПР – счастливая Россия!”. Слово счастье вообще редко используется в политических слоганах, что выделяет такой слоган среди прочих. Несмотря на то, что слоган достаточно абстрактный, он создает ощущение некой домашней атмосферы, что также играет положительную роль ввиду положительных ассоциаций.

“Ни одного безработного, бездомного, голодного” – слоган, который указывает на стремления кандидата убедить избирателей в том, что его победа избавит страну от перечисленных проблем и повысит социальный уровень жизни граждан.

“Назад – в деревню” – слоган, который отражает стремление поднятия уровня жизни в сельской местности и привлечения туда молодых кадров, Слоган, достаточно запоминающийся и явно выделяющийся среди других, однако он очень отпугивает урбанизированную молодежь, что негативно сказывается на избирательной гонке.

“Не мешайте работать!” – слоган, который использует ЛДПР в значении: “другие партии, не мешайте работать ЛДПР”, однако использование такого слогана на каких-либо выборах весьма сомнительно ввиду того, что здесь нет четкого выраженного адресанта и адресата, что делает его непонятной фразой негативного оттенка. В данном случае было бы лучше заменить такой слоган на: “Помогайте ЛДПР работать!”. Такой слоган можно было бы обыгрывать в двух вариантах. Во-первых, “граждане, помогайте работать нашей партии”, что способствовало бы мобилизации партийного электората, а во-вторых, “партии, помогите старшему брату”, что усиливало бы политическую борьбу и привлекало новые силы к данному кандидату.

“Россия, ее природа и демократия — для всех: для русских и других народов страны” – слоган, который используется для привлечения русского электората, с националистическими предпочтениями и является очередным примером неудачного использования слогана в политической борьбе. Такой слоган отталкивает “другие народы” от голосования за данного кандидата, а длинная формулировка имеет малые шансы на запоминаемость.

Внимание СМИ и всей политической сферы российского общества привлекло участие в выборах Ксении Собчак. В России она была известна, прежде всего, своим образом ведущей развлекательных

программ, а также эпатажным образом “светской львицы”. По результатам выборов, Ксения Собчак набрала 1,68% голосов, и это стал наибольшим результатом для кандидата женского пола за всю историю выборов президента России. Особенностью предвыборной кампании Ксении Собчак была ориентация на молодежь, оппозиционные силы и отсутствие четко выраженной политической программы. Достаточно интересными выглядят слоганы, которые использовал ее предвыборный штаб [5]:

- “Кандидат против всех!”;
- “За молодость. За Смелость. За Собчак”;
- “За правду. За свободу. За Собчак”;
- “#ЗАСОБЧАКПРОТИВВСЕХ”;
- “Моя кампания – это ваша кампания”.

Предвыборная кампания Ксении Собчак строилась в ключе отсутствия в избирательном бюллетене графы “против всех” и, по ее словам, отсутствия реальной оппозиции. “Кандидат против всех” – слоган, который показывает, что есть Ксения Собчак, как кандидат и есть “все остальные”. Посыл слогана сводится к реальной оппозиции кандидата и “мнимых” соперников действующей власти. Слоган, достаточно оригинальный и запоминающийся, ввиду того, что это первый слоган о кандидате, который не за что-то, а против всех.

“За молодость. За Смелость. За Собчак”, “За правду. За свободу. За Собчак” – слоган, который должен привлекать своей простотой молодое поколение избирателей, а также играет на протестных настроениях населения, требующих новых лиц в правительстве. Простота формулировки и простота графического оформления такого слогана создавали ощущение нового веяния политических программ и слоганов, характеристикой которых будет минимализм. Стоит отметить, что слоган выполняет свою основную задачу – он привлекает внимание и захватывает внимание зрителя, несмотря на то, что он весьма абстрактный.

“#ЗАСОБЧАКПРОТИВВСЕХ” – стоит отметить этот слоган, как первый в России слоган с хештегом, что делает его, ориентированным на молодое поколение, которому свойственен абсентеизм и малая восприимчивость предвыборных агитаций. Безусловно, такой слоган привлекает внимание избирателей, в котором они могут увидеть своего кандидата, живущего с ними в одно время и разделяющего их интересы.

“Моя кампания – ваша компания” – используется игра слов, где под “моя кампания” подразумевается программа и идеи кандидата, а под “ваша компания” – дружелюбность ее направленности для избирателя.

Избирательная кампания выборов президента Российской Федерации 2018 года, показала, что политические силы, политики и имиджмейкеры в России весьма далеко шагнули в отрасли политтехнологий. Использование новых смыслов, подбор слоганов узкой и весьма точной направленности, демонстрирует, что предвыборная борьба и ее правила развиваются и становятся все более прогрессивными. Изменение в подходах к составлению предвыборных слоганов у таких политических сил, как КППРФ и ЛДПР, которые являются ветеранами политической борьбы в России, показывает, что общественно-политическая мысль и понимание политической борьбы не стоит на месте и не является показательными декорациями, а реальным инструментом соперничества и конкуренции на внутриполитической арене страны.

