

Актуальные проблемы потребительской кооперации

Капитык А. И.,

доктор экономических наук, профессор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Бондаренко О. Г.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Состояние и перспективы развития торгового обслуживания потребительской кооперацией сельского населения Беларуси 3

В статье рассматриваются вопросы состояния и совершенствования торгового обслуживания жителей сельских поселений Республики Беларусь потребительской кооперацией и другими торгующими структурами. Раскрываются особенности функционирования стационарных и передвижных объектов розничной торговли в разных типах сельских поселений. По материалам специального анкетного опроса руководителей и специалистов районного звена торговой отрасли системы Белкоопсоюза предложены направления совершенствования торгового обслуживания сельских покупателей на перспективу.

Ключевые слова: торговое обслуживание; сельские населенные пункты; объекты розничной торговли; сельские покупатели; потребительская кооперация; качество торгового обслуживания.

Введение

Изучение современных проблем функционирования сельской торговли и торгового обслуживания сельских жителей Республики Беларусь имеет в настоящее время очень важное значение. Это связано с целым рядом причин и процессов, происходящих на сельском потребительском рынке страны. Среди них следует прежде всего назвать интенсивное внедрение в последние годы на этот рынок различных торгующих структур и субъектов. При этом данные процессы предопределены как интенсивным развитием рыночных отношений на потребительском рынке Беларуси, так и принятием ряда нормативно-правовых актов, способствующих функционированию и развитию в сельской местности различных торгующих субъектов, ранее практически отсутствовавших на этом рынке. Среди таких новых актов следует назвать Указ Президента Республики Беларусь от 22 сентября 2017 года № 345 «О развитии торговли, общественного питания и бытового обслуживания», который, прежде всего, касается развития в сельской местности объектов указанных отраслей, принадлежащих частным структурам, включая индивидуальных предпринимателей. В то же время и в нынешних условиях потребительская кооперация остается главной крупной структурой, осуществляющей торговое обслуживание сельских жителей Беларуси. Особенно это касается жителей многочисленных мелких и небольших деревень страны. Учитывая эти обстоятельства, изучение вопросов реального состояния торгового обслуживания сельского населения потребительской кооперацией и другими торгующими структурами имеет важное научное и практическое значение как для нынешнего периода, так и для разработки соответствующих направлений развития данного обслуживания на перспективу.

Преподавателями Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации в процессе обоснования результатов научно-исследовательской работы по теме «Разработка стратегии формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли в рамках обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь», выполняемой на конкурсной основе по линии Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований, проведено

масштабное анкетное обследование руководителей и специалистов торговой отрасли потребительской кооперации по вопросам состояния и совершенствования торгового обслуживания сельского населения страны. Проведение такого обследования методом анкетирования потребовало от исполнителей данной НИР подготовительной работы, включая методическую проработку вопросов такого исследования, разработку анкет для экспертов – руководителей и специалистов торговой отрасли районных организаций потребкооперации, разработку самого механизма проведения данного обследования.

Для анкеты опроса руководителей и специалистов характерна соответствующая логика построения и формулировка включенных в анкету вопросов. Данные вопросы отражают:

- форматы розничных торговых объектов, обслуживающих жителей разных типов сельских поселений, наличие этих объектов;
- формы осуществления розничной торговли в сельских населенных пунктах; сравнительную оценку руководителями и специалистами результативности и качества работы кооперативных автомагазинов и автомагазинов других торгующих структур;
- мнения руководителей и специалистов о результативности и качестве работы стационарных магазинов потребкооперации и магазинов других собственников;
- преимущества и угрозы наличия в сельских поселениях нескольких торговых объектов, принадлежащих потребкооперации и другим собственникам;
- направления улучшения обслуживания сельского населения стационарными торговыми объектами и автомагазинами потребкооперации;
- перспективы рационального построения торгового обслуживания сельского населения, проживающего в разных типах сельских населенных пунктов, с учетом роли потребкооперации и субъектов других форм собственности в этом процессе;
- фактическую роль потребкооперации в обслуживании покупателей сельских поселений по соответствующим показателям. В анкету были включены и другие важные вопросы по изучаемым проблемам.

Обследование проводилось в период с июля 2017 года по февраль 2018 года.

Репрезентативность выборки определяется ее территориальным охватом (все области Республики Беларусь), охватом значительной части сельских покупателей страны, охватом всех категорий сельских населенных пунктов (аггородки, поселки (негородские), крупные и средние деревни, мелкие деревни – до 50 жителей).

На вопросы данной анкеты отвечали руководители и специалисты торговой отрасли всех областей Республики Беларусь – 43 районных потребительских обществ (райпо) и филиалов Гродненского областного потребительского общества (созданных на базе бывших райпо в этой области). Данные райпо и филиалы облпо имеют различные объемы и условия своей деятельности и в целом отражают по этим признакам всю совокупность районных организаций потребкооперации страны. Важность данного анкетного опроса предопределена, как уже отмечалось, тем обстоятельством, что до сих пор организации потребкооперации являются самыми значимыми в торговом обслуживании сельского населения Беларуси. Репрезентативность результатов включенных в данное выборочное обследование райпо и филиалов облпо подтверждается и тем обстоятельством, что они обслуживают весьма значительную часть сельского населения соответствующих областей. Так, в Брестской области обследованные райпо обслуживают 40,4% сельских жителей данной области, в Витебской области – 14,1 %, в Гомельской – 35,0, в Минской – 22,2, в Могилевской – 13,6, обследованные филиалы облпо Гродненской области – 40,2% сельских жителей данной области.

В общей структуре сельских поселений районов, организации потребкооперации которых попали в данное обследование, аггородки составили 7,7%, поселки (негородские) – 3,8, крупные и средние деревни – 45,3, мелкие деревни (до 50 жителей) – 42,8%. Кроме этих основных типов сельских поселений система потребкооперации в некоторых районах обслуживает и жителей других сельских поселений (в том числе сезонно проживающих жителей дачных кооперативов), удельный вес которых составил 5,5% от общего числа сельских поселений.

Как известно, исторически в некоторых крупных сельских поселениях одновременно функционируют несколько кооперативных торговых объектов. Результаты обследования по данному вопросу представлены в таблице 1.

Таблица 1 – **Количество сельских поселений Республики Беларусь, имеющих стационарные магазины потребкооперации (по данным анкетного обследования)**

Тип сельского населенного пункта, число магазинов райпо	Количество сельских поселений, имеющих магазины, ед.	Удельный вес сельских поселений разных типов, имеющих магазины, в общем числе сельских поселений, имеющих магазины, %
Агрогородки, имеющие:		
3 магазина	51	1,95
2 магазина	138	5,28
1 магазин	327	12,52
Поселки, имеющие:		
3 магазина	12	0,46
2 магазина	30	1,15
1 магазин	90	3,45
Деревни, имеющие:		
3 магазина	3	0,11
2 магазина	79	3,02
1 магазин	1 429	54,71
Деревни, имеющие магазин райпо, одновременно обслуживаемые и автомагазином райпо	174	2,82
Другие	279	4,56
Итого	2 612	100
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.		

Таким образом, в общем количестве сельских поселений, имеющих стационарные торговые объекты потребкооперации, более половины занимают деревни, имеющие один кооперативный магазин.

Был выявлен и тот важный факт, что в общем количестве всех сельских поселений страны, удельный вес деревень (в подавляющем числе мелкие), не имеющих стационарного кооперативного магазина, но обслуживаемых автомагазином потребкооперации, также составляет более половины – 54,0%.

Результаты обследования выявили также и то, что в стране находятся деревни, имеющие стационарный кооперативный магазин, жители которых одновременно обслуживаются и автомагазином потребкооперации. Их доля составила 2,8% от общего числа сельских поселений, имеющих кооперативные стационарные магазины.

Обследование показало, что в некоторой части сельских поселений Беларуси одновременно имеются стационарные торговые объекты потребкооперации и других собственников. При этом, в некоторых из них одновременно функционируют и автомагазины разных собственников. В некоторой части деревень, не имеющих стационарного кооперативного магазина, одновременно работают автомагазины потребкооперации и других собственников (таблица 2).

Таблица 2 – **Информация о наличии магазинов и автомагазинов разных собственников в сельских поселениях Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)**

Сельские поселения	Количество сельских поселений, ед.	Удельный вес сельских поселений, имеющих или не имеющих разные магазины, в общей численности сельских поселений, %
Сельские поселения, имеющие:		
магазины потребительской кооперации и других собственников	459	7,02
магазин потребительской кооперации и постоянно или периодически торгующий автомагазин других собственников	239	3,66
магазин потребительской кооперации и постоянно или периодически торгующий автомагазин потребительской кооперации и автомагазин других собственников	156	2,39
Сельские поселения, не имеющие:		
магазин потребительской кооперации, но имеющие магазин или другой стационарный торговый объект других собственников	102	1,56
магазин потребительской кооперации, обслуживаемые одновременно автомагазином потребительской кооперации и автомагазином других собственников	476	7,28
Другие	80	1,22
Общее количество сельских населенных пунктов Республики Беларусь, ед.	6 536	–
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.		

В ходе проведенного анкетного опроса очень важно было выявить характер и состояние зданий, в которых функционируют различные сельские стационарные торговые объекты потребительской операции. Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Характер зданий сельских стационарных торговых объектов потребительской операции Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)

Характер зданий сельских торговых объектов	Количество торговых объектов потребительской операции, ед.	Удельный вес торговых объектов с разным характером зданий в общем их числе, %
Магазины в специально построенных зданиях (помещениях)	1 923	83,75
Магазины в приспособленных зданиях (помещениях)	212	9,23
Павильоны, палатки, лавки, киоски, занимающие все отдельное здание (помещение)	76	3,31
Лавки, киоски, занимающие часть какого-то здания (помещения)	31	1,35
Другие	54	2,35
Итого сельских торговых объектов	2 242	100
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.		

В ходе обследования был выявлен и такой важный показатель, как ассортиментный профиль сельских стационарных торговых объектов потребительской операции (таблица 4).

Таблица 4 – Ассортиментный профиль сельских стационарных магазинов потребительской операции Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)

Магазины с ассортиментом	Количество магазинов, ед.	Удельный вес магазинов разного ассортиментного профиля в общем числе магазинов, %
Магазины:		
продовольственных товаров	630	23,41
непродовольственных товаров	425	15,79
продовольственных и непродовольственных товаров (смешанные)	1362	50,63
продовольственных товаров с небольшим ассортиментом сопутствующих непродовольственных товаров	274	10,18
Итого	2 691	100
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.		

Что касается ассортиментного профиля павильонов, палаток, лавок, киосков потребительской операции, работающих в сельской местности, то 36,7% из них торгуют продовольственными товарами; 26,8% – непродовольственными и 31,1% – продовольственными и непродовольственными товарами.

В ходе анкетного обследования были выявлены основные методы продажи товаров сельскими магазинами потребительской операции. Из всех этих магазинов 34,0% реализуют товары сельским жителям методом самообслуживания, 35,0% – традиционным методом (через прилавок) и 31,0% – методами самообслуживания и через прилавок.

Интересно отметить и то, что в нынешних условиях 36,0% сельских кооперативных магазинов, включая автомагазины, реализуют сельским жителям товары в кредит, а 48,0% указанных магазинов реализуют товары по предварительным заказам покупателей. Последнее характерно для автомагазинов, что имеет важное социально-экономическое значение для обслуживаемых ими жителей мелких деревень, среди которых значительную долю составляют пенсионеры.

В силу различных демографических, экономических и других причин в последние два-три десятилетия в определенной части сельских поселений Республики Беларусь происходило закрытие или сокращение стационарных торговых объектов потребительской операции. Вместо них торговое обслуживание соответствующих покупателей стали осуществлять кооперативные автомагазины, а в некоторых случаях стационарные магазины и автомагазины других собственников. В ходе настоящего обследования изучался и данный вопрос. Результаты показали, что в обследованных районных кооперативных организациях за последние 10 лет по различным причинам было закрыто в сельской местности 774 стационарных магазина, что составляет примерно треть от нынешнего количества кооперативных магазинов в данных районах (таблица 5).

Таблица 5 – Причины закрытия магазинов потребительской кооперации в сельских поселениях Республики Беларусь за последние 10 лет (по данным анкетного обследования)

Причины закрытия магазинов	Количество закрытых магазинов, ед.	Удельный вес закрытых магазинов по разным причинам в общем их числе, %
Наличие в деревне другого магазина потребительской кооперации	59	7,62
Работа в деревне автомагазина потребительской кооперации	119	15,37
Появление в деревне магазина или автомагазина других собственников	44	5,68
Экономическая неэффективность работы закрытого магазина	525	67,83
Другие причины	27	3,49
Итого	774	100

Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.

Подавляющее большинство закрытых сельских магазинов потребительской кооперации перестали в последние годы функционировать по причине их убыточности. При этом данная убыточность в определенной мере была предопределена и постоянным сокращением в мелких и небольших деревнях численности их жителей.

При проведении обследования важно было также выяснить возможности использования в ближайшей перспективе зданий ранее закрытых магазинов потребительской кооперации. Результаты показали, что в настоящее время 73,0% таких зданий сохранились и пустуют, 24,6 – не сохранились или используются по другому назначению, а 2,4% зданий проданы, сданы в аренду, уничтожены или подлежат сносу.

Учитывая наличие в Беларуси очень большого количества мелких сельских поселений, жители которых обычно обслуживаются автомагазинами, в ходе обследования важно было выявить периодичность обслуживания этих жителей автомагазинами потребительской кооперации (таблица 6).

Таблица 6 – Периодичность обслуживания автомагазинами потребительской кооперации сельских поселений Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)

Периодичность обслуживания в неделю	Количество автомагазинов, ед.	Удельный вес автомагазинов по периодичности обслуживания в общем числе автомагазинов, %
Два раза	230	43,64
Три раза	295	55,98
Один раз	2	0,38
Итого	527	100

Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.

При этом следует учитывать, что незначительное число автомагазинов приезжает один раз в неделю в те деревни, где обычно имеется один-два жителя.

Что касается ассортимента профиля сельских автомагазинов потребительской кооперации, то подавляющая их часть реализует жителям села продовольственные товары и отдельные непродовольственные товары, чаще всего по предварительным заказам покупателей (96,8% автомагазинов), и лишь 3,2% автомагазинов продают только продовольственные товары.

Организация работы автомагазинов потребительской кооперации традиционно предполагает два варианта: в первом случае работают продавец товаров и водитель автомагазина, в другом – только водитель, выполняющий и функции продавца. Второй вариант позволяет увеличить заработную плату работника автомагазина (который ее получает как водитель и как продавец). В то же время первый вариант позволяет по известным объективным причинам существенно увеличить количество деревень и жителей, обслуживаемых одним автомагазином, а следовательно, и его товарооборот, а также повысить качество торгового обслуживания жителей мелких деревень, что имеет важное социально-экономическое значение. Результаты обследования показали, что 90,3% автомагазинов имеют водителя и продавца товаров и 9,7% автомагазинов имеют только водителя, одновременно выполняющего функции продавца.

С экономической, организационной и других точек зрения в ходе проведенного обследования важно было выяснить, на каком расстоянии находятся деревни, обслуживаемые кооперативными автомагазинами, от ближайших поселений, имеющих стационарный магазин (магазины). Результаты показали, что это расстояние в разных районах в силу различных объективных причин и факторов, а также в силу выбранной в каждом райпо (филиале облпо) стратегии организации развозной торговли заметно различается. Наиболее часто это расстояние в разных районах составляет: от 1 до 3, от 3 до 6, от 3 до 10, от 1 до 15 и от 3 до 20 км. В некоторых районах эти показатели колеб-

лются в больших диапазонах: от минимального расстояния в 2 километра до максимального расстояния в 50 км.

Для выработки перспективной стратегии и модели формирования комплексной инфраструктуры сельской торговли в Республике Беларусь существенный интерес представляет сравнительная оценка опрошенными руководителями и специалистами результативности и качества работы кооперативных автомагазинов, с одной стороны, и автомагазинов других торгующих структур – с другой стороны. Результаты представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Сравнительная оценка работы автомагазинов потребкооперации и других собственников в сельских поселениях Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)

Критерии сравнения	Удельный вес респондентов в общем количестве респондентов, давших на вопрос следующий ответ			Итого респондентов, %
	в автомагазинах потребкооперации	в автомагазинах других структур	одинаково во всех автомагазинах	
Цены на аналогичные товары ниже	48	45	7	100
Обслуживание жителей деревень регулярно и по графику	90	–	10	100
Ассортимент и качество товаров лучше	68	14	18	100
Уровень торгового обслуживания выше	81	–	19	100
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.				

Важна и сравнительная оценка опрошенными качества работы стационарных магазинов потребкооперации и других собственников, имеющих одновременно в некоторых сельских поселениях Беларуси (таблица 8).

Таблица 8 – Сравнительная оценка работы стационарных магазинов потребкооперации и других собственников, имеющих одновременно в некоторых сельских поселениях Республики Беларусь (по данным анкетного обследования)

Критерии сравнения	Удельный вес респондентов в общем количестве респондентов, давших на вопрос следующий ответ			Иное мнение	Итого респондентов, %
	в магазинах потребкооперации	в магазинах других собственников	одинаково во всех магазинах		
Цены на аналогичные товары ниже	26	42	13	19	100
Ассортимент товаров шире	68	26	6	–	100
Качество товаров выше	82	4	14	–	100
Уровень торгового обслуживания выше	77	7	16	–	100
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.					

Респондентам был задан вопрос о том, каковы, на их взгляд, реальные преимущества наличия в некоторых сельских поселениях их района нескольких торговых объектов, принадлежащих как потребкооперации, так и другим собственникам. Результаты представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Результаты опроса о преимуществах наличия в некоторых сельских поселениях Республики Беларусь торговых объектов разных собственников (по данным анкетного обследования)

Преимущества наличия (конкуренции) в одном сельском поселении торговых объектов разных собственников	Удельный вес ответивших на вопрос в общем количестве респондентов, %
Снижение цен на товары	30,23
Улучшение режима работы магазинов и уровня обслуживания покупателей	34,88
Более полное удовлетворение спроса покупателей на различные товары	27,91
Ничего не дает	4,65
Усложняет работу и снижает товарооборот и доходы магазинов потребкооперации	60,47
Другое	2,33
Примечание – Источник: составлено авторами по данным проведенного анкетного опроса.	

Из ответивших на вопрос анкеты о том, следует ли, на их взгляд, развивать в ближайшие годы торговое обслуживание сельского населения через интернет-магазины потребительской кооперации, более половины (56%) считают, что такую кооперативную торговлю развивать следует. При этом 53% считают, что для доставки сельским жителям заказанных товаров при данной торговле следует использовать специальный автотранспорт, например автомобили «Газель», 27% полагают, что надо использовать автомагазины потребительской кооперации, 13% – использовать специальный автотранспорт при условии соответствующей автоматизации его работы, 7% полагают, что такую торговлю в потребительской кооперации развивать уже поздно.

Руководителям и специалистам был задан важный вопрос о том, что, на их взгляд, необходимо сделать для существенного улучшения обслуживания сельского населения стационарными торговыми объектами потребительской кооперации. Более половины из отвечавших на вопросы анкеты (53,5%) считают, что для этого необходимо осуществлять разные мероприятия: обеспечить расширение ассортимента товаров и их поставщиков; улучшить логистику доставки товаров в организации потребительской кооперации оптовым звеном с целью снижения их цены; значительно активизировать проведение акционных мероприятий и снижение цен на товары до уровня конкурентов; уменьшить торговую надбавку на определенные группы товаров; выплачивать торговым работникам потребительской кооперации причитающуюся им заработную плату в полном объеме (вплоть до 1 000 р.); создать налоговые льготы для сельской кооперативной торговли; отпускать ей при необходимости товары в долг; обновить или установить в торговых объектах более современное торговое и холодильное оборудование; автоматизировать необходимые процессы в магазинах; осуществлять дальнейший перевод магазинов на работу по методу самообслуживания; обеспечивать открытую выкладку товаров в сельских крупных магазинах по методам мерчендайзинга; активнее организовывать торговлю в сельской местности востребованными товарами и по конкурентным ценам; проводить комплексное предоставление ряда торговых услуг (включая ритуальные); добиваться выплаты заработной платы обслуживаемым работникам сельскохозяйственных предприятий более равномерно (не в последние дни месяца); чаще проводить в сельских магазинах различные акции («Товар недели» и т. д.).

Около половины из отвечавших на вопросы анкеты (48,8%) считают, что для существенного улучшения торгового обслуживания жителей мелких деревень автомагазинами потребительской кооперации необходимо добиваться соблюдения ассортиментного перечня товаров и конкурентных цен на них в данных торговых объектах; расширить ассортимент имеющихся в них товаров; увеличить количество акций и скидок на товары в автомагазинах; предоставлять для сельской развозной торговли налоговые льготы; при необходимости отпускать ей товары в долг; больше закупать современные автомагазины; поддерживать в них постоянный ассортимент товаров; закупать оборудование для доступности осмотра покупателями товаров в автомагазинах; усилить контроль за ценами на реализуемые в них товары; улучшить техническое обслуживание и качество дорог к мелким деревням (улучшить дорожное покрытие и т. д.); снижать цены на товары в автомагазинах; использовать в них расчетные терминалы; добиваться обслуживания жителей всех мелких деревень автомагазинами 2–3 раза в неделю; снизить торговые надбавки на реализуемые автомагазинами товары; больше работать по заявкам работников автомагазинов на товары; улучшать ассортимент и качество обслуживания сельских покупателей некоторыми медицинскими товарами; усовершенствовать закупки у жителей деревень сельскохозяйственной продукции; расширить и активизировать работу кооперативных автомагазинов в части продажи ими товаров по предварительным заказам сельских покупателей; проводить переоборудование автомагазинов по современным требованиям.

При анкетном опросе руководителей и специалистов кооперативной торговли было выявлено их видение, как в перспективе должно быть рационально построено торговое обслуживание сельского населения, проживающего в разных типах сельских поселений, с учетом роли потребительской кооперации и предприятий других форм собственности в этих процессах. Примерно третья часть (34,9%) из отвечавших на вопросы анкеты считает, что для такой рациональной модели торгового обслуживания сельского населения необходимы ускоренное развитие сельской торговой инфраструктуры, повышение качества торгового обслуживания сельских покупателей, отказ от утверждаемых для сельских торговых объектов ассортиментных перечней товаров.

Часть же ответивших считают, что существующая система торгового обслуживания сельских жителей является рациональной, поэтому надо оставить единые требования организации развозной торговли в мелких деревнях, обеспечить наличие магазинов по продаже товаров повседневного спроса в средних деревнях с числом жителей свыше 200 человек, а жителей более мелких дере-

вень обслуживать посредством автомагазинов. Наличие магазинов по торговле непродтоварами (магазинов «Промтовары») должно быть в поселениях с числом жителей более 400 человек.

Многие респонденты считают, что должна быть конкуренция в сельской местности торговых объектов разных форм собственности. Потребительской кооперации при этом надо более существенно поработать над уровнем цен на свои товары. Вместо маленьких магазинов в небольших деревнях следует организовать в них доставку товаров современными автомагазинами. Торговое обслуживание должно строиться на реальных потребностях сельского населения; при этом обязательно должны учитываться и обеспечиваться ценовой фактор, более широкий ассортимент товаров, высокая культура обслуживания, акции и дисконтные карты для покупателей, инфокиоски в сельских торговых объектах.