С помощью правильно подобранных слоганов и позиционирования их в старых и новых средствах массовой коммуникации, Ксения Собчак, человек, который никак не относился к политике ранее, смог завоевать доверие большого количества избирателей и обойти политиков, которые занимаются этим достаточно большое количество времени. Это подтверждает тот факт, что технологии диктуют новые условия практики использования слов и значений, однако сила политических технологий и манипуляций смыслами продолжает играть огромную роль в политической борьбе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быкова, О.Н. / Теоретические и прикладные аспекты речевого общения / О.Н. Быкова // Красноярск : Сибир. федер. ун-т, 2009. – С. 23–26.
2. Выборы Президента Российской Федерации 2018 года [Электронный ресурс] // Центральный избирательный комитет России. – 2018. – Режим доступа: <http://www.vybory.izbirkom.ru/region/izbirkom?action=show&global=1&vrn=100100084849062®ion=0&prver=0&pronetvd=null>. – Дата доступа: 30.04.2018.
3. Официальные документы ЦК КППРФ [Электронный ресурс] // Коммунистическая партия Российской Федерации. – Режим доступа: <https://kprf.ru/officia>. – Дата доступа: 30.04.2018/
4. Мощный рывок вперед – 2018 [Электронный ресурс] // Либерально-демократическая партия России. – 2018. – Режим доступа: https://ldpr.ru/leader/Powerful_leap_forward_2018. – Дата доступа: 30.04.2018.
5. Архив новостей [Электронный ресурс] // За Ксению Собчак. – Режим доступа: <https://sobchakprotivvseh.ru/blog/archive>. – Дата доступа: 30.04.2018.

УДК 159.99

ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ АГРЕССИИ И НАСИЛИЯ

Д.С. ЛЕДОХОВИЧ

(Представлено: канд. ист. наук, доц. Н.В. ДОВГЯЛО)

Представлен анализ понятий «агрессия» и «насилие», рассмотрены основные формы и виды данных явлений, а также причины их возникновения.

Насилие сопровождает нашу жизнь ежедневно, ежечасно, незаметно для людей, потому что это стало нормой. Проблемы, связанные с насилием и агрессией, были и остаются одними из глобальных и неискоренимых. Разнообразные формы проявления агрессии и насилия можно наблюдать абсолютно во всех уголках нашей планеты и на всех этапах общественно-исторического развития. Зачем люди причиняют страдания друг другу, каковы причины межличностных и глобальных конфликтов? На эти вопросы нет чёткого ответа, но изучение таких явлений, как агрессивность и насилие, поможет лучше разобраться в данной проблеме.

Стоит отметить, что нет единого подхода к определению понятий «насилие» и «агрессия». Более того, существует большое количество других понятий, используемых при описании одной и той же проблемы. Например, злоупотребление, принуждение, эксплуатация, враждебность. Имеется много ошибочных представлений, когда люди испытывают насилие и не считают это насилием, потому что воспринимают силу как норму.

Хайдеггер в своих работах определил, что «сущность насилия не имеет никакого отношения к окружающему насилию, страданиям, войне, разрушениям и так далее; сущность насилия состоит в насильственном характере самого насаждения/основания самой новой формы сущности, раскрытия общего бытия» [8].

Часть исследователей (в частности, Б. Крэйхи) понимает насилие как некий подтип агрессии, который относится к крайним формам физической агрессии. Безусловно, насилие в форме физической агрессии может быть направлено как на людей, так и на предметы окружающего мира и преследовать цели, связанные с нанесением повреждения [5].

«В самом слове «насилие» уже скрывается отрицательная оценка: «насилие» есть деяние произвольное, необоснованное, возмутительное...», - с этим заявлением И. А. Ильина можно согласиться [4, с. 43].

Что же писал Э. Фромм о проблеме «насилия-агрессии»? Автор в своих работах на первом плане рассматривал социальные факторы, которые влияют на развитие характера. Насилие, по его словам, – это способ, провоцирующий агрессию и закрепляющийся в поведении. Агрессия, в свою очередь, – это ответная реакция. Таким образом, насилие – это социально-психологический механизм, с помощью которого формируется и закрепляется отношение человека к ситуации, к другим людям [7].

В качестве примера можно привести определение, которое дал агрессии Л. Берковиц. Под этой категорией он понимал «любую форму поведения, которая нацелена на то, чтобы причинить кому-то физический или психологический ущерб» [1, с. 7].

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что у каждого человека в характере присутствует агрессивность. У кого-то она имеет оборонительные проявления, у кого-то, возможно, уже перешла и в деструктивную область. Но как бы это ни было каждый человек должен стремиться предотвращать появление агрессии и контролировать её. Так, некоторые психологи считают, что агрессия – это врождённое качество человека, связанное с инстинктивными порывами. Другие соотносят данное понятие с необходимостью в осуществлении разрядки человека, третьи воспринимают её как проявление социального обучения человека, возникшего на основании прошедшего опыта.