Происходящие в последние годы важные процессы в торговом обслуживании различными торгующими структурами сельского населения Беларуси в конечном счете отражаются на удельном весе товарооборота в сельской местности районных организаций потребкооперации в общем товарообороте райпо и филиалов облпо (которые кроме сельского населения обслуживают и некоторую часть городских жителей соответствующих городов и городских поселков), а также на удельном весе товарооборота райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем товарообороте всех торгующих структур в сельской местности соответствующих районов. Здесь следует учитывать то известное обстоятельство, что в советский период, до развития рыночных и конкурентных отношений в торговле Беларуси и других республик Советского Союза, торговая отрасль потребкооперации практически полностью обслуживала все сельское население и жителей небольших городских поселений (небольших райцентров и т. д.). В настоящее время, по официальным статистическим данным, товароборот системы Белкоопсоюза составляет уже менее половины общей продажи товаров в сельской местности страны. При этом, говоря о товарообороте различных торгующих структур в сельской местности, необходимо принимать во внимание и то обстоятельство, что, как показывает анализ, не все указанные структуры официально отражают полные объемы своей продажи товаров на селе.

В целом же, как показывают результаты опроса, за предыдущие три года (2014–2016 годы) средний удельный вес товарооборота обследованных райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем товарообороте их торговли, а также средний удельный вес товарооборота райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем товарообороте всех торгующих структур в сельской местности соответствующих районов практически не изменился. Так, первый из данных показателей за указанные годы составил соответственно 51,3; 50,0 и 51,8%. Что касается второго показателя, то он за указанные годы в среднем составил 55,3; 54,6 и 55,2%. При этом следует уточнить, что рассматриваемые показатели отразили в ответах на анкету не все опрошиваемые работники (не все из них владеют этими данными).

Важно иметь в виду, что рассматриваемые показатели в силу ряда сложившихся причин и факторов традиционно различаются по областям Беларуси. Что касается среднего удельного веса товарооборота обследованных райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем товарообороте торговли этих организаций, то за 2016 год он составил: по Брестской области – 64,4%, Витебской области – 30,0, Гомельской – 58,3, Гродненской – 57,9, Минской – 45,9 и Могилевской области – 54,2%. Таким образом, данный средний показатель по обследованным организациям разных областей Беларуси различается более чем в два раза.

Еще более значительные различия этого показателя наблюдаются по отдельным районным кооперативным организациям страны. Так, минимальные показатели удельного веса товарооборота обследованных райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем объеме их товарооборота за 2016 год составили 4,0 и 12,7%. Максимальные же показатели удельного веса этого товарооборота составили 93,1 и 90,1%.

Такие различия данного показателя по районам республики предопределены целым рядом факторов и причин, имеющих как весьма длительный характер, так и возникших в последние два десятилетия – в условиях развития рыночных отношений и конкурентной среды на потребительском рынке Беларуси. Ведущее место среди них, как показывает анализ, занимают два фактора: удельный вес райпо и филиалов облпо в общем товарообороте всех торгующих структур в городских поселениях данных районов (он напрямую зависит от величины этих поселений по численности жителей и от развития в них в последние десятилетия торговых объектов других торгующих структур); степень развития в последние десятилетия торговых объектов (включая автомагазины) других торгующих структур в сельской местности данных районов (в которой в советский период монопольно торговала только потребкооперация).

Что касается второго из анализируемых показателей – удельного веса товарооборота обследованных райпо и филиалов облпо в сельской местности в общем товарообороте всех торгующих структур в сельской местности соответствующих районов, то он в разрезе обследованных районных организаций также имеет весьма заметные различия. При этом следует иметь в виду, что данный показатель в силу указанных ранее причин содержится только в определенной части заполненных анкет.

Из материалов таких анкет видно, что минимальные размеры анализируемого удельного веса составили в 2016 году по отдельным районам 7,0 и 8,0%, а максимальные – 95,0 и 90,0%. Следовательно, в нынешних условиях реальная роль организаций потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских жителей разных районов Беларуси сильно различается. Однако, при этом, система Белкоопсоюза в целом по прежнему остается ведущей торгующей структурой на сельском потребительском рынке страны.

Заключение

Все проанализированные результаты выборочного анкетного опроса работников торговли потребительской кооперации ряда районов всех областей Республики Беларусь имеют важное значение для определения как общей стратегии развития оптимальной инфраструктуры сельской торговли страны на перспективу, так и оптимальных направлений развития сельской розничной торговой сети потребительской кооперации с учетом изменившихся конкурентных условий работы этой сети. При этом, полученные результаты такого обследования в дальнейшем должны сравниваться и уточняться с учетом имеющихся статистических данных, а также результатов аналогичных анкетных опросов соответствующих специалистов райисполкомов, владеющих материалами о результатах работы торговых объектов всех торгующих структур в сельской местности их районов.

Получено 04.04.2018.

Пигунова О. В.,

*кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой
Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации*

Выделение факторов развития торговой отрасли потребительской кооперации Республики Беларусь 12

В статье автор, на основе собственных исследований и экспертного опроса, выделил основные проблемы торговой отрасли потребительской кооперации Беларуси, на основе ее основной функции – коммерческой деятельности. Проведена их систематизация по уровням управления: стратегический и тактический и представлено видение их решения.

Ключевые слова: розничная торговля; логистический центр; внешние и внутренние факторы; компетенции; стратегия; тактика; коммерческая деятельность; логистика.

Введение

Потребительская кооперация Республики Беларусь в настоящее время испытывает давление мощных факторов как общемирового, так и регионального (общереспубликанского) характера. Сила их влияния увеличивается по мере усиления факторов глобального характера. Среди таких факторов, влияющих на развитие розничной торговли Беларуси, в том числе и потребительской кооперации, наиболее существенные были выявлены и выделены автором в целом ряде научных публикаций. Выделение данных факторов, по мнению автора, и их осмысление руководством и ведущими специалистами торговой отрасли, открывает возможности для стратегических, жизненно необходимых изменений в отрасли (рисунок 1) [1–7].



Рисунок 1 – Факторы внешней среды, оказывающие влияние на состояние и развитие розничного рынка Беларуси

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Следует отметить, что система потребительской кооперации, как социально ориентированная система уже десятилетия обслуживает жителей села, в том числе – отдаленных и малонаселенных пунктов. Кроме того, система в десятках населенных пунктов, имеющих минимальное число жителей, еще с советского периода, имеет стационарные объекты розничной торговли, априори убыточные. Долгое время не решался вопрос о закрытии убыточных магазинов. Только в настоящее время, по обоснованию самых настойчивых руководителей, отдельные стационарные объекты прекращают свою работу. Однако содержание сотен таких объектов «вымыло» из системы потребкооперации большие суммы финансовых ресурсов, которые могли бы быть вложены, например, в создание современной розничной сетевой структуры или усиление позиций розничной торговли в районных центрах и других поселениях, где имеется потенциал для развития.

Для рассмотрения факторов внутреннего характера, т. е. находящихся внутри системы потребительской кооперации, был проведен экспертный опрос. Опрос экспертов проведен на базе Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации в рамках семинаров повышения квалификации среди руководителей и специалистов торговой отрасли, а также с участием магистрантов – специалистов торговой отрасли на уровне районных потребительских обществ. Такой охват опрашиваемых позволил выявить наиболее актуальные проблемы торговой отрасли потребительской кооперации. Всего опрошено 100 специалистов, что с позиции практики маркетинговых исследований позволяет рассматривать полученные результаты как достаточные и релевантные для их изучения. В результате, наиболее существенными были определены три группы проблем – факторов современного состояния торговой отрасли потребительской кооперации (рисунок 2).



Рисунок 2 – Актуальные проблемы торговой отрасли потребительской кооперации по результатам экспертного опроса специалистов торговли, 2016-2017 годы

Примечание – Источник: составлено автором по результатам опроса экспертов.

Изучение результатов экспертного опроса позволяет сделать приведенные далее выводы.

Товародвижение является мощным инструментом стимулирования спроса. Система товародвижения обеспечивает организации создание таких условий, чтобы товар был там, где он нужен, в то время, когда он нужен, в тех количествах, в которых он востребован, и того качества, на которое рассчитывает потребитель. Мерой эффективности товародвижения служит отношение затрат организации к ее результатам. Основным результатом, который достигается в системе товародвижения, – это уровень обслуживания потребителей, выбор места хранения запасов и способа складирования, определение системы перемещения грузов, введение системы управления товарными запасами, установление процесса обработки заказов, выбор способов транспортировки продукции. При эффективной организации товародвижения каждый из этих этапов планируется как неотъемлемая часть хорошо уравновешенной общей системы на основе продуманной логистики. Все элементы этой системы взаимосвязаны, поэтому пренебрежение каким либо из них способно серьезно нарушить функционирование системы товародвижения и отрицательно повлиять на экономику и престиж организации.

Если рассматривать систему потребительской кооперации на ее продуктивном уровне – районного потребительского общества, то можно схематично представить основные каналы продвижения товаров в розничную торговую сеть (рисунок 3).

Если учесть тот факт, что значимая доля продовольственных товаропотоков за последние годы переадресована с оптовых баз системы и других источников в единый центр – УП «Белкоопвнешторг», то возникает потребность аналитики результативности и эффективности данного варианта централизации и оценки всей системы распределения из единого центра принятия решений. Данные экспертных опросов, представленных ранее, свидетельствуют о том, что около 14% товарных потоков поставляются с УП «Белкоопвнешторг».

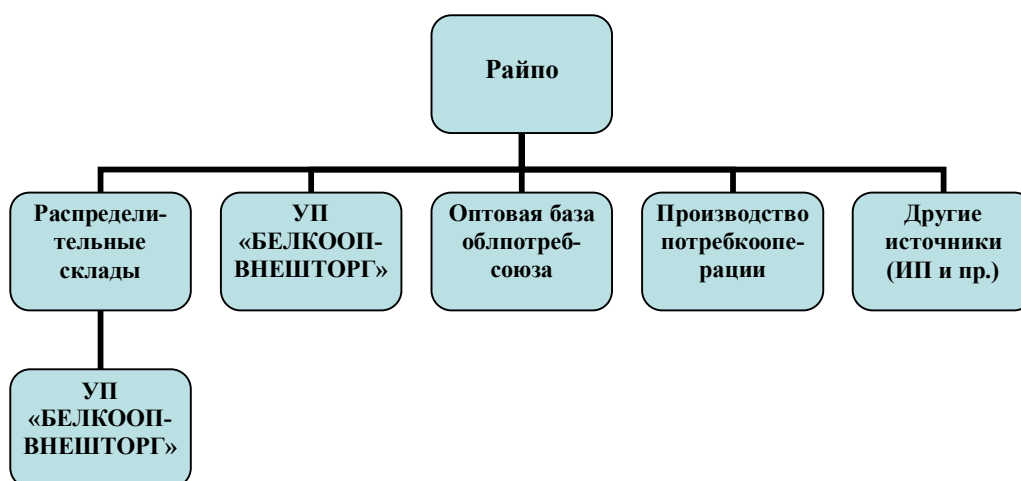


Рисунок 3 – Упрощенная схема товародвижения в розничной торговле потребительской кооперации Республики Беларусь

Примечание – Источник: составлено автором.

В условиях переподчинения определенных товарных потоков (в основном товаров, закупаемых за пределами Беларуси) единому центру (что характерно для сетевых организаций розничной торговли) – Белкоопвнешторгу, последний должен принимать на себя всю ответственность за выполнение вышеотмеченных задач товародвижения и товароснабжения и становится центром ответственности за эффективность системы товароснабжения розничной торговой сети конкретными категориями продовольственных и определенным ассортиментом непродовольственных товаров. А так как в системе преобладает торговля продовольственными товарами (рисунок 4), то понятно, что темпы роста продаж в продовольственных типах магазинов системы потребительской кооперации, во-многом, определяются уровнем товароснабжения по принципу: нужный ассортимент товаров точно в срок с минимальными затратами и по приемлемой цене.

Таким образом, в системе потребительской кооперации определен базовый источник товароснабжения, который оказывает существенное влияние на основной результирующий показатель деятельности организаций розничной торговли – розничный товароборот. Данный поставщик имеет возможность и должен формировать «базовую корзину» покупателя по привлекательной цене. Здесь имеются в виду ассортиментные позиции, которые в системе категорийного менеджмента называют базовыми позициями и являются оборотообразующими.

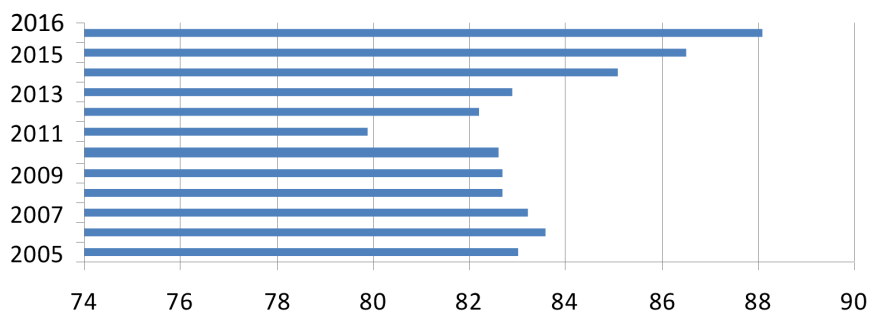


Рисунок 4 – Удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте организаций потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005–2016 годы

Примечание – Источник: [8].

Все другие позиции товаров, не входящие в ассортиментную матрицу единого центра закупок, приобретаются у других поставщиков (см. рисунок 3). Среди внутрисистемных поставщиков традиционно выделяются базы областного уровня, которые в настоящее время не выполняют полного цикла операций и постепенно преобразуются в объекты, основные площади которых сдаются в аренду. Их деятельность разбалансирована изменением товаропотоков и не всегда обоснованной

реорганизацией, а также и неудовлетворительным уровнем организации товароснабжения. Примером таких разбалансированных решений может служить ТУП «Гомельская универсальная база», ранее являющаяся одной из наиболее эффективно функционирующих оптово-розничной организаций в системе Белкоопсоюза. В этих условиях райпо существенно зависят от существующей в системе практики закупок, которая часто не отвечает в полной мере, ни экономическим их целям, ни запросам покупателей. Неэффективная система товародвижения и товароснабжения приводит к снижению ответственности на уровне стратегического звена системы – райпо и служит причиной высокой неэффективности отрасли и высокой текучести кадров.

Официальные данные статистики свидетельствуют о том, что результаты работы розничной торговли по системе являются критическими. Так, в 2016 году снижение товарооборота составило около 9% в сопоставимых ценах к предыдущему году (таблица 1). Как следствие, удельный вес Белкоопсоюза в товарообороте страны снизился на 1,3% и составил 7,1% [8, с. 37].

Таблица 1 – Индексы физического объема розничного товарооборота организаций потребительской кооперации Республики Беларусь за 2010–2016 годы в сопоставимых ценах, в процентах к предыдущему году

Год	Индекс
2010	110,2
2011	109,2
2012	104,4
2013	103,8
2014	97,3
2015	93,0
2016	83,9

Примечание – Источник: [8].

Учитывая отмеченное выше, представляется необходимым проанализировать существующую систему логистики товароснабжения розничной торговли потребительской кооперации как одну из серьезных проблем торговли потребительской кооперации. Проблема товародвижения и его части – товароснабжения, по мнению автора, является верхушкой айсберга слабых позиций системы. Это своего рода следствие целого ряда других нерешенных стратегических и тактических задач отрасли, решение которых позволило бы преобразовать их в факторы развития торговли за счет внедрения принципов инновационной организации.

Среди других проблем, требующих, по мнению автора, немедленного решения, следует представить следующие:

1. «Мероприятийный» характер планирования развития отрасли. Необходима разработка стратегии развития торговой отрасли потребительской кооперации. Никакие мероприятия не позволят системе обновляться и выдерживать конкурентное давление со стороны сетевых структур, использующих самые современные сетевые стратегии и технологии.

2. Не оправдывает себя установившаяся в последние годы практика отказа Управления торговли Белкоопсоюза от предлагаемых Белорусским торгово-экономическим университетом потребительской кооперации научных проектов для отрасли торговли потребительской кооперации. В результате отсутствует реальное проникновение современных сетевых подходов в управление бизнес-процессами системы товародвижения. Как показывает практика, использование отдельных, несистемных инструментов управления продажами не дает никаких ощутимых результатов, если эти инструменты не «вписаны» комплексно в управление потоковыми процессами на основе, опять же, комплексной и системной автоматизации отрасли. Так, в настоящее время, «работает» ассортиментная матрица-таблица, составленная на уровне каждого райпо. Благодаря вниманию к отрасли Председателя Правления Белкоопсоюза Иванова В. Н. и его заместителя Скрундевского А. Н., а также поддержке идей кафедры коммерции и логистики, Гродненским облпо намечались конкретные согласованные задачи по внедрению в систему современных инструментов управления бизнес-процессами отрасли.

3. В системе потребительской кооперации высок показатель текучести кадров, как среди молодых специалистов, так и среди опытных работников. Здесь очевидны проблемы в области кадровой политики. Необходима перспективная политика продвижения кадров в системе. Райпо, с нашей точки зрения, должны возглавлять ведущие специалисты, а затем – руководители именно торговой отрасли, как структурообразующей. Такие руководители должны иметь уровень образования не ниже магистратуры в области коммерческой деятельности и опыт работы в отрас-

ли не менее 5–7 лет. Нужна эффективная, прозрачная система продвижения кадров по карьерной лестнице с установленными критериями, реальная аттестация не реже одного раза в два года с участием ведущих ученых и практиков. Это позволит мотивировать руководителей и ведущих специалистов к получению и внедрению в практику своей работы новых знаний. Такую работу проводят на эффективно функционирующих субъектах хозяйствования в зарубежной практике.

4. Система мотивации специалистов коммерческого профиля требует существенных преобразований, соответствующих кардинально изменившимся условиям работы специалистов торговой отрасли. В настоящее время торговля потребительской кооперации вытесняется сетями, которые используют современные стандарты управления бизнес-процессами, разрабатываемые на уровне центрального офиса. Многие бывшие специалисты торговой отрасли потребительской кооперации в настоящее время эффективно работают как в сетевых структурах, так и в других коммерческих структурах, где востребован не только опыт, но и актуальные знания и умения. Такая тенденция связана также и с доминирующей административной системой принятия решений, в ущерб экономическим и аналитическим подходам. И речь идет не только о материальном стимулировании, но о целостном системном подходе к управлению как людьми, так и процессами. В современных условиях система управления в эффективных организациях максимально приближается к характеристикам «интеллектуальной организации». В системе потребительской кооперации используется классическая индустриальная модель управления организацией. Можно ли управлять эффективно людьми и процессами, если нет современных знаний и соответственно умений, чтобы формировать эти современные торгово-технологические процессы, необходимых знаний и понимания их логики и логистики, не ставя во главу ценностей организации – современные компетенции работников, их нестандартные решения, а только финансовый результат? К сожалению, многие руководители не понимают, что любой результат – это компетенции специалистов, которые требуют постоянного обновления и наращивания. Немаловажное значение в связи с этим имеет и существующий микроклимат в коллективах, часто не способствующий прогрессивным, тем более, инновационным изменениям. Из практики стратегического управления известно, что любые нововведения встречают сопротивление, пропорциональное по силе их инновативности. Поэтому любые структурные и другие стратегические изменения должны сопровождаться серьезной информационной работой в организациях, разъяснениями, беседами в любых удобных для этого форматах. Такая работа результативна только в том случае, если такие изменения имеют серьезное аналитическое обоснование и преподносятся неформальными лидерами.

5. Необходимо использование разных форм повышения квалификации не реже одного раза в два года, что соответствует динамике обновления компетенций, появлению новых знаний, и соответственно, умений и навыков. Очевидно, что такая работа должна начинаться с уровня управлений Белкоопсоюза, о чем свидетельствует мировой опыт ведущих корпораций. Без осмысления данного положения невозможно найти понимание стратегически важных направлений работы, осуществлять продуктивное взаимодействие с наукой. Актуальность компетенций топ-менеджеров должна поддерживаться на уровне корпорации в постоянном режиме. Повышение квалификации один раз в пять лет совершенно не отвечает изменившимся условиям рынка, где новые инструменты и методы решения практических проблем имеют не тактическое, а стратегическое значение не только для развития, но даже для сохранения организацией своих позиций на рынке.

6. Крайне низок в системе потребкооперации уровень использования знаний и умений в области логистики управления цепями поставок, категорийного менеджмента и управления продажами. Не выстроенная система логистики в отрасли не позволяет приблизить уровень управления отраслью к современным организациям торговли. В системе отсутствуют сети, нет логистического оператора (не следует путать с оптовыми продажами из единого центра). Революционные изменения, проведенные руководством Гродненского облпотребобщества позволили изменить оргструктуру и выпрямить финансовые потоки, сконцентрированные в едином центре управления. Однако практика работы показывает, что необходимы и следующие шаги по оптимизации управления товарными потоками на основе сетевых принципов управления. Если начать эту работу немедленно, то, по мнению ведущих ученых кафедры коммерции и логистики Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Гродненское облпотребобщество имеет наилучшие предпосылки к выживанию и развитию торговли, а следовательно и других отраслей деятельности.

Наряду с этим, единый центр закупок товаров критического импорта (и не только) на уровне Белкоопсоюза (Белкоопвнешторг) не позволяет наладить эффективную систему товародвижения и товароснабжения, так как его роль не подчинена цели эффективного товароснабжения розничной

торговой сети: «точно в срок, нужное количество, качество, ассортимент, цены и продвижения». Приоритетные платежи центру закупок и его административное давление по вопросам приобретения у него товаров с заведомо высокими барьерами для их продажи по ассортименту, соотношению «цена – качество», разбалансирование ранее существующей системы закупок с областных баз и необходимость проведения частых процедур согласований не способствуют формированию ответственности за результативность работы розничной торговли. Как известно, логистические центры в сетевых структурах не осуществляют перепродажи в собственной системе, а занимаются именно эффективным распределением товаропотоков.

Показательно, что многие опрашиваемые специалисты торговли отмечают, что в системе не определена четкая, экономически и аналитически обоснованная система товародвижения. Реальная организационная структура торговой отрасли соответствует принятой устаревшей системе движения материальных, финансовых и информационных потоков через товарно-распределительные склады при райпо. Эти схемы не отвечают задаче оперативного, т. е. эффективного, управления. Требуется перенос вектора управления с вертикали в горизонтальную плоскость на основе единых центров управления на областном уровне на базе системной и комплексной автоматизации. В этом направлении Белкоопсоюзом совместно с университетом проводится реальная работа. Ввиду этого напрашивается для озвучивания проблема несоответствия существующей оргструктуры системы кардинально изменившимся условиям функционирования организаций розничной торговли на потребительском рынке, где господствуют торговые сети.

7. Необходимо признать стратегическую роль в торговле современных компетенций в области стратегии и тактики коммерции, организации и технологии торговли, логистики, управления продажами, использования современных информационных технологий и программных продуктов, маркетинга, коммерции на внешних рынках. Нужны специалисты-аналитики, имеющие комплекс знаний в сопряженных предметных областях деятельности организации торговли и владеющие соответствующими аналитическими методами и инструментами. Этими знаниями должны обладать, прежде всего, руководители всех уровней управления, иначе эти знания будут отторгаться и вероятность их востребованности и внедрения в практику деятельности хозяйствующих субъектов приближаться к нулю.