Таким образом, обращая внимание на вышеперечисленные определения, можно предложить развернутое определение для интересующих нас понятий. Насилие – это преднамеренное и принудительное физическое или психологическое воздействие одного человека (группы, общества) на другого человека (группу, общество). Главная цель насилия — заставить человека что-то испытать (например, чувство унижения, страха) или совершить действие или поступок (или не дать это сделать) против его желания.

Также было представлено множество определений для понятия «агрессия», поэтому целесообразно будет объединить их и определить агрессию как намеренное целенаправленное и наступательное поведение, в котором присутствует стремление причинить серьёзный физический и психологический ущерб другому лицу.

Виды агрессии очень разнообразны. Но всё же следует разобраться и разделить их с целью более чёткого понимания причин и дальнейших способов борьбы с этой серьёзной проблемой современности.

Философы, историки и политологи, классифицируют и систематизируют «насилие», предлагая определённые критерии разделения, что отражает сложность этого явления.

Славой Жижек – один из смелых и глубоких исследователей современных идеологий, автор книги «О насилии». В настоящее время Славой Жижек считается одним из самых авторитетных европейских специалистов в области проблем взаимоотношений человека и социума. Какую же идею он пытается донести до читателей в своей работе «О насилии»?

Жижек рассматривает три вида насилия: системное, субъективное и символическое. Самое простое и знакомое каждому из нас, как считает исследователь, это - субъективное насилие, которое имеет вполне конкретного "автора" и заключается в том, что действия субъекта насилия яростно вырываются из рамок допустимого поведения. Однако это только вершина айсберга. Символическое насилие не так очевидно, но при желании вполне заметно вооруженным глазом: это насилие языка и насилие. В общем, любое посягательство одного человека на мировоззрение другого с целью разрушить то, во что второй верит и убедить его в том, во что верит первый. Иными словами - это борьба интерпретаций, смыслов и дискурсов [3].

Жижек отмечает, что третий тип насилия обеспечивает существование первых двух - это систематическое насилие. Распознать систематическое (или объективное) насилие не так-то просто, потому что оно является элементом повседневности и воспринимается как нормальное состояние вещей, таковым не являясь. Основная проблема в том, что системное насилие не подразумевает наличия субъекта, оно анонимно.

По мнению автора, люди привыкли сегодня связывать насилие с преступлениями и терактами, не говоря уже о масштабных войнах. Нужно научиться отстраняться, освобождаться от чар этого непосредственно зримого «субъективного» насилия, насилия, совершаемого какой-либо четко опознаваемой силой. Следует понять, что ведет к появлению подобных вспышек насилия. Отстранение позволяет нам распознать насилие, которое лежит в основе самих наших попыток борьбы с насилием и содействия толерантности.

Жижек рассматривает и приводит в пример различные формы насилия — от прямого физического (массовые убийства, террор) до идеологического (расизм, речь-ненависть, половая дискриминация) [3, с. 5].

Насилие возникает по множеству причин и может проявляться в самых разнообразных действиях.

В первую очередь, следует рассмотреть интерпретацию насилия, предлагаемую психоаналитиком Ролло Мэем. В опубликованной книге «Сила и невинность» Мэй утверждает, что агрессия часто порождается бессилием и обусловленным им стремлением человека утвердить собственную ценность и значимость. Он также подчеркивает импульсивный характер многих насильственных действий:

В своей наиболее типичной и простой форме насилие представляет собой выброс накопившейся страсти [6].

Когда человека (или группу людей) в течение определенного периода времени подвергали лишению того, что он считает своими неотъемлемыми и законными правами, когда он постоянно испытывает чувство бессилия, которое все больше разъедает самооценку, насилие становится вполне предсказуемым конечным результатом. Насилие представляет собой результат взрывного процесса, побуждающего к разрушению.) [1, с. 54].

Следует согласиться с данным утверждением, под это описание можно отнести людей, которые переживают депрессивное расстройство. Депрессивные люди обычно чувствуют себя бессильными, на основе этого может появиться побуждение к насилию.

По мнению ряда исследователей, основными критериями того или иного агрессивного акта или насильственного действия выступают: намерение причинить вред; нанесенный вред; нарушение социальной нормы [2].

Возникают вопросы нижеперечисленные вопросы. Одержимы ли люди инстинктом насилия? Что такое инстинкт?

В течение столетий различные исследователи человеческого поведения верили в существование стремления к насилию. И в последние годы немало теоретиков, включая профессиональных зоологов и психиатров, настаивают на том, что мы рождаемся с сильным побуждением ненавидеть и уничтожать. Одним из таких теоретиков был Конрад Лоренц, нобелевский лауреат, основатель этологии — науки, изучающей поведение животных в естественных условиях. Лоренц отстаивал точку зрения о том, что люди, как и другие виды животных, обладают врожденным агрессивным драйвом [1, с. 279].