Заключение

Все отмеченные выше проблемы, в ситуации их системного, комплексного решения, преобразуются в факторы успешного развития торговой отрасли. Необходимо отметить, что в настоящее время на самом высоком уровне управления в системе потребительской кооперации ощутимы реальные намерения кардинально изменить качественные характеристики системы потребительской кооперации и сформировать гибкую, современную, эффективно управляемую организацию.

Список использованной литературы

1. **Пигунова, О. В.** Выход потребительской кооперации на рынок сетевого ритейла / О. В. Пигунова // Потребит. кооп. – 2011. – №1 (32). – С. 27–30.
2. **Пигунова, О. В.** Изменение стратегии потребительской кооперации Беларуси в условиях глобализации рынка ритейла и ее влияние на национальную экономику и систему потребительской кооперации / О. В. Пигунова // Современные проблемы развивающегося общества: вопросы экономики, права, экологии : сб. науч. статей. – М. : МОИУ, 2013. – С. 85–90.
3. **Пигунова, О. В.** Сетевая организация торговли и внедрение ее перспективных форматов в системе потребительской кооперации Беларуси / О. В. Пигунова // Потребит. кооп. – 2014. – № 2. – С. 19–22.
4. **Пигунова, О. В.** О проблемах стратегии развития розничной торговли потребительской кооперации Беларуси / О. В. Пигунова // Стратегия предпринимательства в контексте повышения его конкурентоспособности : материалы междунар. научно-практ. интернет-конференции, г. Донецк, 12–15 февраля 2012 г. – С. 93–94.
5. **Пигунова, О. В.** Концептуальный подход к выбору, уточнению или разработке новой концепции (формата) магазина / О. В. Пигунова // Сетевой бизнес и внутренняя торговля Украины : материалы II междунар. научно-практ. интернет-конференции, г. Полтава, 11–12 апреля 2012 г. – Полтава : Полтавский ун-т экономики и торговли, 2012. – С. 183–18.
6. **Пигунова, О. В.** Состояние и тенденции развития розничной торговой сети как базовой основы торговли потребительской кооперации Республики Беларусь / О. В. Пигунова // Потребит. кооп. – 2016. – № 1. – С. 8–15.

7. **Современные** императивы экономического управления предприятиями на потребительском рынке: Украина, Россия, Беларусь : моногр. / под общ. ред. Л. И. Донец. – Донецк : ДонНУ-ЭТ, 2013. – 592 с.

8. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

Получено 30.01.2018.

Бондаренко О. Г.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь 18

В статье выявлены тенденции развития инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, определено значение потребительской кооперации в их торговом обслуживании на основании анализа статистической информационной базы за 2005–2016 годы. Определены сильные и слабые стороны развития торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь. Сделан вывод о необходимости формирования единой информационной базы торговли в сельской местности. Сделаны предложения о дополнении существующей информационной базы сведениями о сельской торговле потребительской кооперации.

Ключевые слова: торговая отрасль; инфраструктура; тенденции изменения показателей; сельский населенный пункт; потребительская кооперация.

Введение

«Та ситуация, которая сложилась в Белкоопсоюзе, и то, как работает Белкоопсоюз, недопустимо», – считает Глава государства Республики Беларусь [1]. Свое недовольство деятельностью Белкоопсоюза высказывал Президент и в Послании белорусскому народу: «Если Белкоопсоюз не докажет своей дееспособности, готовьтесь к серьезной реформе» [2]. Глава государства акцентировал внимание на том, что кооперативная торговля является важнейшим источником обеспечения сельских жителей продовольственными и промышленными товарами, всем необходимым для жизни и ведения подсобных хозяйств. По его словам, это почти четверть населения страны.

Таким образом, высока значимость обслуживания сельского населения торговыми объектами потребительской кооперации, что определяет важность оценки состояния и развития инфраструктуры ее сельской торговли, выявления ее сильных и слабых сторон для принятия стратегических решений по управлению сельской торговой инфраструктурой.

Основными источниками сведений о торговой инфраструктуре потребительской кооперации являются два *статистических сборника* [3–5]. Анализ содержания сборников позволил сделать заключение о недостаточности информации в них для принятия стратегических решений о развитии торговой инфраструктуры потребительской кооперации в сельской местности с точки зрения системного подхода к исследованию маркетинговой среды. Он предполагает изучение внешней и внутренней среды торговой отрасли. А в статистических сборниках недостаточно информации о материальных, финансовых и трудовых ресурсах торговой отрасли потребительской кооперации. А именно: отсутствует информация об основных средствах, оборудовании в торговых объектах; численности работников, их квалификации, уровне заработной платы; финансовых ресурсах торговой отрасли; о товарообороте автомагазинов потребительской кооперации и др.

Из сборника «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь за 2016 год» исключен раздел «Потребительская кооперация». Сведения о деятельности потребительской кооперации представлены на одной странице [4, с. 37]. По торговле в сельских населенных пунктах имеется только следующая информация:

1) удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, расположенных в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли, расположенных в сельских населенных пунктах;

2) розничные торговые объекты в сельских населенных пунктах (на конец года, единиц), из них магазины;

3) торговая площадь магазинов в сельской местности (тыс. м²).

Временной период изучения состояния инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь в данной статье составил 12 лет (2005–2016 годы).

Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов республики определяется тенденциями изменения отношения показателей развития системы потребительской кооперации к республиканским значениям; развитием сельской торговли в торговой деятельности потребительской кооперации.

Развитие сельской торговли в торговой деятельности потребительской кооперации определяется тенденциями изменения показателей *развития розничной ее торговой сети* по трем направлениям:

- развитие розничных торговых объектов,
- развитие торговых площадей магазинов,
- развитие развозной и разносной сети.

Развитие розничных торговых объектов характеризуется снижением следующих показателей, в том числе по областям:

- Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в числе розничных торговых объектов потребительской кооперации Республики Беларусь (таблица 1). По республике этот показатель составил 61,81% в 2016 году. По областям страны показатель практически не отличается.

- Удельный вес количества магазинов системы потребкооперации в сельских населенных пунктах в общем числе магазинов потребительской кооперации (67,18% в 2016 году) (таблица 1). Распределение данного показателя по областям страны примерно одинаково.

Развитие торговых площадей потребительской кооперации характеризуется снижением следующих показателей, в том числе по областям:

- торговые площади магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах [4; 6];
- удельный вес торговой площади магазинов в сельских населенных пунктах в торговой площади магазинов потребительской кооперации республики, в 2016 году он составляет 54,06% (таблица 2).

Таблица 1 – Удельный вес количества сельских розничных торговых объектов потребительской кооперации (в том числе магазинов) в числе розничных торговых объектов (в том числе магазинов) потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Область	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; -)
<i>Удельный вес количества сельских розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов потребительской кооперации Республики Беларусь</i>					
Брестская	76,73	74,36	69,49	67,31	-9,42
Витебская	72,74	66,91	61,1	56,02	-16,72
Гомельская	74,05	70,29	67,01	62,90	-11,15
Гродненская	78,96	73,82	69,24	61,80	-17,16
Минская	78,86	75,48	69,45	64,42	-14,44
Могилевская	73,55	66,55	59,68	55,96	-17,59
Республика Беларусь	75,74	71,37	66,07	61,81	-13,93
<i>Удельный вес количества магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в числе магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь</i>					
Брестская	77,44	74,34	70,05	70,61	-7,39
Витебская	72,96	67,85	62,42	62,94	-10,54
Гомельская	74,82	71,27	67,55	67,35	-7,27
Гродненская	80,55	74,83	70,11	69,07	-10,44
Минская	79,39	75,59	69,75	70,58	-9,64
Могилевская	74,63	67,08	60,35	60,49	-14,28
Республика Беларусь	76,56	71,94	66,76	67,18	-9,80
Примечание – Источник: составлено автором по данным [4, с. 97–98; 5].					

Таблица 2 – Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в торговой площади магазинов потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 гг., %

Область	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; –)
Брестская	65,93	63,12	57,89	57,88	–8,05
Витебская	57,57	53,79	48,46	48,23	–9,35
Гомельская	64,29	61,14	56,90	56,50	–7,79
Гродненская	67,72	62,51	53,21	52,03	–15,69
Минская	65,03	61,41	54,55	55,87	–9,16
Могилевская	63,12	57,53	50,99	51,66	–11,45
Республика Беларусь	63,77	59,87	53,79	54,06	–9,72

Примечание – Источник: составлено автором по данным [4, с. 98] и оперативной информации Белкоопсоюза.

Развитие развозной и разносной сети Белкоопсоюза характеризуется следующим образом:

- Количество единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза увеличилось в 2016 году по сравнению с 2010 годом. Тенденция роста сохранена по областям, за исключением Гродненской.
- Удельный вес количества единиц развозной и разносной торговли в общем числе единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза увеличилось по Брестской, Гомельской и Гродненской областям; снизилось – по Витебской, Минской и Могилевской областям (таблица 3).

Таблица 3 – Удельный вес количества единиц развозной и разносной сети в общем числе единиц развозной и разносной сети Белкоопсоюза за 2010, 2015–2016 годы, %

Облпотребсоюз, облпотребобщество	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2010 года (+; –)
Брестский	8,30	11,28	12,75	4,44
Витебский	25,99	22,56	21,68	–4,31
Гомельский	13,72	13,89	14,72	1,00
Гродненское	15,52	16,78	15,77	0,25
Минский	22,56	21,32	21,02	–1,54
Могилевский	13,90	13,89	13,80	–0,10
Белкоопсоюз	100	100	100	–

Примечание – Составлено автором по данным [3] и оперативной информации Белкоопсоюза.

- Количество автомагазинов потребительской кооперации увеличилось, в том числе по областям. В 2016 году их по Белкоопсоюзу насчитывается 734 единицы.
- Удельный вес количества автомагазинов Брестской, Гомельской и Могилевской областей в общем числе автомагазинов Белкоопсоюза увеличился (таблица 4). Обратная тенденция изменения показателя свойственна Витебской и Минской областям.

Таблица 4 – Удельный вес количества автомагазинов области Республики Беларусь в общем числе автомагазинов Белкоопсоюза за 2010, 2015–2016 годы, %

Облпотребсоюз, облпотребобщество	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2010 года (+; –)
Брестский	8,44	10,45	11,40	2,96
Витебский	26,42	22,60	22,51	–3,91
Гомельский	13,58	14,12	14,25	0,67
Гродненское	15,60	17,23	15,81	0,22
Минский	22,57	21,61	22,51	–0,06
Могилевский	13,39	13,84	13,53	0,14
Белкоопсоюз	100,00	100,00	100,00	–

Примечание – Составлено автором по данным [3] и оперативной информации Белкоопсоюза.

Таким образом, наибольшее число розничных торговых объектов потребительской кооперации, в том числе магазинов, торговых площадей приходится на сельскую местность. Их количество снижается. Потребительская кооперация в некоторой степени развивает развозную и разносную торговлю. Количество ее единиц снижается в Витебской и Минской областях. Развивается торговля посредством автомагазинов.

Развитие инфраструктуры сельской торговли потребительской кооперации направлено на оптимизацию ее розничной торговой сети. В соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы [6] одним из стратегических направлений развития торговой от-

расли потребительской кооперации Республики Беларусь в сельской местности является оптимизация (сокращение) торговой сети в малых населенных пунктах с численностью жителей менее 100 человек, организация их обслуживания автомагазинами не менее трех раз в неделю. Также необходимо решение следующих задач: сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения; обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности.

Развитие торговой инфраструктуры потребительской кооперации в торговом обслуживании сельских населенных пунктов республики характеризуется тенденциями снижения следующих значений показателей развития системы относительно республиканских:

1. Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, находящихся в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли республики, расположенных в сельской местности (44,2% в 2010 году, 28,8% в 2016 году) (таблица 5).

Таблица 5 – Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах в розничном товарообороте организаций торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь за 2010, 2015–2016 годы

Показатели	2010	2015	2016*
Розничный товарооборот организаций торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, млрд р.	7 196,60	34 550,6	4 220,8
Розничный товарооборот организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах Республики Беларусь, млрд р.	5 786	23 854	2 220
Удельный вес розничного товарооборота организаций потребительской кооперации, расположенных в сельских населенных пунктах, в розничном товарообороте организаций торговли, расположенных в сельских населенных пунктах, %	44,2	36,6	28,8
* Данные за 2016 год указаны в деноминированных рублях. Примечание – Источник: [5, с. 37, 76]			

2. Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах. В 2016 году показатель составил 50,93% (таблица 6). Самый низкий показатель – по Минской области (33,55%), далее – Гродненская область.

Таблица 6 – Удельный вес количества розничных торговых объектов, в том числе магазинов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов, в том числе магазинов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Области	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; -)
<i>Удельный вес количества розничных торговых объектов потребительской кооперации в числе розничных торговых объектов Республики Беларусь в сельских населенных пунктах</i>					
Брестская	75,27	68,16	59,62	56,53	-15,65
Витебская	78,32	74,76	65,84	64,50	-12,48
Гомельская	79,59	75,91	66,28	62,25	-13,31
Гродненская	76,85	68,69	54,79	51,83	-22,06
Минская	68,46	56,92	45,46	33,55	-23,00
Могилевская	81,71	76,69	66,49	63,02	-15,22
Республика Беларусь	75,81	68,44	57,85	50,93	-17,96
<i>Удельный вес количества числа магазинов потребительской кооперации в числе магазинов в сельских населенных пунктах Республики Беларусь</i>					
Брестская	76,90	68,75	60,62	59,15	-16,28
Витебская	79,26	75,07	67,11	66,26	-12,15
Гомельская	80,72	76,50	67,25	64,13	-13,47
Гродненская	77,51	69,55	57,44	56,35	-20,07
Минская	70,12	59,45	46,78	36,11	-23,34
Могилевская	83,79	76,70	71,62	67,98	-12,17
Республика Беларусь	77,19	69,57	59,64	53,95	-17,55
Примечание – Составлено автором по данным источников [3; 5, с. 114, 116].					

3. Удельный вес количества магазинов потребительской кооперации в числе магазинов в сельских населенных пунктах республики. В 2016 году показатель составил 53,95% (таблица 6). Самый низкий показатель – по Минской области, затем – Гродненская область.

4. Удельный вес торговой площади магазинов потребительской кооперации в торговой площади магазинов страны, находящихся в сельских населенных пунктах. В 2016 году он составил 62,19% (таблица 7). Самый низкий показатель – по Минской области, далее – Гродненская область.

Таблица 7 – Удельный вес торговой площади магазинов организаций потребительской кооперации в торговой площади магазинов в сельских населенных пунктах Республики Беларусь за 2005, 2010, 2015–2016 годы, %

Области	2005	2010	2015	2016	Отклонение 2016 года от 2005 года (+; -)
Брестская	87,52	82,49	75,30	74,02	-13,50
Витебская	89,69	85,66	79,93	77,74	-11,95
Гомельская	89,08	85,94	78,27	75,30	-13,78
Гродненская	89,52	82,45	71,97	68,19	-21,33
Минская	74,40	60,00	43,46	37,72	-36,68
Могилевская	92,82	88,14	82,11	82,01	-10,81
Республика Беларусь	85,91	78,04	66,52	62,19	-23,72

Примечание – Составлено автором по данным [3; 5].

Таким образом, присутствие торговой отрасли потребительской кооперации на рынке села по доле рынка, числу торговых объектов, их торговой площади существенно. Распределение ее объектов по областям страны примерно одинаково. Однако отрасль теряет свои позиции на сельском рынке. Особенно значительны эти потери в Минской области.

На наш взгляд, основной причиной потери торговой отраслью потребительской кооперации своих позиции на рынке сельских населенных пунктов является развитие конкуренции в них. *Наиболее интенсивно она развивается в сельских населенных пунктах Минской области.*

В стратегическом планировании этап анализа развития инфраструктуры торговли в сельских населенных пунктах Республики Беларусь завершается определением сильных и слабых ее сторон (таблица 8), которые выявлены нами на основании изучения тенденций изменения проанализированных показателей за 2005–2016 годы.

Таблица 8 – Сильные и слабые стороны развития инфраструктуры сельской торговли потребительской кооперации Республики Беларусь на основании тенденций изменения показателей за 2005–2016 годы

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Развитие розничной торговой сети потребительской кооперации	
1.1. Развитие розничных торговых объектов	
Более 61% розничных торговых объектов потребительской кооперации, более 67% магазинов системы находятся в сельских населенных пунктах. Присутствие торговой отрасли потребительской кооперации в областях страны примерно одинаково	Количество розничных торговых объектов, в том числе магазинов потребительской кооперации, в сельских населенных пунктах снижается
1.2. Развитие торговых площадей	
Более 54% торговых площадей системы находится в сельских населенных пунктах	Снижаются торговые площади потребительской кооперации в сельских населенных пунктах
1.3. Развитие развозной и разносной сети	
Потребительская кооперация в некоторой степени развивает развозную и разносную торговлю	Удельный вес количества единиц развозной и разносной сети потребительской кооперации в Витебской, Минской и Могилевской областях снижается
Потребительская кооперация развивает торговлю посредством автомагазинов	Удельный вес количества автомагазинов потребительской кооперации в Витебской и Минской областях снижается
2. Тенденции изменения значений показателей развития системы относительно республиканских	
Существенно присутствие торговой отрасли потребительской кооперации на рынке сельских населенных пунктов по доле рынка (28,8%), числу торговых объектов системы (50,93%), числу магазинов (53,95%), их торговой площади (62,19%) в 2016 году	Торговая отрасль теряет свои позиции на рынке сельских населенных пунктов. Особенно существенны эти потери в Минской области

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Заключение

Проведенное исследование позволило заключить, что имеющаяся статистическая информационная база не позволяет комплексно оценить состояние инфраструктуры торговли потребительской кооперации в сельских населенных пунктах. Она требует более глубокого изучения. Для этого следует сформировать единую информационную базу. В сборнике «Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь» необходим раздел «Торговля в сельских населенных пунктах». В него следует включить подраздел «Потребительская кооперация». В этом подразделе должна содержаться информация, достаточная для принятия управленческих решений на различных уровнях. В условиях недостаточности информационных ресурсов затруднен процесс разработки стратегии.

Существующая информационная база должна быть дополнена сведениями о розничном товарообороте организаций потребительской кооперации в сельских населенных пунктах по областям; о торговле через автомагазины организациями потребительской кооперации. Важна информация о материальных, финансовых и трудовых ресурсах торговой отрасли потребительской кооперации (основных средствах, оборудовании в торговых объектах; численности работников, их квалификации, уровне заработной платы; финансовых ресурсах торговой отрасли и др.).

Также необходимо проведение специальных исследований по данным вопросам эмпирическими методами, в частности, путем анкетирования.

Список использованной литературы

1. **Лукашенко:** «Та ситуация, которая сложилась в Белкоопсоюзе, и то, как работает Белкоопсоюз, недопустимо» // TUT.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news.tut.by/economics/384303.html>. – Дата доступа : 29.04.2018.

2. **Эксперт** о Белкоопсоюзе: Работает себе в убыток, но частного в деревню не пускает // n1.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://n1.by/news/2016/05/27/651816-ekspert-o-%C2%ABbelkoopsoyuze%C2%BB-rabotaet-sebe-v-ubytok-no-chastnika-v-derevnyu-ne-p#hcq=2IPWAQq>. – Дата доступа : 29.04.2018.

3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. – Минск : Белкоопсоюз, 2015. – 64 с.

4. **Розничная** и оптовая торговля : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011. – 157 с.

5. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2017. – 224 с.

6. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза № 47 от 29 февраля 2016 г. // Белорусский республиканский союз потребительских обществ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bks.gov.by>. – Дата доступа : 12.01.2018.

Получено 21.02.2018.

Бык В. Ф.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации,
глава администрации СЭЗ «Гомель-Ратон» (1998–2003 годы)

Свободные экономические зоны Республики Беларусь: 20 лет: условия, тенденции, эффективность функционирования..... 25

В статье рассмотрены исторические аспекты, особенности, временной лаг, цели и задачи создания свободных экономических зон Республики Беларусь; эволюция инвестиционного климата в них, в том числе в связи с вступлением Беларуси в Евразийский экономический союз; проведен анализ экономической эффективности деятельности СЭЗ Республики Беларусь за 20-летний период функционирования на республиканском и региональном уровнях.

Ключевые слова: свободная экономическая зона; резидент СЭЗ; специальный правовой режим; механизм создания и функционирования СЭЗ; формы и методы государственного регулирования.

Введение

Присущие современному этапу развития мировой экономики процессы глобализации проявляются в возрастании встречных общемировых потоков товаров, услуг, капиталов, интернационализации научно-технической и производственной деятельности, географическом расширении прав собственности, усилении интеграции процессов в целом.

Среди мирового спектра мер, содействующих решению этой проблемы, особая роль отводится территориальным структурам, получившим собирательное название «свободные (специальные) экономические зоны» (СЭЗ).

Свободные, или специальные, экономические зоны во многих странах мира стали важным инструментом подъема национальных экономик и развития внешнеэкономических связей. В мире существуют различные типы таких зон. Их образно называют островками экономической свободы, окнами для притока в регионы зарубежных инвестиций, новых технологий и управленческих навыков. Многие экономисты видят в СЭЗ прототип новой политики и открытых дверей в мировую систему хозяйства.

В Беларуси прообраз свободной экономической зоны существовал на древней Полоцкой земле. Зона простиралась по Западной Двине и сухопутным дорогам вдоль нее до самого Варяжского (Балтийского) моря и называлась свободным торговым путем. По сути, эта была часть торгового пути «из варяг в греки», принадлежащая Полоцкому княжеству. Через него осуществлялись торговые отношения скандинавских стран с Хазарией, Византией, Арабским халифатом.

Несомненно, современные СЭЗ, впитавшие в себя многовековой опыт развития своих предшественников, наполнились новым содержанием производственно-экспортных и деловых отношений. Их создание, как правило, направлено на либерализацию различных видов внешнеэкономической деятельности. Экономика нынешних СЭЗ имеет высокую степень открытости мировому рынку, а таможенный и налоговый режимы создают благоприятные условия для отечественных и зарубежных инвестиций. Как утверждают западные аналитики, уже в первые десятилетия XXI в. через все СЭЗ будет проходить свыше 1/3 мирового товарооборота.

Исторический аспект. Белорусские СЭЗ в современном мировом хозяйстве, да и в самой республике, – явление сравнительно новое. Первая в республике СЭЗ «Брест» была создана в 1996 году в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь «О свободных экономических зонах на территории Республики Беларусь» [1]. В марте 1998 года Указом Президента Республики Беларусь № 93 были образованы СЭЗ «Минск» и «Гомель-Ратон», а в 1999 году к ним добавилась СЭЗ «Витебск». В 2002 г. в республике появились СЭЗ «Могилев» и СЭЗ «Гродно-инвест» [2–5].

Наряду с общими задачами каждая белорусская СЭЗ имеет отличительные черты. Прежде всего, по местоположению: брестская и гродненская СЭЗ расположены на границе с Центральной Европой, СЭЗ «Гомель-Ратон» и «Могилев» – с Россией и Украиной, СЭЗ «Витебск» граничит со странами Прибалтики, СЭЗ «Минск» находится в центре страны. Различны и территориальные площадки, отведенные под СЭЗ. Для каждой области республики свойственны особенности развития народнохозяйственного комплекса, уровень науки, запасов природных ископаемых ресурсов, структура населения, состояние экологии.

Говоря о СЭЗ «Минск» и «Гомель-Ратон», необходимо отметить, что они стартовали несколько динамичнее, чем СЭЗ «Брест». Это обусловлено тем, что площади под СЭЗ «Брест» были отведены практически в «чистом поле» и потребовали значительных бюджетных затрат, а, следовательно, и времени для первичного инфраструктурного обустройства. При создании СЭЗ «Гомель-Ратон», СЭЗ «Минск», а позже (2002 год) и СЭЗ «Могилев», СЭЗ «Гродно-инвест», СЭЗ «Витебск» более полно реализовывалась концепция задействования имеющихся производственных и инфраструктурных мощностей.

Так, на территории, отведенной под СЭЗ «Гомель-Ратон», в свое время компактно формировался Северный промзона г. Гомеля, где располагалось около 200 действующих предприятий и организаций. Мощности их полностью были не загружены, имелись инженерные и транспортные коммуникации, сохранен в основном высокоинтеллектуальный инженерно-технический и рабочий потенциал. Вся территория СЭЗ «Гомель-Ратон» на момент создания занимала 4 712 га, из них промзона, включая объекты соцкультбыта и жилья, составляла 595 га, остальные – земли сельхозугодий. Имелись свободные земли для освоения и внедрения новых инвестиционных проектов. Разветвленная сеть инженерных коммуникаций, автомобильных и железнодорожных подъездных путей, многопрофильность производств – от машиностроения, электроники, строительства до переработки сельхозпродукции – позволили потенциальным инвесторам в короткие сроки и с минимальными затратами организовать любой свой бизнес, ибо специальные требования, предъявляемые к тому или иному производству на многих предприятиях, были уже выполнены.

Схожие условия имелись и в СЭЗ «Минск», которая на момент создания занимала площадь 1250 га на восьми территориальных площадках, СЭЗ «Витебск» первоначально располагалась в границах военного городка Журысево, СЭЗ «Могилев» имела шесть участков площадью до 3,0 га каждый, СЭЗ «Гродно-инвест» состояла из трех отдельно расположенных крупных секторов, включающих 7 участков с общей площадью 377 га. В границы СЭЗ «Брест» в 2001 году были включены дополнительно территории пяти крупнейших предприятий г. Бреста.

Такой подход к созданию свободных экономических зон наиболее адекватен условиям Республики Беларусь. С одной стороны, задействуются простаивающие производственные площади, являющиеся тяжелым бременем для неблагополучных предприятий Республики Беларусь, а с другой – иностранный и отечественный инвестор получает возможность вкладывать деньги непосредственно в производство (т. е. в оборудование, сырье, материалы) и не начинать инвестиционный проект со строительства сооружений и коммуникаций. Это в свою очередь, как показала практика, позволило быстрее получить экономический эффект от деятельности резидентов СЭЗ, способствовало более динамичному развитию самих зональных территорий.

Принцип «дисперсного» развития территорий свободных экономических зон Беларуси в дальнейшем был использован довольно широко [6]. Например, по состоянию на 2016 год общая площадь СЭЗ «Гомель-Ратон» составляла 7 473,9 га, в том числе в г. Гомеле – 1 504,6 га, Гомельском районе – 3 062,7 га, г. Мозыре и Мозырском районе – 696,0 га, Речицком районе – 297,6 га, Светлогорском районе – 532,9 га, Добрушском районе – 64,1 га, Кормянском районе – 25,0 га, Житковичском районе – 26,5 га, Лельчицком районе – 223,8 га, Ветковском районе – 200,0 га, Жлобинском районе – 830,0 га, Хойникском районе – 10,8 га; СЭЗ «Витебск» занимала территорию свыше 2,4 тыс. га и состояла из 13 секторов, в том числе 7 – в г. Витебске, 4 – в Оршанском районе, по одному – в Витебском и Поставском районах.

Все шесть свободных экономических зон Республики Беларусь, исходя из научных принципов классификации СЭЗ, являются комплексными, что проявляется в выполнении производственной, экспортной и таможенных функций [7]. Систематизация существующих теоретических подходов к научному определению термина «свободная экономическая зона» позволила уточнить понятие СЭЗ: «Свободная экономическая зона – это часть (или набор нескольких частей) территории одного (или нескольких) государства (государств) с точно определенными границами, на которой действует специальный преференциальный режим осуществления предпринимательской (включающий набор или отдельные специальные или сервисные виды) деятельности, где обеспечивается реализация целевых установок страны (или стран) – хозяйки путем рыночных принципов хозяйствования и стабильного правового законодательства в пределах срока функционирования СЭЗ» [6]. Временной фактор действия специального преференциального правового режима на территориях национального и межнационального пространства, включенных в границы СЭЗ, как показал опыт функционирования мировых СЭЗ, в значительной степени влияет на тактику и стратегию развития самой СЭЗ, резидентов свободной экономической зоны, региона функционирования СЭЗ, потенциальных инвесторов.

Временной лаг действия, цели и задачи белорусских СЭЗ. Для СЭЗ «Брест», СЭЗ «Гомель-Ратон» в законодательных документах были определены сроки функционирования 50 лет, СЭЗ «Минск», СЭЗ «Витебск», СЭЗ «Могилев», СЭЗ «Гродно-инвест» – 30 лет. Как видно, свободные экономические зоны Республики Беларусь были созданы на достаточно длительные сроки, что в полной мере способно удовлетворить инвесторов, реализующих как среднесрочные, так и долгосрочные инвестиционные проекты со значительными капитальными вложениями.

Цели и задачи создания СЭЗ Беларуси: увеличение притока иностранных инвестиций, улучшение инвестиционного климата и привлечение стратегических инвесторов; обеспечение дополнительных благоприятных условий для привлечения новых и высоких технологий, передового зарубежного опыта; содействие международной интеграции к сотрудничеству; стимулирование экспорта и импортозамещающих производств; создание новых рабочих мест, повышение загрузки имеющихся производственных мощностей; расширение сферы работ и услуг; развитие инфраструктуры территорий, эффективного использования имеющихся; получение практических результатов функционирования СЭЗ в целях дальнейшего их использования в проведении реформ в республике.

Органом управления на территории СЭЗ является администрация свободной экономической зоны, которой с 2005 года придан статус государственного учреждения «Администрация свободной экономической зоны». Учреждения создаются Правительством Республики Беларусь, являются некоммерческими организациями и действуют в соответствии с законодательством Республики Беларусь и на основании уставов. В своей деятельности учреждения подотчетны Правительству Республики Беларусь, а по вопросам выполнения программ социально-экономического развития областей подчиняются соответствующим облисполкомам. Основными функциями и целями органов управления СЭЗ являются привлечение инвестиций, образование новых рабочих мест, внедрение высоких технологий, наращивание экспортного потенциала. Местные органы исполнительной власти соответствующих административно-территориальных единиц на территории свободной экономической зоны обеспечивают соблюдение законности, прав и свобод граждан, осуществляют в полном объеме иные полномочия, за исключением делегированных администрации свободной экономической зоны.

Инвестиционный климат в белорусских свободных экономических зонах. На начальном этапе своего функционирования, в соответствии с первой редакцией Закона Республики Беларусь «О свободных экономических зонах» (от 7 декабря 1998 года № 213-3), СЭЗ определялась как часть территории Республики Беларусь с точно определенными границами и специальным правовым режимом, устанавливающим более благоприятные, чем обычные, условия осуществления предпринимательской и иной хозяйственной деятельности. Законодательные акты предусматривали следующее: в свободной экономической зоне государство обеспечивает инвесторам защиту инвестиций, доходов и гарантирует беспрепятственное осуществление предусмотренных законодательством Республики Беларусь прав и свобод; свободная экономическая зона в Республике Беларусь имеет предусмотренный законодательством статус свободной таможенной зоны (территория свободной экономической зоны является составной частью государственной и таможенной территории Республики Беларусь; в свободной экономической зоне в установленном порядке проводится обязательное таможенное оформление товаров и иного имущества, ввозимых на территорию свободной экономической зоны, а также вывозимых с ее территории); свободная экономическая зона имеет самостоятельный бюджет, входящий в состав республиканского бюджета; на территории свободной экономической зоны действует национальная денежная единица Республики Беларусь и производятся операции в иностранной валюте банками (отделениями банков) на основании соответствующих лицензий Национального банка; льготный порядок налогообложения устанавливается для каждой зоны Положением о свободной экономической зоне в зависимости от ее целей и задач; разгосударствление и приватизация на территории свободной экономической зоны может проводиться в приоритетном порядке; вновь принимаемые законодательные акты Республики Беларусь, ухудшающие условия хозяйствования в СЭЗ, не имеют законодательной силы, в то же время законодательные новации, действующие на территории республики, улучшающие условия инвестиционной и предпринимательской деятельности, могли применяться резидентами СЭЗ без изъятий. Специальный правовой режим в СЭЗ включает в себя совокупность правовых норм, устанавливающих особый порядок и условий налогообложения, валютного, таможенного и иного регулирования в СЭЗ. При этом с инвестором – резидентом СЭЗ мог быть заключен договор о работе в свободной экономической зоне с администрацией СЭЗ на весь период функционирования СЭЗ [8].

В следующей редакции Закона Республики Беларусь «О свободных экономических зонах» (от 2 июня 2009 года) понятие «свободная экономическая зона» трактуется как часть территории Республики Беларусь с определенными границами, в пределах которой в отношении резидентов этой свободной экономической зоны устанавливается и действует специальный правовой режим для осуществления ими инвестиционной и предпринимательской деятельности. Более конкретизировано и понятие «специальный правовой режим свободной экономической зоны» – как совокупность правовых норм, устанавливающих особый режим налогообложения и иного регулирования и предусматривающих более благоприятные, чем общеустановленные, условия для осуществления инвестиционной и предпринимательской деятельности. В то же время, в новую редакцию закона внесена новелла, что если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем законе, то применяются правила международного договора Республики Беларусь.

В связи с изменением законодательства о СЭЗ и международными обязательствами Республики Беларусь в 2008 году внесены изменения в деятельность свободных экономических зон. Резидентам гарантируется неизменность специального правового режима налогообложения в течение 7 лет (для резидентов СЭЗ, зарегистрированных до 1 апреля 2008 года, остается неизменным с 1 апреля 2008 года по 31 марта 2015 года, а для резидентов СЭЗ, зарегистрированных после 1 апреля 2008 года, – в течение семи лет с даты регистрации в качестве резидентов СЭЗ). Заявленный объем инвестиций в реализацию инвестиционного проекта юридического лица или индивидуального предпринимателя, претендующего на регистрацию в качестве резидента СЭЗ, после 1 апреля 2008 года должен составлять сумму, эквивалентную 1 млн евро. Резидент СЭЗ должен обеспечить: удельный вес товаров (работ, услуг), реализуемых за пределы Республики Беларусь, в общем объеме реализуемых товаров (работ, услуг) не менее 70%, за исключением товаров, относящихся к импортозамещающим в соответствии с перечнем, определенным Правительством Республики Беларусь по согласованию с Президентом Республики Беларусь, а также товаров (работ, услуг), реализуемых другим резидентам свободных экономических зон, не менее 90% импортируемого основного технологического оборудования не старше 5 лет для реализации инвестиционного проекта; прогнозируемое соотношение экспорта и импорта при выходе на проектную мощность – не менее 1,2.

Резиденты СЭЗ уплачивают налог на прибыль в размере 50% ставки, установленной законодательством для других территорий (но не более 12%-ной ставки). Освобождаются от налога на прибыль в течение 5 лет резиденты, прибыль которых формируется за счет реализации продукции и услуг собственного производства. Для резидентов СЭЗ налог на добавленную стоимость от реализации товаров собственного производства на территории Республики Беларусь, являющихся импортозамещающими (в соответствии с перечнем, определенном Правительством Республики Беларусь), взимается в размере 50% от ставки, установленной законодательством. Резиденты также освобождаются от налога на недвижимость и налога на приобретение автомобилей, от отчислений в инновационный фонд Министерства строительства и архитектуры и от обязательной продажи иностранной валюты. Резидентам представляются льготы при уплате арендной платы (не более 2% от кадастровой стоимости, но не ниже ставок земельного налога) за предоставляемые для реализации инвестиционных проектов земельные участки. Продукция резидентов СЭЗ, включенная в перечень импортозамещающих товаров, в первый год ее выпуска подлежит обязательно включению в данный перечень в течение последующих двух лет.

Анализ инвестиционного климата в белорусских СЭЗ за период 1996–2015 годов показал, что в целом их специальный правовой режим сохраняет свою привлекательность, в то же время в последние годы требования к реализации инвестиционных проектов ужесточены в сторону увеличения минимального объема заявленных инвестиций, состава импортируемого оборудования, сроков действия неизменности специального правового режима свободной экономической зоны.

В 2015 году правительство страны внесло изменение в постановление Совета Министров Республики Беларусь № 1264 от 27 сентября 2006 года «О критериях эффективности деятельности резидентов свободных экономических зон на территории Республики Беларусь». В частности, установлено, что критериями эффективности деятельности резидентов СЭЗ являются: привлечение инвестиций в сроки и размерах, предусмотренных в бизнес-планах инвестиционных проектов; осуществление производственной деятельности в соответствии со сроками, определенными в бизнес-планах инвестпроектов; создание рабочих мест в количестве, определенном в бизнес-планах инвестиционных проектов. Кроме того, до 1 января 2017 года дополнительным критерием оценки деятельности резидентов свободных экономических зон, зарегистрированных до 15 января 2015 года,

является реализация не менее 50% от общего объема реализуемых товаров (работ, услуг): за пределы Республики Беларусь; другим резидентам свободных экономических зон; иным лицам на внутреннем рынке согласно перечню продукции, относящейся к импортозамещающей, определяемому белорусским правительством по согласованию с Президентом Республики Беларусь. Вместе с тем, указанное соотношение может быть временно снижено резиденту свободной экономической зоны на основании решения комиссии по повышению конкурентоспособности экономики. Принятое решение закрепляется в дополнительном соглашении к договору об условиях деятельности в свободной экономической зоне.

С 1 января 2017 года условия работы резидентов СЭЗ существенно изменились. Принятые в рамках Евразийского экономического союза документы упраздняют таможенные льготы для резидентов СЭЗ при поставке товаров на территорию ЕАЭС.

В соответствии с соглашением, подписанным в рамках Евразийского экономического союза, *свободная (специальная, особая) экономическая зона* – это часть территории государства – члена Таможенного союза в пределах, установленных законодательством государства – члена Таможенного союза, на которой действует особый (специальный правовой) режим осуществления предпринимательской и иной деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны [10].

С целью компенсации с 1 января 2017 года сумм таможенных пошлин резидентам свободных экономических зон Беларуси 30 декабря 2016 года Президентом Республики Беларусь был подписан указ, призванный максимально снизить налоговую нагрузку для резидентов СЭЗ [11]. В частности, предусмотрены следующие компенсационные меры:

- освобождение резидентов СЭЗ от налога на добавленную стоимость в части импортных товаров, вошедших в состав произведенной ими продукции, при закрытии таможенной процедуры свободной таможенной зоны путем перемещения товаров под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления;

- освобождение резидентов СЭЗ от арендной платы за земельные участки, находящиеся в государственной собственности, расположенные на территории соответствующих СЭЗ, независимо от направления их использования.

Кроме того, указ, в целях сохранения конкурентоспособности отечественных СЭЗ и создания равных условий инвестиционной привлекательности в СЭЗ, устанавливает единый срок окончания деятельности белорусских СЭЗ – 31 декабря 2049 г.

Указ также предусматривает корректировку объема инвестиций в реализацию инвестиционного проекта субъекта хозяйствования, претендующего на право регистрации в качестве резидента СЭЗ, с 1 млн евро до 500 тыс. евро при условии инвестирования в течение трех лет со дня заключения договора об условиях деятельности в СЭЗ.

Дополнительно, в целях создания благоприятных условий осуществления деятельности свободных складов и развития торговой деятельности указом предусмотрено освобождение по 31 декабря 2019 года владельцев свободных таможенных складов от НДС, взимаемого при выпуске товаров для внутреннего потребления после таможенной процедуры таможенного склада.

В то же время, как показал предварительный анализ, предоставляемые компенсационные налоговые льготы покроют издержки бизнеса резидентов белорусских СЭЗ на 60% [12].

Оценка экономической эффективности деятельности СЭЗ Республики Беларусь за 20-летний период функционирования. Изучение деятельности СЭЗ в развитых и развивающихся государствах позволило установить, что наряду с главной задачей, которую решает каждая страна при создании СЭЗ – отработкой механизма привлечения в экономику региона (а через него – в страну) иностранного капитала, реализуются и другие: проведение структурной перестройки национальной экономики, ее интеграция в мирохозяйственные экономические отношения; адаптация к рыночным условиям хозяйствования для последующей трансформации на других территориях страны; повышение деловой активности; развитие производств, основанных на новых и высоких технологиях; решение проблем занятости и создания новых рабочих мест; эффективное использование региональных производственных мощностей, интеллектуальных и природных ресурсов и т. д.

Для оценки экономической эффективности территорий со специальным правовым экономическим режимом Беларуси применим разработанную автором систему оценки влияния СЭЗ на региональном и государственном уровне, позволяющую внедрить систему постоянного мониторинга работы свободных экономических зон, выявлять устойчивые как положительные, так и отрицательные тенденции их развития, оценивать результативность предпринимательской деятельности субъектов – резидентов СЭЗ различных видов собственности, стран-инвесторов и т. п. Она преду-

смачивает, во-первых, проведение с использованием методов сравнительного анализа исследований роли, места и функций территории с преференциальным режимом в эволюции хозяйственного комплекса региона, страны, во-вторых, используя экономико-математические методы, рассмотрение СЭЗ как крупномасштабного государственного инвестиционного проекта, в котором затраты государства прямые (на содержание администрации, проектные работы, капитальные вложения) и косвенные – так называемые потери бюджетов, связанные с предоставлением резидентам СЭЗ преференций налогового и таможенного характера, рассматриваются как инвестиции государства в проект по созданию и функционированию СЭЗ [6].

При этом классическая формула определения одного из важнейших критериев инвестиционного проектирования – чистой текущей стоимости (NPV) приобретает вид:

$$NPV = \sum_{i=0}^N \frac{B_i - C_{in}}{(1+r)^i} - \sum_{i=0}^N \frac{C_{ip}}{(1+r)^i},$$

где B_i – выгоды государства от деятельности СЭЗ в i -м году;

C_i – затраты государства на СЭЗ в i -м году;

N – продолжительность проекта;

r – норма дисконта.

В предлагаемом подходе затраты государства в i -м году составят $C_i = C_{in} + C_{ip}$, т. е. они состоят из обычных инвестиционных вложений C_{in} и преференций C_{ip} .

Применение этой методики для оценки деятельности СЭЗ «Гомель-Ратон» позволило аргументировано доказать позитивную результативность ее работы за период 1998–2002 годов (в СЭЗ «Гомель-Ратон» обеспечен выход на самоокупаемость с дисконтом финансовых ресурсов в 25% уже к концу 2001 года). Полученные количественные оценки ее экономической эффективности показывают достаточно высокую норму внутренней рентабельности – 79% [6]. Данная экспертная оценка убедительно показала, что территории (как правило экономически депрессивные), включенные в границы СЭЗ, благодаря специальному экономическому режиму, размещению на них резидентов СЭЗ с иностранными и отечественными инвестициями, превращаются в кратчайшие сроки из реципиентов в доноров для местных и республиканского бюджетов. То есть, «потери» бюджетов, связанные с льготными налоговым и таможенным режимами, компенсируются в постоянно возрастающем объеме в процессе реализации резидентами СЭЗ своих инвестиционных проектов.

Проведенный анализ экономической эффективности деятельности СЭЗ Республики Беларусь за 20-летний период функционирования методами сравнительного анализа позволил сделать следующие выводы.

За период 1996–2016 годов белорусские свободные экономические зоны приобрели значительное влияние на макроэкономические показатели страны (таблица 1) [12].

Таблица 1 – Роль СЭЗ в экономике Республики Беларусь по состоянию на 2016 год

Количество СЭЗ	Количество предприятий резидентов, зарегистрированных в СЭЗ	Число работающих в СЭЗ, тыс. чел.	Доля занятых работников в СЭЗ, от всех занятых в экономике Республики Беларусь, %	Доля СЭЗ в объеме промышленной продукции Республики Беларусь, %	Доля СЭЗ в экспорте Республики Беларусь за 2016 год, %	Доля СЭЗ в объеме привлеченных инвестиций Республики Беларусь за 2016 год, %
6	419	124,0	4,0	13,3	16,2	15

Так, по состоянию на 2016 год, в реестре предприятий-резидентов шести СЭЗ находился 419 субъект хозяйствования, из которых 407 приступили к реализации своих инвестиционных проектов. Численность работающих на предприятиях в СЭЗ достигла около 124 тыс. чел., что составляло в 2016 году около 4% от всех занятых в экономике страны. В то же время, доля СЭЗ в объеме привлеченных инвестиций в Республику Беларусь составила около 15%, в объеме производства промышленной продукции страны – 13,3, в объеме экспорта достигла 16,2%.

СЭЗ в каждом регионе Беларуси в значительной степени стимулировали повышение деловой активности, решение проблем занятости и создания новых рабочих мест, эффективное использование региональных производственных мощностей, интеллектуальных и природных ресурсов (таблица 2).

Таблица 2 – Количество резидентов и численность занятых на предприятиях СЭЗ Республики Беларусь за 2002, 2016 годы

СЭЗ	Количество резидентов				Среднесписочная численность работников, чел.	
	зарегистрированных		действующих		2002	2016
	2002	2016	2002	2016		
Всего по СЭЗ	215	419	208	407	13 357	123 549
В том числе:						
Брест	94	78	88	76	4 583	20 892
Гомель-Ратон	36	80	36	77	5 162	28 489
Минск	69	113	69	109	2 627	22 055
Витебск	15	37	15	36	983	10 752
Могилев	1	38	–	38	2	24 246
Гродноинвест	–	73	–	71	–	17 115

Примечание – Таблица составлена на основании данных [7; 13].

По состоянию на 2002 и 2016 годы количество зарегистрированных резидентов СЭЗ (находящихся в реестре всех зон) выросло почти в 2 раза: с 215 в 2002 году до 419 в 2016 году, количество действующих (т. е. приступивших к осуществлению инвестиционных проектов) также увеличилось с 208 в 2002 году до 407 в 2016 году. Показатель зарегистрированных субъектов хозяйствования в качестве резидентов СЭЗ не в полной мере отражает динамику регистрации, так как за анализируемый период (2002–2016 годы) десятки зарегистрированных резидентов СЭЗ были исключены из реестров регистрации резидентов свободных экономических зон по различным причинам, прежде всего связанным с невыполнением договоров о деятельности в СЭЗ по реализации своих инвестиционных проектов и обязательных условий по созданию новых рабочих мест, освоению заявленных объемов инвестиций, доли производимой продукции, поставляемой на экспорт и т. д.