Симона Вейль выдвинула интересные идеи, которые затрагивают тему проявления агрессивного поведения в обществе.

Желание собственности и власти легитимно, поскольку оно позволяет индивиду достичь независимости от других. Однако соперники в конфликте всегда склонны требовать большего. Им всегда мало, они никогда не бывают удовлетворены. Они не знают, как остановиться; они не знают меры. Желание требует больше, гораздо больше, чем необходимость.

«В желании всегда есть чувство беспредельности», — пишет Симона Вейль. Прежде всего, люди стремятся к власти, чтобы не подчиняться другим. Но если они не будут осторожными, то вскоре могут переступить рубеж, после которого начнут стремиться подчинять других. Соперничество между людьми может быть преодолено только тогда, когда каждый человек ограничит свои желания. «Ограниченные желания, — отмечает Вейль, — находятся в гармонии с миром, тогда как неограниченные желания нарушают ее» [3, с. 29].

Некоторые исследователи полагают, что растущая в обществе готовность прибегать к агрессии, скорее всего, связана с увеличивающимся числом людей, считающих себя вправе мстить тем, кто, по их мнению, поступил с ними несправедливо. Гневные реакции выражаются как в грубости и словесных оскорблениях, так и в росте количества преступлений, связанных с насилием, и массовых убийств. Другие авторы часть вины за широкое распространение агрессии относят на счет переизбытка сцен насилия, демонстрируемых с кино- и телеэкранов.

Преступления на телеэкранах значительно более жестоки и агрессивны, чем в реальном мире, и у телезрителя может сформироваться представление о жизни в современном обществе как о более опасной и brutальной по сравнению с действительностью. Если некоторые люди заимствуют с телеэкранов такое ложное представление о жизни, не повлияет ли это на то, как они будут обращаться с другими людьми? [1, с. 6].

С этим можно согласиться, так как действительно, на сегодняшний день на зрителей «выплескиваются» большое количество сцен, связанных с драками и убийствами.

Проблемы, связанные с агрессией и насилием очень актуальны на сегодняшний день. Неизбежно ли насилие? Пожалуй, трудно или даже невозможно целиком исключить насилие из социальной жизни. Вовсе не потому, что человеческие существа от природы злы или обладают врожденным желанием убивать и уничтожать. Когда столько различных факторов способствуют проявлению агрессии, крайне трудно исключить насилие в современном обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берковиц, Л. Агрессия: причины, последствия и контроль / Л. Берковиц. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 512 с.
2. Волков, Е.Н. Критерии, признаки, определения и классификации вредящего психологического воздействия: психологическое травмирование, психологическая агрессия и психологическое насилие / Е.Н. Волков // Журнал практического психолога. – 2002. – № 6. — С. 183–199.
3. Жижек, С. О насилии / С. Жижек. – М. : Европа, 2010. – С. 184.
4. Ильин, И.А. О сопротивлении злу силой / И.А. Ильин. – М. : ДАРЪ, 2005. – С. 66.
5. Крэйхи, Б. Социальная психология агрессии / Б. Крэйхи. – СПб. : Питер, 2003.
6. Мэй, Р. Сила и невинность: в поисках истоков насилия / Р. Мэй. – М. : Смысл, 2001. – 319 с.
7. Фромм, Э. Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм. – М. : АСТ, 2006. – С. 395.
8. Хайдеггер, М. Введение в метафизику / М. Хайдеггер ; пер. с нем. Н.О. Гучинской. – СПб. : Высшая религиозно-философская школа, 1997. – С. 118–133.

УДК 159.99

**КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ, ИМЕЮЩИХ АГРЕССИВНОЕ ЗНАЧЕНИЕ
В ПОСЛАНИЯХ ПРЕЗИДЕНТОВ
(РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ, РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИИ, РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)**

Д.С. ЛЕДОХОВИЧ

(Представлено: канд. ист. наук, доц. Н.В. ДОВГЯЛО)

Представлены результаты контент-анализа текстов Посланий Президентов Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан за 2018 г., а также сравнение и интерпретация полученных данных.

Насилие и агрессия в политических процессах встречается в самых различных формах. Стоит отметить, что с каждым годом в президентских посланиях увеличивается количество слов, имеющих агрессивный посыл. Это является одной из главных причин для проведения контент-анализа Посланий Президентов за 2018 г. (рис.). Данный контент-анализ включает в себя как количественный, так и качественный анализ текста.