При этом важно отметить, что списочная численность работников, занятых на предприятиях-резидентах СЭЗ, росла значительно более высокими темпами: с 13,4 тыс. чел. в 2002 году до 123,6 тыс. чел. в 2016 году (т. е. более чем в 9 раз).

По состоянию на 2016 год количество действующих резидентов СЭЗ и среднесписочная численность работающих по свободным экономическим зонам различались следующим образом: СЭЗ «Минск» (доля резидентов в общем количестве – 26,8%, доля работников от общего количества в целом по СЭЗ – 17,9%), СЭЗ «Гомель-Ратон» (соответственно 18,9% и 23,0%), СЭЗ «Брест» (18,7% и 16,9%), СЭЗ «Гродно-Инвест» (17,5% и 13,9%), СЭЗ «Могилев» (9,3% и 19,6%), СЭЗ «Витебск» (8,8% и 8,7%). По средней численности работающих на одном предприятии-резиденте СЭЗ лидируют СЭЗ «Могилев» (638 чел.), далее следуют СЭЗ «Гомель-Ратон» (370 чел.) и СЭЗ «Витебск» (299 чел.).

Как было сказано выше, доля СЭЗ при 4% от всех занятых в экономике страны в объеме производства промышленной продукции страны составила 13,3%. При этом важно отметить, что одним из условий регистрации субъекта хозяйствования в качестве резидента СЭЗ являлось создание экспортоориентированного или импортозамещающего производства. Как показал проведенный анализ, это условие выполнено практически во всех СЭЗ с момента создания и до настоящего времени (таблица 3).

Таблица 3 – Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг предприятий – резидентов СЭЗ Республики Беларусь за 2002, 2016 годы

СЭЗ	Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг									
	Всего, млн р.		В том числе						другим резидентам СЭЗ Республики Беларусь	
			за пределы Республики Беларусь				2002	2016		
	2002	2016	2002		2016			млн р.	%	
млн р.			%	млн р.	%					
Всего по СЭЗ	49,1	11 873,7	30,5	62,2	7 657,5	64,5	–	329,7	2,8	
В том числе:										
Брест	26,2	1 729,5	16,9	64,4	1 019,2	58,9	–	24,1	1,4	
Гомель-Ратон	8,5	2 440,1	5,6	65,4	1 526,7	62,6	–	52,2	2,1	
Минск	12,6	2 624,4	6,6	52,3	1 965,6	74,9	–	110,8	4,2	
Витебск	1,8	928,5	1,5	84,4	660,3	71,1	–	24,3	2,6	
Могилев	–	2 668,2	–	–	1 660,1	62,2	–	69,7	2,6	
Гродно-инвест	–	1 483,0	–	–	825,6	55,7	–	48,3	3,3	

Примечание – Стоимостные показатели приведены в масштабе цен, действующих с 1 июля 2016 года (с учетом деноминации) [7; 13].

По состоянию на 2016 год выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг предприятий-резидентов всех СЭЗ составила 11 873,7 млн деноминированных рублей, из которых 64,5% были получены от экспортных поставок и 2,8% – от поставки продукции и оказанных услуг другим резидентам СЭЗ Республики Беларусь (такие взаимные поставки и услуги в пределах территорий СЭЗ (объявленных свободными таможенными зонами) подпадают под льготное налогообложение для резидентов СЭЗ, как и экспортные поставки). Распределение СЭЗ по данному суммарному показателю (экспорт плюс взаимные поставки) за 2016 год в порядке убывания выглядит следующим образом: СЭЗ «Минск» (79,1%), СЭЗ «Витебск» (73,7%), СЭЗ «Могилев» (64,8%), СЭЗ «Гомель-Ратон» (64,7%), СЭЗ «Брест» (60,3%), СЭЗ «Гродно-Инвест» (59,0%). Самый высокий уровень кооперации резидентов СЭЗ в 2016 году наблюдался в СЭЗ «Минск» (4,2% от общего объема выручки), далее СЭЗ «Гродно-Инвест» (3,3%), СЭЗ «Витебск» и СЭЗ «Могилев» (по 2,6%).

Заслуживает отдельной оценки роль СЭЗ Беларуси в создании импортозамещающих производств, так как это напрямую оказывает влияние на состояние внешнеторгового баланса страны. Отнесение продукции, производимой резидентами СЭЗ, к категории импортозамещающей осуществляется Советом Министров Республики Беларусь путем принятия ежегодно соответствующего постановления. В этом направлении у СЭЗ также имеются позитивные достижения (таблица 4).

Таблица 4 – Структура объема производства промышленной продукции, работ, услуг промышленного характера предприятий-резидентов СЭЗ Республики Беларусь за 2016 год

СЭЗ	Объем производства промышленной продукции, работ, услуг промышленного характера, в фактических ценах, млн р.		Отношение экспорта товаров к объему промышленного производства (из расчета в р.), %
	Всего, млн р.	В том числе объем производства продукции, включенной в перечень импортозамещающих товаров, млн р.	
Всего по СЭЗ	10 575,4	1 300,3	71,0
В том числе:			
Брест	1644,4	343,2	64,8
Гомель-Ратон	2115,2	274,3	66,1
Минск	2401,3	505,5	78,6
Витебск	714,3	107,6	86,5
Могилев	2374,5	54,1	70,7
Гродно-инвест	1325,7	15,6	65,0
Примечание – Стоимостные показатели приведены в масштабе цен, действующих с 1 июля 2016 года (с учетом деноминации) [13].			

Так, за 2016 год объем производства промышленной продукции, работ, услуг промышленного характера предприятий-резидентов СЭЗ Республики Беларусь достиг 10 575,4 млн деноминированных рублей, из него 1 300,3 млн деноминированных рублей составил объем производства продукции, включенной в перечень импортозамещающих товаров (11,0% от общего объема). По этому показателю, в порядке убывания, в 2016 году СЭЗ располагаются: СЭЗ «Брест» (19,9%), СЭЗ «Минск» (19,3%), СЭЗ «Витебск» (11,6%), СЭЗ «Гомель-Ратон» (11,3%), СЭЗ «Могилев» (2,0%), СЭЗ «Гродно-Инвест» (1,1%). Как правило, такая продукция направляется для удовлетворения внутреннего спроса. Этот вывод подтверждает статистика показателя «соотношение экспорта товаров и объема промышленного производства (из расчета в рублях)» за 2016 год: всего по СЭЗ – 71,0%; в порядке нарастания по региональным СЭЗ: СЭЗ «Брест» (64,8%); СЭЗ «Гродно-Инвест» (65,0%), СЭЗ «Гомель-Ратон» (66,1%), СЭЗ «Могилев» (70,7%), СЭЗ «Минск» (78,6%), СЭЗ «Витебск» (86,5%).

Свободные экономические зоны во многих странах мира стали важным инструментом подъема национальных экономик и развития внешнеэкономических связей. Белорусские СЭЗ в полной мере сегодня выполняют эту миссию (таблица 5). Динамика их интеграции в мирохозяйственные экономические отношения впечатляет.

В 2016 году экспорт товаров, произведенных в СЭЗ Беларуси, вырос по сравнению с 2002 годом более чем в 20 раз, импорт – более чем в 14 раз. Сальдо внешней торговли товарами за 2016 год всего по СЭЗ составило более 1 млрд долл. США. Наибольший вклад в экспортных поставках товаров в 2016 год внесли СЭЗ «Минск» (951,3 млн долл. США), СЭЗ «Могилев» (846,0 млн долл. США), СЭЗ «Гомель-Ратон» (703,5 млн долл. США). По импорту товаров за 2016 г. также в лиде-

рах эти зоны: СЭЗ «Минск» (760,3 млн долл. США), СЭЗ «Могилев» (600,8 млн долл. США), СЭЗ «Гомель-Ратон» (438,9 млн долл. США). Все СЭЗ Республики Беларусь в 2016 году имели положительное сальдо внешней торговли товарами, в том числе (в порядке убывания): СЭЗ «Гомель-Ратон» (264,6 млн долл. США), СЭЗ «Могилев» (245,2 млн долл. США), СЭЗ «Минск» (191,0 млн долл. США), СЭЗ «Гродно-Инвест» (158,6 млн долл. США), СЭЗ «Брест» (115,2 млн долл. США), СЭЗ «Витебск» (50,8 млн долл. США).

Таблица 5 – Внешнеэкономическая деятельность СЭЗ Республики Беларусь за 2002 и 2016 годы

СЭЗ	Экспорт товаров		Импорт товаров		Сальдо внешней торговли товарами		Экспорт услуг	Импорт услуг	Сальдо внешней торговли услугами
	2002	2016	2002	2016	2002	2016	2016	2016	2016
Всего по СЭЗ	185,7	3 783,2	192,9	2757,8	-7,2	1 025,4	44,4	217,3	-172,9
В том числе:									
Брест	95,1	536,9	98,5	421,7	-3,4	115,2	1,7	5,9	-4,2
Гомель-Ратон	41,4	703,5	37,0	438,9	4,4	264,6	5,7	7,9	-2,2
Минск	37,4	951,3	47,2	760,3	-9,8	191,0	4,3	149,3	-145,0
Витебск	11,8	311,4	10,3	260,6	1,5	50,8	24,7	21,0	3,7
Могилев	–	846,0	–	600,8	–	245,2	6,5	18,4	-11,9
Гродно-инвест	–	434,1	–	275,5	–	158,6	1,5	14,8	-13,3

Примечание – стоимостные показатели приведены в масштабе цен, действующих с 1 июля 2016 года (с учетом деноминации) [7; 13].

За анализируемый период резидентами СЭЗ осуществлялся также экспорт и импорт услуг: в 2016 году экспорт услуг в целом составил 44,4 млн долл. США, импорт – 217,3 млн долл. США, сальдо внешней торговли услугами (отрицательное) – 172,9 млн долл. США. Единственной СЭЗ, имеющей положительное сальдо, является СЭЗ «Витебск» (3,7 млн долл. США), резиденты которой оказали экспортных услуг на максимальную сумму 24,7 млн долл. США. В то же время для резидентов СЭЗ «Минск» было импортировано услуг на 149,3 млн долл. США (внешнеторговое сальдо (отрицательное) – на сумму 145,0 млн долл. США).

В целях более детального анализа уровня эффективности развития свободных экономических зон Беларуси проведем оценку их деятельности по среднегодовому значению вышеприведенных объемных показателей на одного занятого (среднегодовая численность работающих колеблется от 11,0 тыс. чел. в СЭЗ «Витебск» до 28,5 тыс. чел. в СЭЗ «Гомель-Ратон») и определим отношение каждого среднегодового показателя к максимальному (таблица 6).

Таблица 6 – Уровень развития СЭЗ Республики Беларусь по среднегодовым показателям на одного занятого за 2016 год

Показатель	СЭЗ						
	В среднем по СЭЗ	Брест	Витебск	Гомель-Ратон	Гродно-Инвест	Минск	Могилев
Объем производства промышленной продукции, работ, услуг: среднегодовое значение, тыс. р.	86,0	79,0	66,0	74,0	77,0	109,0	98,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		72,5	60,6	67,9	70,7	100	89,9
Выручка от реализации продукции, работ, услуг: среднегодовое значение, тыс. р.	96,0	83,0	86,0	85,0	86,0	119,0	110
процент к высшему среднегодовому показателю, %		69,8	72,3	71,4	72,3	100	92,4

Окончание таблицы 6

Показатель	СЭЗ						
	В среднем по СЭЗ	Брест	Витебск	Гомель-Ратон	Гродно-Инвест	Минск	Могилев
Начисленная среднемесячная заработная плата: среднегодовое значение, р.	728,0	674,0	666,0	683,0	669,0	896,0	764,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		75,2	74,3	76,2	74,7	100	85,3
Чистая прибыль, убыток (–) от реализации товаров, работ, услуг: среднегодовое значение, тыс. р.	3,0	4,0	5,0	0,3	2,0	2,0	4,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		80,0	100	7,5	40,0	40,0	80,0
Инвестиции в основной капитал: среднегодовое значение, тыс. р.	11,0	3,0	11,0	9,0	9,0	22,0	13,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		13,6	50,0	40,9	40,9	100	59,1
Экспорт товаров: среднегодовое значение, тыс. долл. США	31,0	26,0	29,0	25,0	25,0	43,0	38,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		60,5	67,5	58,2	58,2	100	88,4
Объем производства продукции, включенной в перечень импортозамещающих товаров: среднегодовое значение, тыс. р.	10,5	17,0	10,0	10,0	1,0	23,0	2,0
процент к высшему среднегодовому показателю, %		73,9	43,5	43,5	4,4	100	8,8
Экспорт услуг: среднегодовое значение, тыс. долл. США	0,4	0,1	2,3	0,2	0,1	0,2	0,3
процент к высшему среднегодовому показателю, %		4,4	100	8,8	4,4	8,8	13,2
Уровень развития		56,3 Низкий	71,0 Средний	46,8 Низкий	45,7 Низкий	81,1 Высокий	64,6 Средний
Для справки: Среднесписочная численность работающих, чел.	123 549	20 892	10 752	28 489	17 115	22 055	24 246
Примечание – Стоимостные показатели приведены в масштабе цен, действующих с 1 июля 2016 года (с учетом деноминации) [13].							

Исходя из данных таблицы 6 можно сделать следующий вывод. По среднегодовым значениям показателей на одного занятого: объем производства промышленной продукции, работ, услуг; выручка от реализации продукции, работ, услуг; начисленная среднемесячная заработная плата; инвестиции в основной капитал; экспорт товаров; объем производства продукции, включенной в перечень импортозамещающих товаров, СЭЗ «Минск» имеет максимальные значения, т. е. можно оценить ее, как имеющую высокий уровень развития; далее по ранжиру можно расположить СЭЗ «Витебск», СЭЗ «Могилев», СЭЗ «Брест», СЭЗ «Гомель-Ратон», СЭЗ «Гродно-Инвест».

Проведенный анализ свидетельствуют о том, что свободные экономические зоны Республики Беларусь стали источником позитивного воздействия на экономику страны, что проявляется, прежде всего, в формировании положительного инвестиционного имиджа, но в большей степени они, как и планировалось, активировали рыночные процессы в регионах (таблица 7).

Таблица 7 – Уровень влияния СЭЗ на развитие регионов Республики Беларусь по состоянию за 2016 год

Показатель	Доля свободной экономической зоны в общих показателях региона, %					
	СЭЗ «Брест» / Брестская область	СЭЗ «Витебск» / Витебская область	СЭЗ «Гомель-Ратон» / Гомельская область	СЭЗ «Гродно-Инвест» / Гродненская область	СЭЗ «Минск» / Минская область	СЭЗ «Могилев» / Могилевская область
Доля среднесписочной численности работников СЭЗ в численности населения, занятого в экономике области	3,5	2,1	4,7	3,6	3,2	5,3
Объем производства промышленной продукции, работ, услуг	18,0	6,3	13,8	15,8	16,0	32,7
Инвестиции в основной капитал (всего)	3,3	6,8	9,8	5,1	10,8	23,0
Инвестиции в основной капитал в части иностранных инвестиций (без кредитов (займов) иностранных банков)	3,0	1,0	29,0	87,0	46,0	80,0
Экспорт товаров	29,0	20,0	23,8	26,5	18,5	47,1
Начисленная среднемесячная заработная плата одного работника	108,4	108,2	106,5	107,8	123,9	121,8
Примечание – Стоимостные показатели приведены в масштабе цен, действующих с 1 июля 2016 году (с учетом деноминации) [13; 14].						

По состоянию на 2016 год свободные экономические зоны, имея сравнительно небольшую долю среднесписочной численности работников, по сравнению с численностью населения, занятого в экономике областей, играют по ряду показателей важную роль в региональном развитии.

Так, доля среднесписочной численности работников специальных территориальных образований в областях в порядке увеличения выглядит следующим образом: СЭЗ «Витебск» – 2,1%, СЭЗ «Минск» – 3,2; СЭЗ «Брест» – 3,5; СЭЗ «Гродно-Инвест» – 3,6; СЭЗ «Гомель-Ратон» – 4,7; СЭЗ «Могилев» – 5,3%.

При этом, объем производства промышленной продукции, работ, услуг промышленного характера предприятий-резидентов СЭЗ в регионах Республики Беларусь достиг: СЭЗ «Витебск» – 6,3%; СЭЗ «Гомель-Ратон» – 13,8; СЭЗ «Гродно-Инвест» – 15,8; СЭЗ «Минск» – 16,0; СЭЗ «Брест» – 18,0, СЭЗ «Могилев» – 32,7%. К этому следует добавить, что удельный вес инновационной продукции СЭЗ в общем объеме отгруженной продукции областей, составил: СЭЗ «Минск» – 21,1%; СЭЗ «Брест» – 20,9%; СЭЗ «Витебск» – 15,1; СЭЗ «Гомель-Ратон» – 12,9%. Главное, что резиденты СЭЗ продолжают наращивать свои мощности. Например, доля инвестиций в основной капитал в региональном разрезе в СЭЗ «Могилев» составила 23,0%; СЭЗ «Минск» – 10,8; СЭЗ «Гомель-Ратон» – 9,8%. Иностранные инвестиции в СЭЗ Республики Беларусь за 2016 год составили 27,3% всех вложенных инвестиций. Свободные экономические зоны «Гродно-Инвест», «Могилев», «Минск», «Гомель-Ратон» были наиболее привлекательны в 2016 году для привлечения иностранных инвестиций. Их доля в общем объеме иностранных инвестиций СЭЗ составляет более 90%. При этом следует заметить, что инвестиции, вложенные в основной капитал за счет прибыли действующих иностранных предприятий-резидентов белорусских СЭЗ, в разряд иностранных инвестиций по статистике не относятся.

Наиболее значимым является вклад свободных экономических зон во внешнеэкономическую деятельность регионов, в частности по экспорту: СЭЗ «Могилев» – 47,1%; СЭЗ «Брест» – 29,0; СЭЗ «Гродно-Инвест» – 26,5; СЭЗ «Гомель-Ратон» – 23,8; СЭЗ «Витебск» – 20,0; СЭЗ «Минск» – 18,5%.

Следует отметить и тот положительный факт, что начисленная среднемесячная заработная плата на одного работника в свободных экономических зонах за 2016 год выше средних показателей по регионам.

Заключение

Как показывает мировой опыт, свободные экономические зоны обладают значительным потенциалом для эффективного решения многих социально-экономических задач, которые стоят перед любой страной, в том числе и перед Беларусью. В нашей стране к созданию свободных экономических зон обратились более 20 лет назад, рассчитывая с помощью более интенсивного привлечения на эти территории иностранных и отечественных инвестиций, передовых технологий и опыта современного хозяйствования выйти на мировой рынок и закрепиться на нем, активизировать региональное развитие. Практика использования этой новой для нас формы деятельности показала в целом позитивные результаты. Этому способствовало в значительной степени создание благоприятного инвестиционного климата для иностранных инвесторов, наличие оперативно корректируемого необходимого законодательства, использование существующих производственных мощностей и формирование за счет бюджетов всех уровней рыночной инфраструктуры, правильный выбор местоположения, определение оптимальных размеров и специализации СЭЗ, учет региональных местных возможностей. Проведенный выше анализ эффективности шести белорусских СЭЗ, как территорий со специальным правовым и таможенным режимами, показал, что они в своих регионах стали подлинными «точками роста», содействуют активизации научно-технического обмена, позитивно влияют на внешнеторговый баланс не только регионов, но и страны, помогают решать проблемы занятости и повышения жизненного уровня населения.

Кроме того, опыт практической работы свободных экономических зон позволил дать, образно говоря, «зеленый свет» более совершенным формам развития территорий со специальным правовым режимом: «Парк высоких технологий», Белорусско-китайский технопарк «Великий камень» и другим направлениям активизации инновационной, инвестиционной и предпринимательской активности в Республике Беларусь.

Список использованной литературы

1. **О создании** свободных экономических зон на территории Республики Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь от 20 марта 1996 г. № 114 // Собрание Декретов, Указов Президента и постановлений Правительства Респ. Беларусь. – 1996. – № 9. – С. 254–266.
2. **О создании** свободных экономических зон «Минск» и «Гомель-Ратон» : Указ Президента Респ. Беларусь от 2 марта 1998 г. № 93 // Збор указаў Прэзідэнта і пастаноў Кабінета Міністраў Рэсп. Беларусь. – 1998. – № 7. – Ст. 155.
3. **О создании** свободной экономической зоны «Витебск» : Указ Президента Респ. Беларусь от 4 авг. 1999 г. № 458 // Збор указаў Прэзідэнта і пастаноў Кабінета Міністраў Рэсп. Беларусь. – 1999. – № 22. – Ст. 639.
4. **О создании** свободной экономической зоны «Могилев» : Указ Президента Республики Беларусь от 31 января 2002 г. № 66 // Нац. экон. газ. – 2002. – 12 февр. – № 11.
5. **О создании** свободной экономической зоны «Гродноинвест» : Указ Президента Республики Беларусь от 16 апреля 2002 г. № 208 // Советская Белоруссия. – 2002. – 18 апр.
6. **Бык, В. Ф.** Методологические и организационные особенности формирования свободных экономических зон в Республике Беларусь (на примере свободной экономической зоны «Гомель-Ратон») : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В. Ф. Бык; ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь». – Минск, 2004. – 25 с.
7. **Бык, В. Ф.** Свободная экономическая зона «Гомель-Ратон» – стратегия устойчивого развития (из опыта работы) / В. Ф. Бык. – Гомель : ГГУ им. Ф.Скорины, 2003. – 189 с.
8. **О свободных** экономических зонах : Закон Респ. Беларусь от 7 дек. 1998 г. № 213-3 // Ведомости Нац. собр. Респ. Беларусь. – 1999. – № 25. – Ст. 428.
9. **О некоторых** вопросах деятельности свободных экономических зон на территории Республики Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь от 9 июня 2005 г. № 262 / Нац. реестр прав. актов Респ. Беларусь. – 2005. – № 92. – 1/6516.
10. **Соглашение** по вопросам свободных (специальных, особых) экономических зон на таможенной территории Таможенного союза и таможенной процедуры свободной таможенной зоны : офиц. текст. – СПб., 2010. – 40 с.

11. **Об изменении** указов Президента Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 30 дек. 2016 г. № 508 // Законодательство Беларуси 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kodeksy-by.com/norm_aktsource. – Дата доступа : 02.10.2017.

12. **Совещание** по вопросам функционирования и развития СЭЗ // Официальный интернет-портал Президента Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://president.gov.by/ru/news_ru. – Дата доступа : 01.10.2017.

13. **Основные** показатели деятельности резидентов свободных экономических зон Республики Беларусь в 2016 году // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 01.10.2017.

14. **Основные** социально-экономические показатели по Республике Беларусь, областям и г. Минску в 2016 году // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/osnovnye-pokazateli/>. – Дата доступа : 01.02.2018.

Получено 12.02.2018.

Трейтъякова Е. В.,

старший преподаватель Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого

Экспорт Республики Беларусь: проблемы и направления развития..... 37

В статье приведены результаты исследования экспорта Республики Беларусь, направленные на выявление проблем реализации государственной экспортной политики, роста экспортного потенциала как основы для обеспечения внешнеэкономической сбалансированности белорусской экономики.