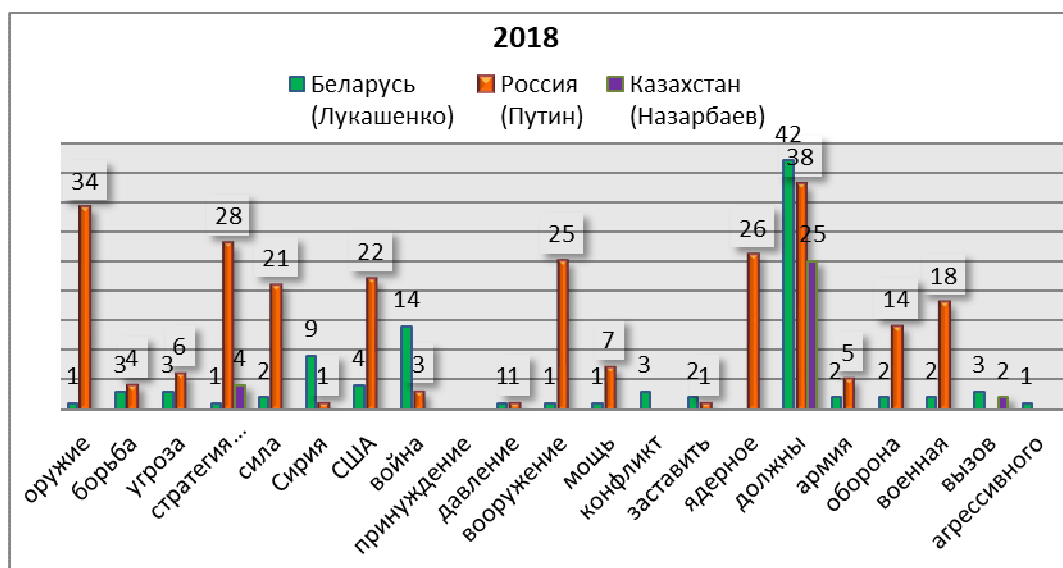


Рисунок. – Послания Президентов за 2018 г.

Для анализа были выбраны следующие страны: Республика Беларусь, Российская Федерация, Республика Казахстан. Почему же были выбраны именно эти страны? Причина в том, что данные страны граничат с Республикой Беларусь и их внешняя политика напрямую связана с нашей национальной безопасностью.

Были найдены и проанализированы выступления президентов за 2011, 2012, 2017, 2018 гг., но в статье акцент сделан на выступлениях за 2018 г.

«Лидерами» в выступлении Президента России можно назвать несколько терминов, таких как: «должны» – 38 раз, «оружие» – 34 упоминания, «стратегия», «ядерное», «вооружение», «США», «сила», «военная». В своём выступлении Владимир Путин, используя видео презентацию, продемонстрировал ряд новых российских вооружений, включая ракету, которая может «достичь любой точки в мире», добавляя то, что «мы на шаг впереди». Половина послания было посвящено теме «оснащённости Вооружённых Сил современным оружием», а именно 9 страниц заняла информация о «новейшем, высокотехнологичном оружии последнего времени». Стоит отметить многократное использование словосочетаний «стратегическое оружие» в послании Путина: «хорошо известно, что страны с высоким уровнем научного потенциала и передовыми технологиями активно разрабатывают так называемое гиперзвуковое ору-

жие. В этой связи понятно, почему ведущие армии мира стремятся обладать таким идеальным на сегодняшний день стратегическим оружием. Уважаемые друзья! У России такое оружие есть. Уже есть» [5].

Как заметил президент, «растущая военная мощь России – это надёжная гарантия мира на нашей планете, поскольку эта мощь сохраняет и будет сохранять стратегическое равновесие и баланс сил в мире».

В послании 2018 года, в отличие от предыдущих, образ внешнего врага проявляется конкретнее. В связи с этим возрастает число употребления таких слов, как: «оружие» (увеличение по сравнению с 2011 г в 17 раз), «США», «ядерное» (увеличение по сравнению с 2011 г в 26 раз), «вооружение», «сила» и другие (табл.). Как говорил в 2017 году Владимир Путин: «мы совершили прорыв в области разработки и внедрения новых вооружений, выводящий нас в безусловные лидеры по военной мощи». Главный враг для него и для России – это не США. «Отставание – вот главная угроза и вот наш враг», – говорит Путин.

Таблица. – Послания Президента России

Россия	Медведев 2011	Путин 2012	Путин 2018
оружие	2	0	34
борьба	2	1	4
угроза	0	2	6
стратегия	7	1	28
сила	16	20	21
Сирия	0	0	1
США	1	3	22
война	0	4	3
принуждение	1	0	0
вооружение	8	2	25
мощь	1	1	7
конфликт	1	1	0
заставить	1	1	1
ядерное	1	1	26
должны	22	41	38
армия	4	2	5
оборона	5	4	14
военная	10	4	18
вызов	1	2	0
агрессивного	0	1	0
безопасность	8	6	12
насилие	2	1	0
Итого:	95	98	266

В отличие от В.В. Путина, Н. Назарбаев использует слово «стратегия» в положительном контексте: «Стратегия национальной безопасности страны», «Стратегия развития Казахстан-2050». Президент Казахстана в своём послании больше использовал слова, имеющие положительный оттенок такие как: развитие – 23 раз, технологии – 16, внедрение, программы, задачи, рост, эффективность. Н.А. Назарбаев сохраняет нейтральность относительно использования агрессивных слов.

Что касается Беларуси, то на ключевые слова в послании А.Г. Лукашенко в 2018 г. могут претендовать: «должны» – 42 раза (больше, чем у остальных президентов) Также намного чаще чем его коллеги из других стран, президент упомянул термины «война» – 14 раз и «Сирия» (9 раз) Глава государства обратил внимание, что в основе всех современных конфликтов – борьба за ресурсы, контроль за их торговыми потоками и в конечном счете доминирование на мировых рынках. Прекратите использовать Сирию как полигон для испытания и тренировок», – призвал Президент Беларуси. «Но Сирия здесь не исключение, а, скорее, логичное продолжение всем известной истории, включающей Ирак, Ливию, Иран и другие государства», – добавил белорусский лидер.

Также в послании присутствуют и такие термины как «безопасность» – 8, «борьба» – 3, «угроза» – 3 упоминания. Президент с сожалением констатировал, что в мире вновь делается ставка на силу, в том

числе военную, как способ обеспечения и продвижения своих интересов. «Раздаются голоса о возврате холодной войны, даже больше – ледяной. Это взрывоопасная ситуация. Она со всей очевидностью демонстрирует, насколько хрупким может быть мир», – отметил он.

Контент-анализ позволяет сделать некоторые выводы относительно выбранных стран. По полученным данным - послание В.В. Путина 2018 года можно назвать «агрессивным» из-за содержания в нём большого количества слов, имеющих отрицательный оттенок. Слова президента производят достаточно серьезный психологический эффект. Таким образом, контент-анализ показывает то, что послания Президента Федеративному Собранию РФ являются текстами стратегического назначения.

Президент Казахстана в своих посланиях больше использовал слова, имеющие положительный оттенок. Н.А. Назарбаев старается сохранять нейтральность относительно использования агрессивных слов. Президент Беларуси употреблял слова, имеющие агрессивный оттенок, для того чтобы отметить рост напряженности и конфронтации в мире.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выступление Президента Литовской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rubaltic.ru/article/politika-i-obshchestvo/08062017-ezhegodnoe-poslanie-dali-gribauskayte-versiya-rubaltic-ru/>. – Дата доступа: 15.05.2018.
2. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/>. – Дата доступа: 18.05.2018.
3. Послание Президента к Верховной Раде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://strana.ua/news/91541-poslanie-poroshenko-k-rade-2017-polnyj-tekst-na-russkom-jazyke-i-video.html>. – Дата доступа: 12.05.2018.
4. Послание Президента РК народу Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khabar.kz/ru/news/item/101137-opublikovan-tekst-poslaniya-prezidenta-rk-n-nazarbaeva-narodu-kazakhstana>. – Дата доступа: 15.05.2018.
5. Послание Президента Федеральному Собранию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/>. – Дата доступа: 12.05.2018.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<i>Сарвари Р.Д.</i> Конвергенция и интеграция в инклюзивной экономике Республики Беларусь	3
<i>Ходунова Е.С.</i> Миграционные установки молодежи Республики Беларусь	6
<i>Ходунова Е.С.</i> Молодежная политика Республики Беларусь и миграция	9
<i>Атаев К.</i> Основные показатели и тенденции развития Витебской области. Экономико-географическое описание области	12
<i>Атаев К.</i> Методология исследования размещения производительных сил	16
<i>Гурченок М.А.</i> Экономика знаний: сущность и особенности формирования в Республике Беларусь	20
<i>Балабашикина С.Н.</i> Роль человеческого капитала в инновационном развитии Республики Беларусь	23
<i>Игнатьева А.В., Медведь А.И.</i> Подходы к развитию оценки инвестиционного климата и стимулированию инновационной деятельности в Республике Беларусь	27
<i>Баранова А.В.</i> Анализ социального развития ОАО «Витебский мясокомбинат»	30
<i>Баранова А.В.</i> Направления совершенствования социального развития в ОАО «Витебский мясокомбинат»	34
<i>Гарбукова Е.С.</i> Роль интернет-технологий в развитии государств, регионов и организаций	38
<i>Гарбукова Е.С.</i> Сущность и место интернет-потенциала в системе потенциалов региона	41
<i>Гарбукова Е.С.</i> Роль интернет-потенциала в укреплении конкурентоспособности государств и регионов	44
<i>Гимро Н.Н.</i> Методика анализа рисков коммерческих организаций	48
<i>Гимро Н.Н.</i> Методы оценки рисков коммерческих организаций	51
<i>Голуб А.П.</i> Анализ методов оценки качества жизни населения: отечественный и зарубежный опыт	55
<i>Голуб А.П.</i> Качество жизни населения регионов Республики Беларусь: критерии и оценка	59
<i>Граблевская И.В.</i> Оценка инвестиционной привлекательности города Новополоцка в сравнении с другими городами Витебской области	63
<i>Граблевская И.В.</i> Методический подход к оценке инвестиционной привлекательности города Новополоцка	66
<i>Дрбас С.</i> Анализ и оценка внешней торговли Республики Беларусь	69
<i>Дрбас С.</i> Инструменты стимулирования экспорта товаров и услуг в Республике Беларусь: субсидии, кредитование, демпинг	72
<i>Камеко О.А.</i> Формирование теоретического базиса категории «теплоэффективность» существующих объектов жилищного фонда города	75
<i>Камеко О.А.</i> Усовершенствованная методика формирования источников финансирования капитального ремонта жилищного фонда города	78
<i>Камеко О.А.</i> Методика реструктуризации существующего механизма расчета стоимости капитального ремонта жилищного фонда города	82
<i>Княп М.С.</i> Инновации как основа инклюзивного роста в Республике Беларусь	85
<i>Княп М.С.</i> Концептуальные практические основы развития инновационной деятельности в Республике Беларусь	88
<i>Потуремская Д.В.</i> Обеспечение демографической безопасности в контексте стратегии устойчивого развития Республики Беларусь	90
<i>Потуремская Д.В.</i> Анализ демографической ситуации в Новополоцке	92
<i>Скопьюк И.Ф.</i> Анализ и оценка применения стратегии брендинга в маркетинговой деятельности организаций в Республике Беларусь	95
<i>Скопьюк И.Ф.</i> Теоретические основы, сущность и значение брендинга в маркетинге	98
<i>Коршунова М.С.</i> Теоретико-методологические основы исследования факторов, определяющих продолжительность жизненного цикла зданий и сооружений	101
<i>Сковородко В.А., Иванов А.Р.</i> Перспективы развития «зелёной» экономики в Республике Беларусь	104
<i>Ярыгина Г.Н.</i> Теоретические основы влияния технологических изменений на социально-экономические параметры в отрасли информационных технологий	107
<i>Ярыгина Г.Н.</i> Модели и концепции внедрения инновационных решений ИТ-отрасль	110