Ключевые слова: экспорт; экспортный потенциал; рынок; сбыт; внешнеэкономическая интеграция; конкурентоспособность; диверсификация экспорта.

Введение

Современный этап развития мировой экономики свидетельствует о том, что экспорт выступает одним из факторов устойчивого, качественного и сбалансированного экономического развития, инновационно-технологического обновления, а также повышения благосостояния граждан для большинства государств. Республика Беларусь как страна, нацеленная на структурные изменения в экономике, рост общенационального дохода, интеграцию в общемировое экономическое пространство, в значительной мере заинтересована в проведении гибкой внешнеэкономической политики, наращивании и диверсификации экспорта.

Перечень основных мер органов государственной власти Беларуси, которые необходимы для решения приоритетных проблемы в области внешнеторговых отношений нашли отражение в основных программных документах страны [1–4].

В то же время, несмотря на наличие большого количества разработанных программных документов, и то, что в Республике Беларусь уже реализуется на протяжении продолжительного периода стратегия формирования экспортноориентированного и импортозамещающего производства, это не оказывает ожидаемого влияния на экономическое развитие страны. В связи с этим актуальными являются исследования, направленные на выявление проблем реализации государственной экспортной политики, роста экспортного потенциала как основы для обеспечения внешнеэкономической сбалансированности экономики Беларуси. Настоящая работа направлена на решение указанной проблемы.

Цель исследования – определить пути наращивания экспортного потенциала на основе его сравнительной оценки в различных отраслях экономики Республики Беларусь, развитых и развивающихся стран.

Экспорт – вывоз за пределы государства товаров отечественного производства или реэкспорт товаров. К товарам отечественного производства могут относиться также товары иностранного происхождения, ранее ввезенные в страну и подвергнутые существенной переработке, изменяющей определенные качественные или технические особенности товаров [5].

К целям экспортной товарной политики относятся:

1) нахождение наиболее благоприятного и эффективного торгового режима в отношениях с внешнеэкономическими партнерами, отказ других стран от любых дискриминационных ограничений на торговлю с данным государством;

2) поддержка отечественных экспортеров на внешних рынках, защита их интересов;

3) обеспечение доступа отечественных предприятий к мировым рынкам капитала, техники, оборудования, информации, различного рода ресурсов в качестве экспортеров и импортеров;

4) привлечение иностранного капитала в финансирование экономики страны с наилучшими для нее условиями;

5) еще большая интеграция отечественной экономики в мировое хозяйство.

Выполнение всех этих задач важно для экономики любого государства.

Экспорт товаров Республики Беларусь с 2012 года по 2016 год устойчиво сокращался с 46 млрд долл. США до 23 млрд долл. США. По оперативным данным, объем белорусского экспорта товарами за 8 месяцев 2017 года возрос на 21,1% [6].

Таблица 1 – Объем экспорта и импорта товаров, услуг Республики Беларусь, млрд долл. США

Показатель	Значения по годам					
	2012	2013	2014	2015	2016	8 месяцев 2017
<i>Объем экспорта и импорта товаров</i>						
Экспорт	46,060	37,203	36,081	26,660	23,538	18,437
Импорт	46,404	43,023	40,502	30,292	27,610	21,223
Сальдо	-3,44	-5,820	-4,421	-3,632	-4,072	-2,786
<i>Объем экспорта и импорта услуг</i>						
Экспорт	6,312	7,506	7,880	6,635	6,818	–
Импорт	4,043	5,254	5,733	4,390	4,384	–
Сальдо	2,269	2,252	2,147	2,245	2,434	–
Примечание – Разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [6].						

Внешние условия для развития экспорта, которые сложились в 2016 году, не позволили Беларуси обеспечить рост экспорта товаров. Внешний товарооборот товаров и услуг в 2016 году составил 59,566 млрд долл. США, что на 9% меньше чем за 2015 год. Общий объем экспорта товаров и услуг сократился на 9% до 30,356 млрд долл. США. При этом экспорт товаров сократился на 11,7%, а экспорт услуг вырос по сравнению с 2015 годом на 2,7%.

В двадцатку основных товарных позиций белорусского экспорта в течение последних пяти лет стабильно входят нефть и нефтепродукты, калийные удобрения, автомобили грузовые, тракторы и седельные тягачи, сельхозтехника, запасные части к автомобилям, черные металлы, молочные и мясные продукты питания.

Основными потребителями белорусской продукции в 2016 году являлись Россия, Украина, Великобритания, Нидерланды, Германия, Бразилия, Польша, Казахстан, Литва, Китай.

По данным мировых аналитических исследований и Национального статистического комитета Республики Беларусь, с 2012 по 2016 годы экспорт продукции и услуг на душу населения сократился на 42,6% (таблица 2). По уровню экспорта в валовом внутреннем продукте Беларусь в целом соответствует группе рассматриваемых развитых стран (62,8% по сравнению со средним показателем 48,9% в 2016 году) и превосходит развивающиеся страны (на 18,7% в 2016 году). Однако отсутствие положительной динамики данного показателя или, как минимум, его устойчивости за период 2012–2016 годов, в перспективе грозит снижением конкурентоспособности даже в группе развивающихся стран-соседей и основных торговых партнеров (прежде всего в отношении России, Азербайджана, Латвии, Польши, Китая).

Таблица 2 – Показатели экспорта товаров и услуг Республики Беларусь, некоторых развитых и развивающихся странах за 2012–2016 годы

Страна	Экспорт на душу населения, долл. США					Экспорт в % от ВВП				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Франция	11 892,3	12 506,1	12 801,7	11 245,46	11 118,4	29,6	29,8	30,1	30,9	30,1
Норвегия	39 713,7	39 249,1	37 184,1	27 740,5	24 013,7	40,5	39,0	38,8	37,3	66,7
Швейцария	53 308,6	58 859,9	54 339,8	50 206,2	52 181,3	66,4	71,2	64,1	62,0	65,5
Литва	12 012,8	13 416,98	13 490,4	10 787,3	10 916,7	81,6	84,1	80,8	76,3	74,3
Австралия	13 119,0	12 920,2	12 393,2	9 981,9	10 298,3	20,3	19,7	20,3	17,7	20,3
Канада	15 373,8	15 502,1	15 798,1	13 688,9	13 234,2	30,2	30,2	31,8	31,7	31,0
Эстония	15 098,3	16 149,8	16 601,4	13 570,2	14 108,1	85,9	84,5	83,1	79,3	80,0
Чехия	15 008,8	15 256,9	16 273,1	14 312,1	14 692,3	76,4	76,9	82,6	81,6	80,4
Германия	20 015,9	20 979,6	21 851,6	19 415,7	19 696,6	45,9	45,5	45,9	46,9	46,3
США	6 903,7	7 135,4	7 394,0	7 034,9	6 882,2	13,7	13,7	13,7	12,5	11,9
Великобритания	12 104,6	12 426,1	12 928,6	12 135,7	11 357,3	29,8	29,8	28,1	27,7	28,2
Австрия	24 941,4	26 166,0	26 665,5	22 894,4	23 194,7	53,5	53,4	53,2	53,1	52,5
Казахстан	5 230,2	5 180,9	4 954,8	3 016,7	–	44,1	38,4	39,3	28,7	–
Латвия	8 707,0	9 209,0	9 427,99	8 047,2	8 413,1	61,4	60,3	59,6	58,9	60,1
Болгария	4 550,6	5 012,6	5 133,8	4 463,7	4 635,3	63,5	63,8	64,9	64,5	60,6
Польша	5 849,6	6 387,8	6 825,1	6 213,7	6 435,5	52,1	49,5	47,6	46,3	44,4
Россия	4 092,9	4 108,1	3 903,98	2 728,5	2 305,3	27,4	26,5	27,4	29,5	25,9
Украина	1 914,2	1 808,0	1 447,8	1 058,9	–	49,2	44,6	49,0	52,8	–
Беларусь	5 454,2	4 630,1	4 551,97	3 447,7	3 131,6	81,6	60,3	56,9	60,1	62,8
Армения	966,9	1 045,8	1 099,8	1 039,4	1 160,1	27,5	28,4	28,6	29,8	33,2
Китай	1 586,3	1 717,9	1 796,1	1 712,2	1 602,9	25,4	24,5	23,5	21,4	19,6
Киргизия	587,9	640,6	550,8	402,9	–	53,0	52,0	43,9	36,5	–
Азербайджан	3 757,9	3 678,7	3 334,96	2 051,8	1 800,7	52,6	48,4	43,3	37,7	46,4

Примечание – Показатели рассчитаны автором на основе данных мировой и региональной статистики [7].

Тенденции в динамике внешней торговли связаны с изменениями, происходившими в структуре экспортной корзины по основным географическим направлениям. В поставках на внешние рынки существенно увеличилась доля мясной и молочной продукции (с 4,1% в 2012 году до 11,4% в 2016 году). В результате вместе с продуктами растительного происхождения и продуктами питания в 2016 году удельный вес данной группы товаров в экспорте составил 17,3%. Это объясняется существенным увеличением экспорта мяса и молока в Россию. В период 2012–2016 годов среднегодовой темп прироста этой продукции по данному географическому направлению был самым высоким по сравнению с другими группами товаров и составил 120%, что намного превысило рост мирового экспорта (около 4% в год). В результате удельный вес мяса и молока в экспорте в Россию вырос до 16,37%.

В структуре белорусской экспортной корзины топливо занимает лидирующую позицию. Его удельный вес с 2012 года стабильно изменялся и к 2016 году составил 20,60%. При этом среднегодовой темп прироста поставок топлива Беларусью на внешние рынки был гораздо выше темпов прироста мирового экспорта по данному товару [8].

В то же время удельный вес таких традиционных товаров, как продукция машиностроения и транспорт, текстиль и одежда, существенно сократился в экспорте, в том числе в Россию, являющуюся для них главным рынком. С 2000 года удельный вес текстиля и одежды в структуре экспорта ежегодно снижался с 10,56% до 4,6% в 2016 году. При этом совокупный среднегодовой темп роста поставок текстиля и одежды на внешние рынки был существенно ниже роста мирового экспорта. Такая же ситуация наблюдается в отношении продукции и транспортных средств, мировой экспорт которых рос ежегодно на два процентных пункта быстрее, чем белорусский [8].

Оценка структуры экспорта и его технологичности проведена в сравнении с рядом стран – торгово-экономических партнеров Республики Беларусь (таблица 3). Это позволило проанализи-

ровать, насколько изменения, происходящие в белорусской экспортной корзине, соответствуют тенденциям рассматриваемых развитых и развивающихся стран. Показатели технологической структуры экспорта позволяют оценивать эффективность промышленного сектора, его возможность привлекать передовые технологии через прямые иностранные инвестиции, увеличивать конкурентоспособность. Степень сложности экспорта оказывает прямое влияние на экономический рост.

Таблица 3 – Показатели технологической структуры экспорта Республики Беларуси, некоторых развитых и развивающихся странах за 2012–2016 годы

Страна	Экспорт промышленной продукции, в % от экспорта товаров					Экспорт высокотехнологичных товаров, в % от экспорта промышленных					Темпы роста экспорта высокотехнологичных товаров, %				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Франция	77,0	77,2	77,7	78,8	79,8	23,7	25,4	25,9	26,1	26,8	6,04	2,67	4,3	1,28	-9,03
Норвегия	14,9	16,2	17,4	21,5	22,6	18,8	19,1	20,7	20,5	19,5	-0,10	6,94	8,45	-11,66	-15,35
Швейцария	86,6	88,4	89,4	90,5	91,5	25,8	26,5	26,4	26,8	27,1	-0,05	6,38	4,90	-4,74	3,06
Литва	52,2	52,9	57,9	59,0	61,4	10,4	10,3	10,1	11,9	11,8	6,1	10,19	6,67	-6,52	2,07
Австралия	15,6	14,8	15,1	17,7	17,6	12,7	12,9	13,6	13,5	-	-2,03	-4,11	2,76	-9,68	-2,03
Канада	48,2	47,1	46,4	52,4	54,5	13,8	14,0	14,8	13,8	13,0	16,27	-0,21	8,64	-16,62	-8,83
Эстония	63,9	68,3	66,8	66,1	65,4	10,8	10,5	11,4	11,4	10,5	-19,53	5,56	1,59	-21,54	-8,39
Чехия	87,6	88,2	88,9	88,9	90,3	16,1	14,8	14,9	14,9	14,0	-5,81	-4,38	9,69	-9,93	-2,42
Германия	83,6	83,5	83,6	84,1	84,0	16,0	16,1	16,0	16,7	-	1,99	3,63	3,05	-7,09	-
США	63,4	62,3	62,0	64,2	63,4	17,8	17,8	18,2	19,0	20,0	1,85	0,13	4,79	-0,83	-0,53
Великобритания	66,4	68,6	73,8	78,0	79,1	21,7	21,9	20,6	20,8	21,8	-2,62	2,12	2,06	-1,75	-0,46
Австрия	79,9	81,2	82,2	82,5	-	12,8	13,7	13,9	13,4	-	2,99	13,83	4,66	-17,24	-
Казахстан	12,9	9,9	11,3	15,1	18,4	30,0	36,7	37,2	41,2	-	36,77	-13,28	8,21	-14,36	-
Латвия	54,6	53,6	54,9	-	58,7	9,8	13,0	15,0	-	-	20,43	37,04	21,03	-7,4	-
Болгария	47,6	48,1	53,4	56,2	57,2	7,7	8,0	6,9	7,6	-	-3,25	1481	-4,28	2,6	-
Польша	76,8	76,8	77,7	78,9	80,3	7,0	7,8	8,7	8,8	8,5	10,98	27,83	18,55	-7,2	-0,94
Россия	16,3	16,6	17,4	20,5	-	8,4	10,0	11,5	13,8	-	30,34	22,0	13,71	-1,68	-
Украина	60,6	58,7	54,9	50,1	-	6,3	5,9	6,5	7,3	-	37,44	-16,53	-12,20	-27,84	-
Беларусь	46,7	46,8	46,6	48,7	54,9	2,9	4,4	3,9	4,3	4,7	21,43	25,65	-13,85	-15,1	7,66
Армения	22,1	24,0	24,0	17,3	23,5	2,6	2,9	2,7	5,3	4,7	22,79	26,14	-6,4	33,06	49,67
Китай	93,9	94,0	94,0	94,0	94,3	26,3	27,0	25,4	25,8	-	10,62	10,76	-0,26	-0,78	-
Киргизия	38,5	39,2	46,0	47,2	-	4,6	5,3	-	11,9	-	72,35	7,33	-	152,9	-
Азербайджан	2,4	2,2	2,1	3,3	-	7,3	13,4	7,0	2,5	-	416,2	73,13	-54,03	-71,03	-1,3
Грузия	53,1	48,3	46,8	39,6	32,2	2,4	2,4	3,0	5,6	-	76,45	4,90	28,83	33,93	-

Примечание – Показатели рассчитаны автором на основе данных мировой и региональной статистики [7].

Оценка структуры экспорта в разрезе удельных показателей промышленной продукции¹ и высокотехнологичных товаров² и сравнение их с детализацией по выбранным странам позволяет наглядно увидеть ряд неблагоприятных тенденций:

- Доля промышленной продукции Беларуси в общем объеме экспорта характеризуется незначительным, но устойчивым ростом в период с 2012 по 2015 год с 46,7% до 54,9%. В структуре экспортных корзин ряда развитых стран (Франции, Швейцарии, Австрии, Чехии, Германии, США, Великобритании) промышленные товары составляют от 63,4% до 91,5%. По анализируемому показателю Беларусь в среднем уступает отдельным развивающимся странам, в том числе и странам постсоветского пространства: Латвии на 6,71%, Украине – 7,34, Литве – 7,94, Эстонии – 17,36, Польше – 29,3, Китаю – 45,3%.

¹ Промышленная продукция включает товары из разделов Международной стандартной торговой классификации: химические вещества и аналогичную продукцию, промышленные товары, классифицированные по виду материала, машины и транспортное оборудование, различные готовые изделия за исключением цветных металлов.

² Высокотехнологичная продукция – это товары с высокой НИОКР-интенсивностью (ракетно-космические аппараты, компьютеры, фармацевтика, научные инструменты и оборудование, работающие на электричестве).

- Высокотехнологичные товары слабо представлены в экспортной корзине Беларуси (их доля не достигает 5%), в то время как развитые страны увеличивают их объем в поставках на внешние рынки и обеспечивают соответственно от 14,0 до 26,8%. Представленная группа развитых стран превосходит по уровню технологичности Беларусь. Среднее значение анализируемого показателя за исследуемый период по развивающимся странам составляет: Украина – 6,5%, Киргизия – 7,3, Азербайджан – 7,6, Болгария – 7,6, Польша – 8,16, Россия – 10,9, Латвия – 12,6, Казахстан – 36,3%.

- Темпы роста экспорта высокотехнологичных товаров в Беларуси за анализируемый период снижаются с 21,43% до 7,66%, что также не соответствует тенденциям, наблюдаемым в сопоставляемых странах.

Влияние экспортируемых товаров на показатели экономического роста и развития страны различается. Специализация на одних товарах приводит к более высоким показателям экономического роста по сравнению с другими. Уровень доходности товаров различается, и страны, экспортирующие высокопродуктивные товары, имеют более высокие показатели экономического развития. Такая политика, направленная на постоянное усложнение экспорта, объясняет экономический успех Японии, Кореи, Китая [9].

Согласно современным подходам, к наиболее высокодоходным следует относить товары, основными экспортёрами которых являются развитые страны, т. е. страны с наиболее высоким показателем ВВП на душу населения. Чем больше таких товаров экспортирует страна, тем более продуктивной является ее экспортная корзина [8; 9].

Изменения, наблюдаемые в белорусском экспорте, и увеличение доли относительно низкопродуктивных, прежде всего, сырьевых товаров, свидетельствуют не только о проблемах для расширения экспорта, но и об ограничениях для устойчивого долгосрочного экономического роста страны. Проведенные исследования показывают, что появление в экспортной корзине новых товаров и рынков очень важно для устойчивого долгосрочного роста экспорта, а в рамках экспортной корзины Беларусь имеет ограниченный потенциал для наращивания экспорта.

Таким образом, в настоящее время приоритетом в развитии белорусского экспорта должно быть увеличение доли высокотехнологичной наукоемкой продукции. Это направление представляется особенно выгодным ввиду относительной ограниченности республики во многих видах сырья, стремлением за счет использования технологий увеличить долю прибыли, остающуюся в стране.

Заключение

В целях соблюдения интересов внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь государственное регулирование внешней торговли осуществляется с помощью экономических и административных форм. Арсенал административных и экономических методов регулирования экспорта разнообразен, что позволяет достаточно эффективно влиять на развитие внешнеэкономических процессов.

Важную роль в поддержке национальных производителей призвана сыграть система финансового стимулирования и кредитования экспорта. С этой целью следует использовать опыт многих стран мира по применению стимулирующих систем финансирования экспорта и страхованию экспортных кредитов, которые поддерживаются государством. Учреждения по финансированию экспорта и страхованию функционируют более чем в 70 странах мира в разных организационно-правовых формах: например Государственный департамент по гарантированию экспортных кредитов в Великобритании, Экспортно-импортный банк в США, частная компания «Гермес» в Германии, полугосударственная компания «КОФАСЕ» во Франции, специальное учреждение «САЧЕ» при Национальном институте страхования в Италии, Корпорация страхования экспортных кредитов в Польше [10].

Укрепление международной конкурентоспособности белорусских предприятий должно быть одной из главных задач правительства. Необходима активная экономическая политика роста конкурентоспособности, направленная на создание стойких конкурентных преимуществ в наиболее современных и самых динамичных секторах экономики. В стимулировании нуждаются факторы конкурентоспособности, которые связаны с современным научно-техническим прогрессом, оперативным созданием новейших товаров и внедрением современных технологий международного маркетинга.

Стратегия экспортной ориентации применима для Республики Беларусь в том случае, если будут учитываться потребности конкретных потребительских рынков, а не всего мира. В случае

изменения конъюнктуры на мировом рынке, как показал опыт Беларуси, экономика оказывается на грани выживания.

В плане заимствования опыта моделей внешней торговли зарубежных стран (Венгрии, Польши, США) полезной является практика использования тарифов или квот для ограничения импорта зарубежных товаров в интересах защиты отечественной промышленности. Установление высоких требований на ввоз иностранных товаров должно быть временным на период становления и укрепления отечественных предприятий.

Значительное внимание Беларуси необходимо уделить совершенствованию механизма продвижения готовой продукции на международные рынки. Отечественная продукция имеет определенные проблемы в конкуренции с иностранной продукцией и не пользуется достаточным спросом в странах Европейского Союза и Евразийского Союза. Однако белорусские товары могут обладать конкурентными преимуществами в развивающихся странах и странах Ближнего Востока. Решение задачи по диверсификации экспорта на рынках дальней дуги предполагает активную работу через агрессивный маркетинг, участие в тендерах, создание сборочных производств, налаживание промышленной кооперации, создание субъектов товаропроводящей сети, развитие сервиса с одновременным сопровождением доступными финансовыми инструментами, послаблениями в ценообразовании и действиями по устранению торговых барьеров.

Также внимание следует обратить на следующее:

- организацию точечных мероприятий в Беларуси для отечественных экспортеров;
- результативность деятельности деловых советов и межправительственных комиссий;
- развитие регионального сотрудничества со всеми крупными торговыми партнерами;
- использование современных форм маркетинга для продвижения имиджа и узнаваемости белорусских товаров;
- вовлечение в экономическое сотрудничество соотечественников за рубежом;
- качественные подходы по организации выставочной деятельности;
- улучшение финансовых инструментов развития внешней торговли за счет расширения охвата и условий партнерства с зарубежными организациями.

Список использованной литературы

1. **Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // М-во экономики Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа : 17.10.2017.

2. **Программа** деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 годы : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь 5 апр. 2016 г. № 274 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://docviewer.yandex.by/?url=http%3A%2F%2Fwww.government.by%2Fupload%2Fdocs%2Fpdp2016_2020.pdf&name=pdp2016_2020.pdf&lang=ru&c=589884587187. – Дата доступа : 17.10.2017.

3. **Программа** развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года (в ред. постановлений Совета Министров от 4 апр. 2013 г. № 256, от 13 янв. 2014 г. № 18, от 13 июня 2014 № 572) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://research.bsu.by/wp-content/uploads/2014/10/postanovlenie-sm-622-5.07.2012-red-30.06.2014.pdf>. – Дата доступа : 17.10.2017.

4. **Национальная** программа поддержки и развития экспорта на 2012–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.government.by/upload/docs/fileaff83a3fc04eb9c0.PDF>. – Дата доступа : 18.10.2017.

5. **Егорова, М. М.** Маркетинг. Конспект лекций / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://uchebnik.online/osnovyi-marketinga-besplatno/eksportnaya-tovarnaya-politika.html>. – Дата доступа : 24.10.2017.

6. **Внешняя** торговля / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа : 28.10.2017.

7. **Мировая** и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://knoema.ru/atlas>. – Дата доступа : 29.10.2017.

8. **Точицкая, И.** Показатели экспортной активности Беларуси в 1998–2016 гг.: каковы шансы на рост? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2017r02.pdf>. – Дата доступа : 04.11.2017.

9. **Попов, В. В.** Промышленная политика – как определить отрасли, которые надо поддерживать / В. В. Попов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.econorus.org/repec/journal/2014-22-186-190r.pdf>. – Дата доступа : 07.11.2017.

10. **Международная** практика внешнеторговой деятельности и ее адаптация для Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://articlekz.com/article/14003>. – Дата доступа : 10.11.2017.

Получено 03.01.2018.

Учет, анализ, аудит

Затолгутская Н. Н.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Формирование информационного ресурса для составления управленческой отчетности о расходах на реализацию 44

В статье рассмотрены подходы к формированию информационного ресурса для составления управленческой отчетности о расходах на реализацию в системе потребительской кооперации с целью принятия эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: информационный ресурс; потребительская кооперация; расходы на реализацию; учетно-аналитическое обеспечение управления; управленческая отчетность; центр затрат.

Введение

Бухгалтерский учет является основным источником управленческой информации, поэтому глобализация и интеграция современного общества обусловили необходимость его развития. Традиционные подходы к ведению учета не позволяют в полной мере удовлетворять существующие информационные потребности общества.

Структурные трансформации, происходящие в мировой экономике, обусловлены переходом от «индустриальной экономики» к «экономике знаний» с характерным доминированием информационного ресурса.

Глобальная конкуренция, стремительное развитие технологического процесса сделали управление расходами на реализацию более значимыми, чем когда-либо. Практически все организации и предприятия потребительской кооперации понимают важность своевременного и полного их учета во время экономической нестабильности и кризиса.

Актуальность исследования обусловлена повышением роли бухгалтерского учета как информационной функции в системе управления расходами организации и дальнейшим их развитием с учетом международного опыта ведения управленческого учета. Предложенный порядок формирования внутренней управленческой отчетности о расходах на реализацию по процессам: закупка, хранение, продажа и администрирование – позволит получить информационный ресурс, необходимый для расстановки приоритетов в деятельности торговой организации, планировании дальнейшей работы, формировании и информационной базы для принятия управленческих решений.

Актуальные мировые тенденции в экономике выдвигают новые требования к бухгалтерскому учету. Финансовый кризис во всем мире показал неготовность подавляющего числа предприятий, в том числе и предприятий и организаций потребительской кооперации, к работе в нестабильных условиях внешней экономической среды. Хаотичной структурированности мировой экономики свойственны открытость, нестабильность, динамичность и самоорганизация. Информация, представленная в управленческой отчетности, должна обеспечить возможность пользователям оперативно реагировать на изменения во внешней и внутренней среде экономических субъектов.

Эффективность торговли, сокращение расходов на реализацию становятся главными факторами выживания потребительской кооперации в условиях все возрастающей конкуренции. Основ-

ным резервом повышения эффективности торговой деятельности будет оптимизация состава и структуры расходов на реализацию, а также организация оперативного управления ими.

Современная система бухгалтерского учета призвана одновременно с формированием информации для внешних пользователей обеспечивать управленческий персонал необходимой и своевременной информацией для целей управления. Основным недостатком существующей системы учета состоит в слабой приспособленности ее для выполнения аналитических функций и в отсутствии эффективной связи с процессом принятия решений.

Традиционно делается упор на определение расходов на реализацию только по элементам затрат и статьям, отсутствует практика определения расходов на реализацию, приходящихся на конкретную товарную группу или позицию товаров. Формируемая в бухгалтерском (финансовом) учете информация о расходах на реализацию не позволяет ее использовать для анализа и управления процессами товародвижения. Информация о расходах на реализацию не содержит сведений о том, какие именно процессы их вызвали, являются они производственно необходимыми или произошли вследствие принятия неверных управленческих решений.

В этих условиях перед организациями торговли потребительской кооперации встают вопросы создания информационной базы о расходах на реализацию как основы управления, улучшения процедуры их учета и результатов от реализации, а также калькулирования расходов на реализацию, т. е. основы для анализа рентабельности, структурных сдвигов, ценовой политики и оптимизации товарного запаса.

Возрастающая роль бухгалтерского учета и анализа, как информационной функции в системе управления затратами организации, предполагает дальнейшее ее развитие с учетом международного опыта ведения управленческого и налогового учета, изменение ее целевой направленности с простой систематизацией информации о расходах на реализацию для обоснования оптимальных вариантов их распределения и учета, соответствующих требованиям финансового менеджмента [1].

Основным источником информации для управления организацией, оценки ее финансового состояния и результатов хозяйственно-финансовой деятельности со стороны органов государственного управления, вышестоящих организаций, банков и кредиторов является бухгалтерская отчетность.

Главная проблема бухгалтерской отчетности заключается в отражении в ней исключительно прошлых финансовых результатов, «исторических» фактов хозяйственной деятельности. По этой причине необходима отчетность, которая показывала бы руководству перспективы развития организации, например, отвечала бы на вопросы о том, если выручка от реализации товаров вырастет на 10%, то повлияет ли это на такое же повышение прибыли; как изменится уровень издержек обращения при увеличении тарифов на электроэнергию, роста цен на топливо. Эти задачи могут быть решены при взаимосвязи функций планирования, учета, контроля и анализа, которая позволит формировать качественную управленческую отчетность [2].

Одна из основных проблем, с которой сталкиваются учетные работники и руководители при определении формата управленческой отчетности, – проблема размера форм отчетности, с которой тесно связана проблема наглядности, понятности информации, приводимой в отчетности. Стремление сделать отчетность в максимальной степени аналитичной приводит к тому, что она начинает включать в себя слишком большое количество показателей.

Предполагается, что проблему повышения наглядности и аналитичности информации управленческой отчетности необходимо решать не путем увеличения количества включенных в каждую отчетную форму показателей, а путем разработки системы показателей, которая бы давала комплексную характеристику финансово-хозяйственной деятельности организации в части раскрытия информации о соответствующих элементах отчетности [3].

В состав показателей каждой формы управленческой отчетности включены показатели трех типов: реальные показатели – первая группа раздела; справочная информация – вторая группа; аналитические показатели – третья группа раздела, совокупность которых позволяет получить всестороннее представление о состоянии элемента управленческой отчетности, в нашем случае – о расходах на реализацию.

При этом, первая группа раздела отчетности должна содержать полный набор реальных показателей, которые необходимы для расчета абстрактных показателей, приводимых ниже. Система реальных показателей должна быть выстроена с учетом экономической логики, т. е. их набор должен давать полную и всестороннюю информацию о соответствующих объектах и их составных частях.

Вторая группа раздела – справочная информация – должна включать важнейшие показатели, характеризующие эффективность деятельности организации (выручка от реализации, маржиналь-

ная прибыль и др.); состояние внешней среды организации (коэффициент дисконтирования, индекс отраслевых цен). При этом следует учитывать, что набор показателей данной группы раздела будет определяться набором расчетных показателей, включенных в аналитическую группу третьего раздела, таких как абсолютные и относительные показатели (уровень расходов на реализацию, рентабельность текущих расходов и др.), дополняющие характеристику соответствующего объекта. Фактически управленческая отчетность приобретает черты аналитического отчета, содержащего как реально достигнутые показатели, так и значения, полученные расчетным путем [4].

Схема построения форм управленческой отчетности представлена на рисунке.

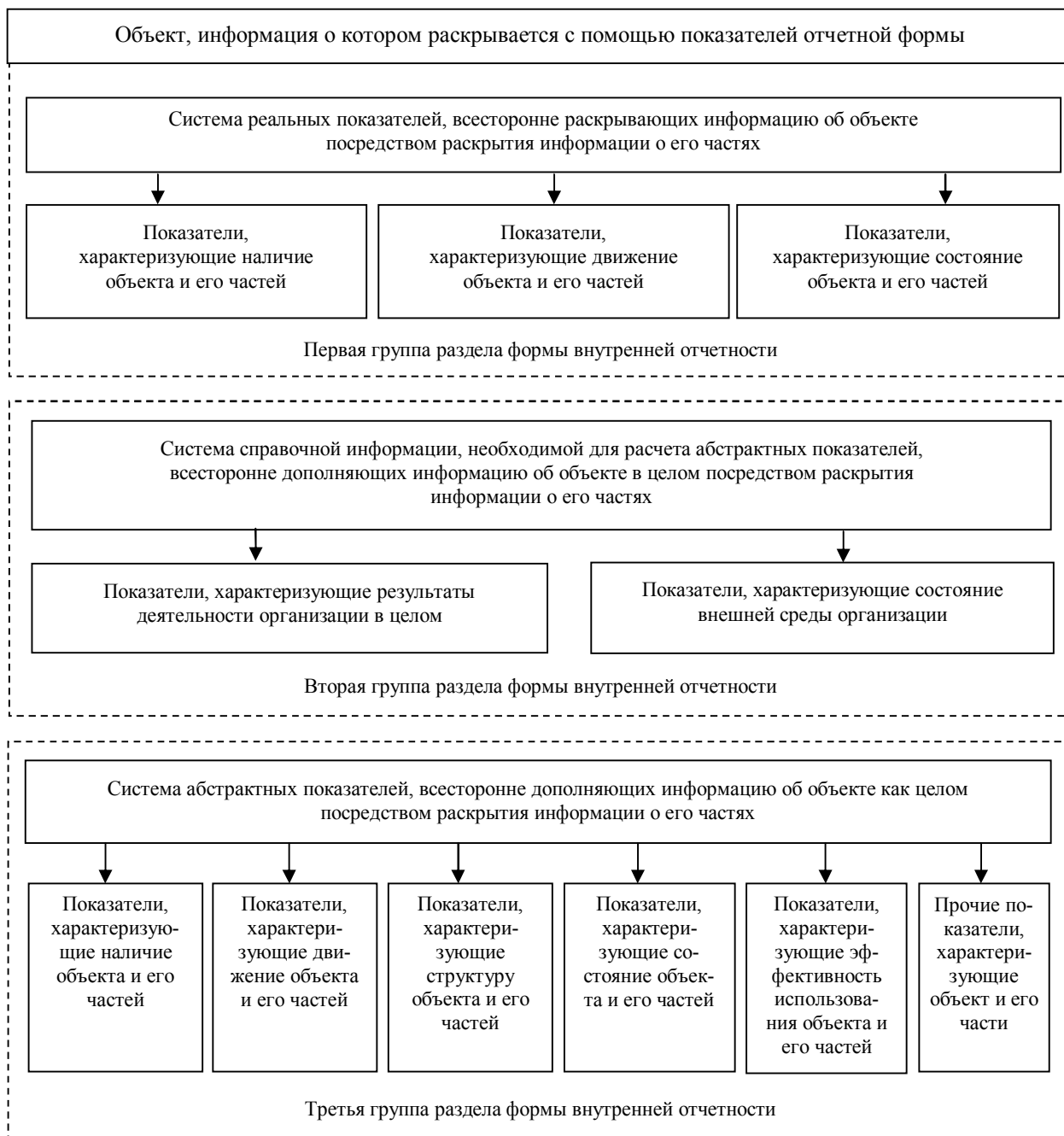


Схема построения форм управленческой отчетности

Управление товародвижением состоит из управления процессами, которые составляют технологическую цепочку торгового процесса. Это процессы закупки, хранения и реализации товаров. Информация о каждом процессе должна отражаться в управленческом учете в виде расходов торговой организации. С точки зрения управления торговыми процессами необходимо организовать

учет расходов на реализацию именно по процессам и получать информацию о расходах по закупке, хранению и реализации товаров.

К примеру, выделение процесса хранения как самостоятельного объекта наблюдения позволит контролировать состав затрат на хранение, выявить затраты, устранимые при хранении, сопоставлять затраты по хранению с затратами на закупку, а значит применять модель оптимальной партии закупки и хранения к товарным запасам.

Для формирования номенклатуры статей расходов на реализацию по процессам за основу можно принять научно обоснованную отраслевую классификацию по статьям расходов на реализацию в соответствии с Методическими рекомендациями по составу и бухгалтерскому учету издержек обращения в потребительской кооперации Республики Беларусь [5].

В таблице на примере внутреннего отчета о расходах на реализацию показано использование предлагаемого подхода к формированию системы показателей отчетной формы.

Рекомендуемая форма внутреннего (управленческого) отчета о расходах на реализацию отражает специфику движения расходов по процессам торговой деятельности, позволяет руководителям организации контролировать постоянно изменяющиеся сведения о них.

Рекомендуемая форма внутреннего (управленческого) отчета о расходах на реализацию торговой организации

Наименование статьи	Данные прошлого периода	Данные за отчетный период		Отклонение (+; -)	Темп роста, %
		фактические	плано-вые		
<i>I. Расходы на реализацию</i>					
1. Расходы на реализацию процесса закупки					
1.1. Расходы на заключение договоров на поставку товаров					
1.2. Расходы по формированию и оформлению заказов					
1.3. Расходы по доставке товаров до складов организации					
1.4. Экспедиционные расходы					
1.5. Расходы на экспертизу и анализ качества перевозимых товаров					
1.6. Плата за временное хранение грузов на станциях, пристанях или на складах транспортно-экспедиционных организаций					
Всего расходов на реализацию процесса закупки					
2. Расходы на реализацию процесса хранения					
2.1. Расходы на аренду (лизинг) складских зданий, сооружений, помещений, оборудования					
2.2. Эксплуатационные расходы, относящиеся к зданиям, помещениям и оборудованию, непосредственно занятым в процессе хранения, всего					
В том числе:					
расходы на отопление					
расходы на освещение					
расходы водоснабжения, канализация и др.					
2.3. Расходы на содержание и обслуживание средств сигнализации					
2.4. Расходы на содержание и обслуживание весоизмерительного, подъемно-транспортного оборудования					
2.5. Расходы на содержание в чистоте помещений, уборку прилегающих к ним участков территории, вывоз мусора и т. д.					
Всего расходов на реализацию процесса хранения					
3. Расходы на реализацию процесса реализации					
3.1. Расходы на аренду (лизинг) торговых зданий, сооружений, помещений, оборудования					

Окончание таблицы

Наименование статьи	Данные прошлого периода	Данные за отчетный период		Откло- нение (+; -)	Темп роста, %
		фактические	плано- вые		
3.2. Эксплуатационные расходы, относящиеся к торговым зданиям, помещениям и оборудованию, всего					
В том числе:					
расходы на отопление					
расходы на освещение					
расходы водоснабжения					
3.3. Расходы на обслуживание кассовых суммирующих аппаратов и специальных компьютерных систем					
3.4. Потери товаров в пределах установленных норм естественной убыли, возникшие при их реализации					
3.5. Расходы по обеспечению противопожарной охраны и охраны имущества, по обслуживанию охранной и пожарной сигнализации					
3.6. Заработная плата торгового персонала и отчисления на социальные нужды и т. д.					
Всего расходов на реализацию процесса реализации					
4. Расходы на реализацию, всего					
В том числе:					
4.1. Условно-переменные					
4.2. Условно-постоянные					
<i>II. Справочная информация</i>					
5. Выручка от реализации товаров					
6. Маржинальная прибыль					
<i>III. Аналитический раздел</i>					
7. Уровень расходов на реализацию					
8. Рентабельность текущих расходов					
9. Соотношение рентабельности текущих расходов и средней рентабельности по отрасли					

Информация, отражаемая в данном отчете, должна быть тесно связана с условиями, спецификой и особенностями процесса обращения товаров в организации, а также потребностями управленческого звена. Кроме этого, ввиду широкого применения в работе бухгалтерской службы компьютерных технологий рекомендуемую форму внутреннего отчета можно составлять в различных аналитических и временных разрезах.

На основании учетных данных, отражаемых в рекомендуемой форме отчета, аналитики торговой организации могут проводить более детальный анализ динамики величины расходов на реализацию, необходимых для осуществления торговой деятельности. Кроме того, это позволит принять обоснованные управленческие решения относительно их оптимизации и изыскать резервы снижения их величины в последующих отчетных периодах.

В современных условиях хозяйствования особое значение приобретает информация о расходах на реализацию не в целом по организации, а в разрезе более детализированных объектов торговли формирования затрат.

Как правило, информация о расходах на реализацию в виде отчетов на практике формируется на уровне райпо. В отдельной торговой точке – магазине – информация не группируется, вследствие чего в дальнейшем невозможно получение ясной картины прибыльности или убыточности каждого отдельно взятого торгового объекта. Исходя из этого, следовало бы уделять внимание формированию отчетности в местах формирования затрат. Информация по каждому месту возникновения затрат может использоваться для прогнозирования, контроля расходов на реализацию, а также анализа деятельности отдельного центра ответственности и сравнительного анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности ряда мест возникновения расходов на уровне райпо.

Формирование отчетности по местам возникновения затрат базируется на принципе бюджетирования, включающем в себя процесс подготовки отдельных бюджетов. Бюджет затрат торговых организаций – это форма планового расчета, в результате которого определяется потребность в расходах на реализацию.

Формирование бюджета целесообразно осуществлять по схеме, предусматривающей взаимодействие «верхов» и «низов». Данная схема является наиболее совершенной, поскольку планирование «снизу» и составление бюджета «сверху» представляет собой единый процесс, в котором предусматривается постоянная взаимоувязка и координация бюджетов различных уровней управления торговой организацией в количественном выражении. Бюджеты охватывают все сферы финансово-хозяйственной деятельности розничной торговой организации.

Составление бюджетов торговой деятельности потребительского общества должно преследовать следующие цели:

- разработка концепции осуществления деятельности (планирование финансово-хозяйственной деятельности на определенный период; оптимизация доходов, издержек и прибыли торговых объектов; координация деятельности);
- коммуникация – доведение планов до руководителей центров ответственности (заведующих магазинами);
- мотивация заведующих магазинами на достижение целей потребительского общества;
- контроль и оценка эффективности работы заведующих магазинами путем сравнения фактических результатов деятельности с нормативами.

Проведенные исследования показали, что бюджеты необходимо разрабатывать как в целом для торговой организации (сводный бюджет), так и для ее структурных подразделений или отдельных функций деятельности (частные бюджеты). Их целесообразно разрабатывать на год с разбивкой по кварталам и месяцам на основе непрерывного планирования.

Для каждого торгового объекта (места возникновения затрат) необходимо разрабатывать сводный бюджет расходов на реализацию.

В дополнение к сводному бюджету составляются функциональные бюджеты по соответствующим статьям расходов на реализацию. Так, к примеру, бюджет транспортных расходов определяется исходя из расстояний перевозок, веса груза, транспортных тарифов, вида транспортных средств. Бюджет затрат на содержание торговых залов и других помещений рассчитывается исходя из стоимости коммунальных услуг, аренды и других расходов. Величина заработной платы персонала определяется численностью продавцов, административных и обслуживающих работников и системой их стимулирования. Составленные бюджеты доводятся до каждого центра ответственности.

Заключение

Таким образом, управленческая отчетность о расходах на реализацию представляет собой систему форм отражения информации о совокупности упорядоченных показателей о составе, динамике и временном факторе затрат организации. Система бюджетирования позволяет руководству предварительно оценить эффективность управленческих решений, оптимальным образом распределить ресурсы между подразделениями, наметить пути развития торговой организации и избежать кризисной ситуации.

Список использованной литературы

1. **Бабаев, Ю. А.** Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) : учеб. для вузов / Ю. А. Бабаев, А. М. Петров. – М. : Вуз. учеб., 2015. – 398 с.
2. **Вакуленко, Т. Г.** Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г. Вакуленко, Л. Ф. Фомина. – СПб. : Издательский дом Герда, 2008. – 228 с.
3. **Ивашкевич, В. Б.** Бухгалтерский управленческий учет : учеб. для вузов / В. Б. Ивашкевич. – М. : Магистр, 2011. – 576 с.
4. **Слободняк, И. А.** Бухгалтерская управленческая отчетность как система учетно-аналитической информации о деятельности организации / И. А. Слободняк // *Международ. бухгалт. учет.* – 2011. – № 19. – С. 11–22.
5. **Методические рекомендации по составу и бухгалтерскому учету издержек обращения в потребительской кооперации Республики Беларусь** : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 9 февр. 2011 г. № 36 / Белкоопсоюз. – Минск, 2011. – 59 с.

Синтетический учет незавершенного производства как краткосрочного актива промышленных организаций 50

В статье исследуется состояние и основные направления развития синтетического учета незавершенного производства как актива промышленных организаций. Излагается методика учета незавершенного производства в системе синтетических счетов с использованием рекомендуемого коэффициента степени готовности производимой продукции.

Ключевые слова: незавершенное производство; синтетический учет; активы организации; коэффициент освоения материалов; степень готовности продукции.

Введение

Обеспечение достоверного отражения краткосрочных активов в бухгалтерском балансе промышленных организаций, а также исчисления затрат и себестоимости произведенной продукции, напрямую зависит от бухгалтерского учета незавершенного производства. Несмотря на то, что удельный вес незавершенного производства в краткосрочных активах достигает 7–10%, его синтетическому и аналитическому учету не уделяется должного внимания в нормативных правовых актах и в научно-практической литературе.

В настоящее время данные по статье бухгалтерского баланса 213 «Незавершенное производство» определяются как сальдо счетов 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства». Исходя из общей классификации счетов в теории бухгалтерского учета эти счета являются калькуляционными.

Так, М. И. Кутер относит их к «имущественным калькуляционным счетам», которые «используются для обобщения затрат, понесенных экономическим субъектом в течение отчетного периода, и формирования показателей калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг и других объектов бухгалтерского наблюдения» [1, с. 353]. Я. В. Соколов выделяет калькуляционные счета наряду с материальными в составе инвентарных счетов. Материальные счета отличаются тем, что ценности, учитываемые на них, «...могут быть проинвентаризированы», а калькуляционные необходимы тогда, когда «...речь идет о формировании затрат...» [2, с. 307]. Калькуляционные счета К. Ф. Снитко и М. А. Снитко относят к группе операционных счетов и отмечают, что они «...служат для определения (вычисления) себестоимости каких-либо объектов учета, если эта стоимость не может быть определена с помощью других приемов оценки» [3, с. 112].

Экономическая сущность незавершенного производства имеет двоякий характер, при котором под незавершенным производством понимаются затраты, необходимые в будущем периоде для завершения производства продукции, формирующие краткосрочный актив, используемый в течение 12 месяцев и приносящий экономическую выгоду организации. В случае неиспользования данного актива в течение 12 месяцев его рекомендовано включать в состав долгосрочных активов. Следовательно, являясь калькуляционными, счета 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства» содержат информацию не только о затратах на выпуск и о себестоимости произведенной продукции, но и формируют отдельный объект бухгалтерского учета «незавершенное производство». Этот актив требует отдельной оценки и отражения в системе синтетических счетов.

Исходя из теоретических подходов к формированию синтетических счетов, при которых счета «предназначены для группировки и текущего учета экономически однородных объектов бухгалтерского учета», полученные данные первичных наблюдений и стоимостной оценки объектов учета «...группируются, систематизируются, т. е. классифицируются по признаку однородности. Именно понимание того, что формируемые на счетах объекты необходимо группировать по принципу однородности и легло в основу системы бухгалтерских счетов» [4, с. 87]. Что касается учета незавершенного производства, то в настоящее время это требование не соблюдается.