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Борейко М.А. Экологическая безопасность как условие устойчивого развития экономики	113
Борейко М.А. Сущность и классификация производственных отходов как экономической составляющей экологической безопасности	116
Вертинская Е.И. Проблема оценки возвратных отходов на современном этапе развития экономики	119
Вертинская Е.И. Экономическая сущность понятия отходы и их классификация	122
Лавринович Л.В. Экономическая сущность, состав и классификация криптовалюты как объекта бухгалтерского учета	128
Лавринович Л.В. Новый вид финансовых активов	132
Полущук А.В. Методика аудита хозяйственных операций по учету доходов и расходов от текущей деятельности	135
Полущук А.В. Экономическая сущность доходов и расходов от текущей деятельности как объектов бухгалтерского учета, анализа и контроля	139
Полущук А.В. Бухгалтерский учет доходов от текущей деятельности в контексте сближения МСФО	144
Сотниченко Н.А. Направления аудита в контексте обеспечения экономической безопасности бизнеса	148
Василевич Д.Ю. МСФО: основные аспекты формирования консолидированной отчетности	152
Харченко А.А. Экономическая сущность и классификация радиоактивных отходов как объекта бухгалтерского учета	155
Якимец О.Ю. Сущность, классификация и учет водопользования у организаций, приобретающих воду за плату	158

ФИНАНСЫ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Трубченко В.А. Валютное регулирование и контроль как основные составляющие валютной политики Республики Беларусь	161
Трубченко В.А. Валютное регулирование и контроль в Республике Беларусь в свете либерализации валютного законодательства	165
Голякович М.В. Инвестиционная деятельность предприятий: краткий анализ основных направлений	168
Голякович М.В. Положительное и отрицательное влияние иностранных инвестиций на национальную экономику страны-реципиента	171
Полторак Т.Ю. Комплексная оценка финансовых рисков коммерческого банка	173
Полторак Т.Ю. Основные процедуры и участники процесса управления финансовыми рисками коммерческого банка	176
Полторак Т.Ю. Управление доходностью коммерческого банка с использованием различных моделей оценки стоимости капитала, скорректированных на риск	179
Рудак В.Д. Антиинфляционная политика Республики Беларусь	182
Рудак В.Д. Инфляционные процессы в Республике Беларусь на современном этапе	185
Траценко О.Л. Методика определения лояльности клиентов коммерческого банка	188
Траценко О.Л. Стратегия вовлечения потребителя в процесс производства розничного банковского продукта	192
Сергеев М.А., Кошелева Ю.В. Ценообразующие факторы криптовалютного рынка	197

ЛОГИСТИКА

Аношко В.В. Оптимизация социального обслуживания населения Республики Беларусь на примере города Новополоцка	200
Гречуха В.В. Сущность логистических процессов в складской деятельности предприятий	204
Додонова Е.О. Сущность логистической системы с точки зрения ее инновационного развития	206
Кибароолу Д.Я. Организация и управление транспортно-экспедиционной деятельностью на предприятии	208
Дадашова К.А. Теоретические основы организации мультимодальных перевозок для повышения эффективности закупочной деятельности торговой организации	212
Курчик А.В. Экономическая сущность склада в логистической системе предприятия	217

<i>Курчик А.В.</i> Обоснование функций складов и оценка их экономической эффективности в логистической системе предприятия	221
<i>Курчик А.В.</i> Совершенствование функционирования склада готовой продукции предприятия на основе методов и принципов логистики	224
<i>Максименко В.Г.</i> Управление цепями поставок: сущность, цели и задачи	228
<i>Максименко В.Г.</i> Совершенствование системы управления цепями поставок продукции обувного предприятия на внешний рынок	233
<i>Михневич Е.В.</i> Сущность и особенности учета криптовалюты	236
<i>Рашкевич К.В.</i> Особенности управления международными автомобильными грузовыми перевозками	240
<i>Рашкевич К.В.</i> Инновационный подход к управлению международными автомобильными грузовыми перевозками	242
<i>Соловьёва О.А.</i> Экономическая сущность понятия проектных работ (услуг), выполняемых в Республике Беларусь	247
<i>Ярмош Т.Ю.</i> Значение аутсорсинга в транспортно-логистической сфере	249
<i>Яцына А.В., Яцына М.В.</i> Экономическая сущность понятия «международные грузовые перевозки» как экономическая категория	252
<i>Яцына А.В., Яцына М.В.</i> Анализ системы управления международными грузовыми перевозками в автотранспортной организации	255
<i>Романчук Т.Р.</i> Состояние пенсионной системы в Республике Беларусь	258
<i>Домкина А.В.</i> Управление цепями поставок как драйвер создания конкурентного преимущества предприятия	262
<i>Домкина А.В.</i> Место и роль транспорта в управлении цепями поставок продукции предприятия	265
<i>Фомина К.Ю.</i> Проблемы управления материальными запасами в ОАО «Нафтан» и пути их решения	267
<i>Фомина К.Ю.</i> Совершенствование нормирования материальных запасов на промышленном предприятии	270

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

<i>Савченко М.А.</i> Символ и орнамент как основа миропонимания человека	273
<i>Савченко М.А.</i> Мировой опыт использования традиционного орнамента при оформлении упаковки товаров	275
<i>Белоусова М.А.</i> Сенсорный маркетинг как инструмент продвижения бренда: основные приёмы и эффективность концепции в сфере маркетинговых коммуникаций	278
<i>Белоусова М.А.</i> Сенсорный маркетинг как инструмент продвижения бренда: использование концепции на примере мировых брендов, оценка положения сенсорного маркетинга в Беларуси	280
<i>Белоусова М.А., Голубева В.А.</i> Формирование эмоциональной привлекательности бренда	282
<i>Голубева В.А., Белоусова М.А.</i> Психологическое воздействие рекламы на потребителя	284
<i>Скурат Д.Е.</i> Информационно-коммуникативная компетенция специалиста по социальным коммуникациям	287
<i>Скурат Д.Е.</i> Барьеры понимания и языковая компетенция студентов Полоцкого государственного университета	290
<i>Лапа М.А.</i> Подбор и управление персоналом в IT-компаниях (на примере компании A1QA)	293
<i>Лапа М.А.</i> Влияние методов управления персоналом на сотрудников компании A1QA	297
<i>Разумейко В.В.</i> Основные черты индивидуализированного общества в творчестве Зигмунта Баумана	301
<i>Разумейко В.В.</i> Индивидуализированное общество как причина возникновения политического индифферентизма	304
<i>Савин В.В.</i> Психология рекламы: теоретический вклад психологии в рекламную деятельность	307
<i>Савин В.В.</i> Психологический анализ рекламного ролика Nike «Из чего же сделаны наши девчонки?»	309
<i>Шишко П.А.</i> Понятие «социальной рекламы»: методы, задачи, функции	311
<i>Шишко П.А.</i> Социальная реклама в Республике Беларусь	313
<i>Яковлев И.А.</i> Политический слоган: форма, содержание и функции	315
<i>Яковлев И.А.</i> Использование политического слогана в избирательном процессе (на примере Российской Федерации)	319
<i>Ледохович Д.С.</i> Основные теории агрессии и насилия	323
<i>Ледохович Д.С.</i> Контент-анализ понятий, имеющих агрессивное значение в посланиях президентов (Республика Беларусь, Российская Федерация, Республика Казахстан)	326