Таким образом, незавершенное производство, с одной стороны, как затраты, понесенные организацией, но необходимые для завершения производства продукции в будущем периоде, долж-

ны отражаться на калькуляционных счетах, а с другой стороны – учитываться на отдельном материальном счете как краткосрочный актив, образовавшийся в процессе производства продукции.

Исследовав отечественный и зарубежный опыт синтетического учета незавершенного производства, а также исходя из приведенной выше его экономической сущности, обоснована необходимость и целесообразность формирования незавершенного производства на специальном синтетическом счете 19 «Незавершенное производство», предназначенном для отражения краткосрочного актива, используемого в течение 12 месяцев. Сущность рекомендуемой методики учета состоит в первоначальном формировании информации о незавершенном производстве и его движении в процессе производства на активном синтетическом счете 19 «Незавершенное производство» вместо используемого в настоящее время счета 20 «Основное производство». В соответствии со структурой действующего Типового плана счетов данный счет будет относиться к разделу II «Производственные запасы» (рисунок 1).

19 «Незавершенное производство»	
Дебет	Кредит
Незавершенное производство на начало месяца	
<p>Стоимость незавершенного производства определенного вида продукции по прямым переменным материальным затратам в разрезе цехов основного производства, включающего подготовительную, обрабатывающую и сборочную стадию, вспомогательных и обслуживающих производств</p> <p>Корректировки незавершенного производства (излишки) в конце года по результатам ежегодной инвентаризации, предусмотренной нормативными документами</p>	<p>Стоимость незавершенного производства по прямым переменным материальным затратам при достижении 100% готовности продукции в соответствии с разработанной методикой оценки</p> <p>Стоимость незавершенного производства, переводимого из состава краткосрочных активов в долгосрочные активы</p> <p>Корректировки незавершенного производства (недостачи) в конце года по результатам ежегодной инвентаризации, предусмотренной нормативными документами</p>
Незавершенное производство на конец месяца	

Рисунок 1 – Структура рекомендуемого счета 19 «Незавершенное производство»

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Выделение стадий основного производства (подготовительной, обрабатывающей, сборочной) будет соответствовать сложившейся в настоящее время организации производства в автомобиле-, сельхозмашиностроении.

Для отражения хозяйственных операций по счету 19 «Незавершенное производство» используется следующая информация:

- остаток незавершенного производства на начало месяца;
- стоимость незавершенного производства цехов основного производства, вспомогательных и обслуживающих производств по прямым переменным материальным затратам;
- стоимость незавершенного производства цехов основного производства, включающего подготовительную, обрабатывающую и сборочную стадии, цехов вспомогательных и обслуживающих производств в затратах на весь выпуск продукции при достижении 100% степени готовности;
- корректировки незавершенного производства по результатам годовой инвентаризации, предусмотренной нормативными документами (выявленные излишки и недостачи) в конце года;
- отнесение незавершенного производства в долгосрочные активы;
- остаток незавершенного производства на конец месяца.

По дебету рекомендуемого счета 19 «Незавершенное производство» формируется стоимость незавершенного производства каждого вида продукции по прямым переменным материальным затратам в разрезе цехов основного производства, включающего подготовительную, обрабатывающую и сборочную стадии; цехов вспомогательного и обслуживающего производства.

По кредиту счета 19 «Незавершенное производство» отражается стоимость незавершенного производства по прямым переменным материальным затратам при достижении 100% готовности продукции в соответствии с разработанной методикой оценки. Также в кредитовый оборот включаются затраты, которые находятся в статусе незавершенного производства более 12 месяцев и по своей экономической сущности не могут относиться к краткосрочным активам. В связи с этим они должны перейти в категорию долгосрочных активов, т. е. отражаться в первом разделе бухгалтерского баланса. При первоначальной фиксации затрат в качестве незавершенного производства, а именно: отражении их по дебету счета 19 «Незавершенное производство» с использованием автоматизированных учетных систем в привязке к номенклатурному номеру готовой продукции, можно отследить время их нахождения в процессе производства и по истечении 12 месяцев перевести в долгосрочные активы.

Сальдо на конец отчетного месяца по рассматриваемому счету может быть только дебетовым и будет отражать остаток незавершенного производства, определяемый на всех стадиях основного и вспомогательного производства продукции. В совокупности дебетовое сальдо по счету 19 «Незавершенное производство» – это краткосрочный актив организации, который отражается по строке 213 «Незавершенное производство» бухгалтерского баланса (форма № 1).

Учитывая особенности производства продукции, выделяют подготовительную, обрабатывающую, сборочную стадии производственного процесса. Каждая стадия основного производства отличается составом незавершенного производства и количеством материалов, вовлеченных в процесс (рисунок 2).

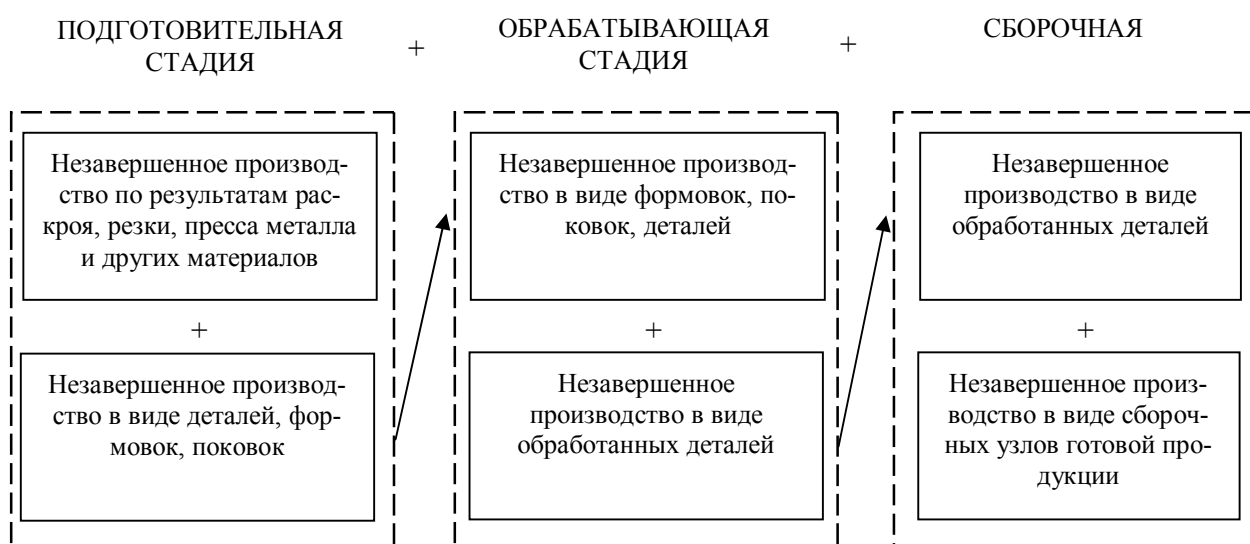


Рисунок 2 – Формирование незавершенного производства цехов подготовительной, обрабатывающей и сборочной стадий производства продукции

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Для подготовительной стадии основного производства, которая включает раскройные, литейные, кузничные, прессовые, заготовительные цехи и прочие, характерно наличие незавершенного производства в виде начатого, но до конца не раскроенного металла, металлопласта, формовочных смесей и других материалов, которые уже начали обрабатываться и не относятся к материалам, но еще не являются выпуском (полуфабрикатом) цехов подготовительной стадии основного производства, а также незавершенного производства в виде деталей, снятых с первой стадии производственного процесса, а именно: штамповок, поковок, формовок, раскроя и др.

Для обрабатывающей стадии организаций промышленности характерен небольшой удельный вес материалов и покупных полуфабрикатов, отпускаемых со склада в цех, а ее незавершенное производство включает:

- незавершенное производство подготовительной стадии, стоимость которого ранее в прошлом месяце сформировалась в цехах подготовительной стадии основного производства и была передана для последующей обработки в цехи обрабатывающей стадии на основании маршрутных

листов, накладных на внутреннее перемещение и других первичных бухгалтерских документов, но не завершенных на этой стадии;

- незавершенное производство обрабатывающей стадии основного производства, которое для этих цехов является выпуском деталей, прошедших все этапы обработки данной стадии, а для организации в целом – незавершенным производством.

В свою очередь, сборочная стадия основного производства имеет отличительные особенности отражения незавершенного производства. Так, незавершенное производство этой стадии включает детали, законченные обработкой на всех этапах производственного процесса, а также собственно незавершенного производства в виде сборочных узлов и комплектов, в которые входят детали собственного производства и покупные полуфабрикаты.

Исходя из вышеизложенной специфики прохождения материалами стадий производственного процесса и методики оценки незавершенного производства аналитический учет по счету 19 «Незавершенное производство» рекомендуется осуществлять по местам образования незавершенного производства, укрупненным по стадиям технологического процесса, и видам (наименованиям) выпускаемой продукции.

К счету 19 «Незавершенное производство» в соответствии с предлагаемой методикой открываются следующие субсчета:

- 19/1 «Незавершенное производство в цехах основного производства»;
- 19/2 «Незавершенное производство в цехах вспомогательных производств»;
- 19/3 «Незавершенное производство в цехах обслуживающих производств и хозяйств».

Обобщая вышеизложенное, представим структуру субсчетов и аналитических счетов второго и третьего порядка к счету 19 «Незавершенное производство», соответствующую экономическому содержанию данного объекта бухгалтерского учета, в виде рисунка 3.

Сформированная сумма незавершенного производства по всем субсчетам рекомендуемого счета в соответствии с разработанной методикой будет представлять стоимость незавершенного производства в целом по организации на конец месяца.

Согласно рекомендованной методике по данным аналитического учета в разрезе субсчетов к счету 19 «Незавершенное производство», незавершенное производство как актив промышленной организации отражается по прямым переменным материальным затратам. Участие незавершенного производства как ранее произведенных затрат в затратах на весь выпуск продукции отчетного периода определяется с учетом степени готовности продукции (партии) определенного вида на каждой стадии производственного процесса. Коэффициент степени готовности продукции (партии) определенного вида показывает фактическую величину нормируемых прямых переменных материальных затрат в пересчете на плановые цены (нарастающим итогом) во всей величине планируемых прямых переменных материальных затрат на выпуск определенного вида готовой продукции:

$$K \text{ ст. г. нараст. ум. } i = \frac{\text{ППМЗ норм. нараст. итогом } i}{n \cdot \text{ППМЗ пл. ед. } i},$$

где $K \text{ ст. г. нараст. ум. } i$ – коэффициент степени готовности i -го вида продукции (партии) нарастающим итогом;

$\text{ППМЗ норм. нараст. итогом } i$ – фактическая величина нормируемых прямых переменных материальных затрат на производство i -го вида продукции (партии) в пересчете на плановые цены материалов, нарастающим итогом с начала производства, р.;

n – планируемый выпуск готовой продукции i -го вида, шт.;

$\text{ППМЗ пл. ед. } i$ – планируемые прямые переменные материальные затраты согласно плановой калькуляции единицы изделия i -го вида (партии) готовой продукции, р.

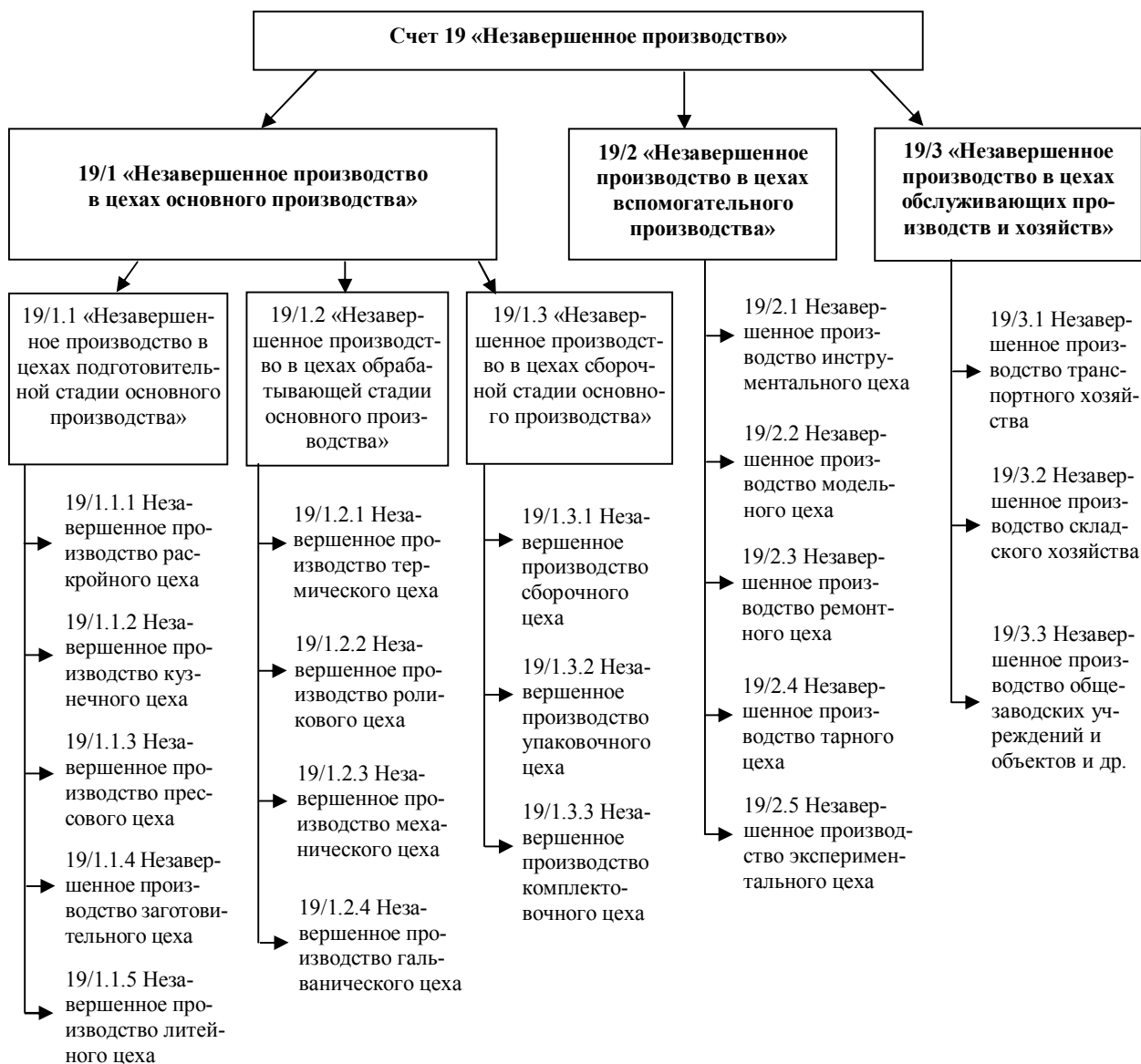


Рисунок 3 – Структура субсчетов и аналитических счетов второго и третьего порядка к счету 19 «Незавершенное производство»

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Рекомендуемая корреспонденция счетов по формированию незавершенного производства как актива организации представлена в таблице.

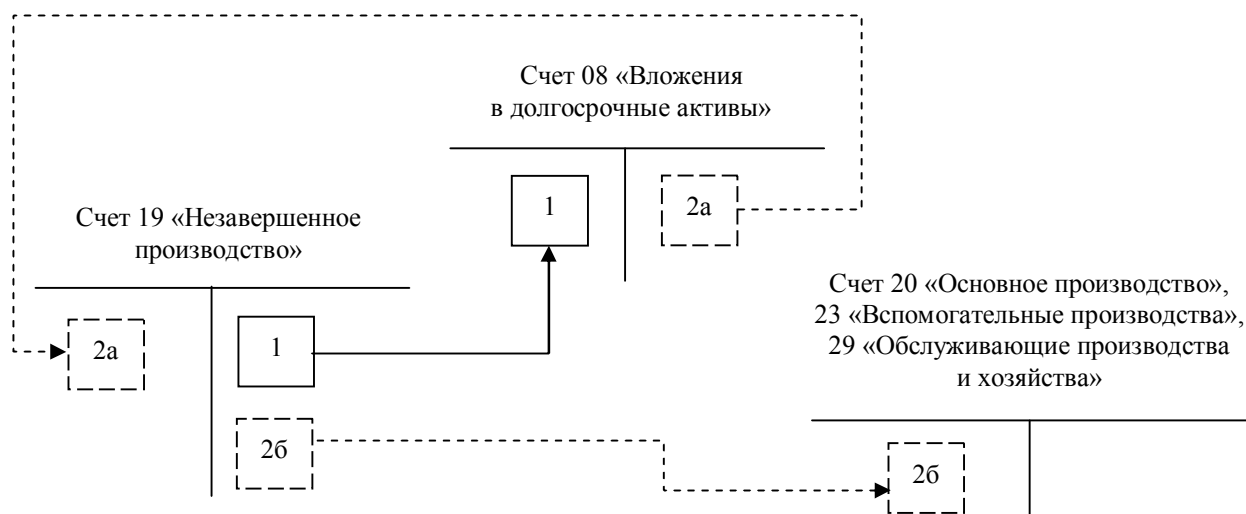
Корреспонденция счетов при формировании незавершенного производства как актива организации

Хозяйственная операция	Бухгалтерская запись	
	Дебет счета	Кредит счета
1. Незавершенное производство на начало отчетного периода	Сальдо 19	
2. Незавершенное производство основного производства в течение отчетного периода	19/1	10
2.1. Цехов подготовительной стадии основного производства	19/1.1	10
2.2. Цехов обрабатывающей стадии основного производства	19/1.2	19/1.1 10
2.3. Цехов сборочной стадии основного производства	19/1.3	19/1.2 10
3. Незавершенное производство цехов вспомогательного производства в течение отчетного периода	19/2	10
4. Незавершенное производство цехов обслуживающих производств и хозяйств в течение отчетного периода	19/3	10

Окончание таблицы

Хозяйственная операция	Бухгалтерская запись	
	Дебет счета	Кредит счета
5. Незавершенное производство при полуфабрикатном варианте сводного учета затрат в течение отчетного периода	19	21
6. Незавершенное производство на конец отчетного периода	Сальдо 19	
<i>Излишки или недостача незавершенного производства при ежегодной инвентаризации, предусмотренной нормативными документами, в конце года</i>		
7. Отражены корректировки (излишки) незавершенного производства по результатам ежегодной инвентаризации, предусмотренной нормативными документами	19	90/7
8. Отражены корректировки незавершенного производства по результатам ежегодной инвентаризации, предусмотренной нормативными документами (недостачи)	94	19
<i>Перевод незавершенного производства из категории краткосрочных активов в долгосрочные активы</i>		
9. Признание незавершенного производства долгосрочным активом по истечении 12 месяцев с момента начала производства	08/5	19
10. Возврат незавершенного производства в категорию краткосрочных активов с учетом его использования в производстве в течение месяца	19	08/5
Примечание – Источник: собственная разработка автора.		

В целях отражения незавершенного производства, переходящего из категории краткосрочных активов в долгосрочные, при применении рекомендуемой методики синтетического учета в промышленных организациях предлагается использовать счет 08 «Вложения в долгосрочные активы» (рисунок 4). В соответствии с типовым планом счетов «...на субсчете 08-5 «Приобретение и создание иных долгосрочных активов» учитываются затраты на приобретение и создание иных долгосрочных активов» [5]. В случае непризнания долгосрочного актива организация должна принять решение о последующем отражении затрат на незавершенное производство долгосрочного характера в системе бухгалтерского учета: перевод в категорию краткосрочных активов (незавершенное производство, используемое для продолжения технологического цикла; полуфабрикаты собственного производства для продолжения производства или продажи; отходы) либо отражение в качестве расходов организации.



Условные обозначения:

- 1 – отражен перевод незавершенного производства в состав долгосрочных активов по истечении 12 месяцев с момента начала процесса производства;
- 2а – возврат незавершенного производства в категорию краткосрочных активов при продолжении производства в отчетном периоде по решению руководителя организации;
- 2б – участие незавершенного производства как произведенных затрат в затратах на весь выпуск продукции основного, вспомогательного и обслуживающего производств.

Рисунок 4 – Корреспонденция счета 19 «Незавершенное производство» со счетом 08 «Вложения в долгосрочные активы» при отражении перехода из категории краткосрочных активов в долгосрочные; со счетами затрат 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства»

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Заключение

На основании изложенного можно сделать вывод, что в настоящее время существуют недостатки в теории и практике синтетического учета незавершенного производства как краткосрочного актива промышленной организации.

Во-первых, отсутствует в системе бухгалтерского учета механизм формирования показателя «незавершенное производство» как самостоятельного актива промышленной организации. Исходя из экономической сущности незавершенного производства как затрат, необходимых в будущем периоде для завершения производства продукции, формирующих краткосрочный актив, используемый в течение 12 месяцев и приносящий экономическую выгоду организации, разработана методика учета с применением синтетического счета 19 «Незавершенное производство» и рекомендованных субсчетов к нему в соответствии со стадиями производства продукции.

Во-вторых, изложенная выше методика учета незавершенного производства по критерию степени готовности продукции позволит отказаться от проводимой в настоящее время трудоемкой ежемесячной его инвентаризации в разрезе цехов и стадий производства и внедрить автоматизированный учет с использованием пакетов прикладных программ.

Список использованной литературы

1. **Теория** бухгалтерского учета : учеб. пособие / М. И. Кутер [и др.] ; под общ. ред. проф. М. И. Кутера. – Минск : Новое знание, 2016. – 679 с.
2. **Соколов, Я. В.** Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 496 с.
3. **Снитко, К. Ф.** Теория бухгалтерского учета : учеб. пособие / К. Ф. Снитко, М. А. Снитко. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2013. – 320 с.
4. **Щербакова, В. И.** Теория бухгалтерского учета : учеб. / В. И. Щербакова. – М. : ИД «Форум» : ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
5. **Об установлении** типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 (в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 июня 2014 г. № 46) // КонсультантПлюс. Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

Получено 30.01.2018.

Митрофанова Г. В.,

старший преподаватель Гомельского государственного технического университета имени П. О. Сухого

Управление снижением затрат на качество продукции с использованием функционально-стоимостного подхода..... 56

В статье рассмотрена роль функционально-стоимостного метода в эффективности выявления излишних затрат на продукцию и совершенствовании управления производством.

Ключевые слова: минимизация затрат; качество продукции; функции управления; функциональный подход; конкурентоспособность.

Введение

В рыночной экономике конкурентоспособность продукции достигается сочетанием качества и цены. Чем выше качество и ниже цена, тем выше вероятность реализации продукции. Однако это сочетание носит противоречивый характер. Улучшение качества продукции требует дополнительных затрат, повышающих ее себестоимость.

Оптимальный баланс между качеством и затратами при разработке, производстве, реализации, эксплуатации и утилизации продукции достигается грамотным управлением на основе применения экономических методов анализа.

В условиях современных экономических реалий предприятиям требуется определить, что способствует росту объема продаж, и найти оптимальный подход к снижению цены потребления при сохранении (или повышении) качества продукции.

Для решения этой задачи были проанализированы затраты валообразующих предприятий г. Гомеля и Гомельской области. Согласно проведенному анализу результативности деятельности предприятий, затраты предприятий на качество продукции возрастают. В связи с этим появляется необходимость применения более эффективных методов снижения затрат [1].

Рассмотрим формирование затрат на обеспечение качества продукции с двух основных позиций: с позиции функциональной цепи и с позиции иерархического структурирования предприятия. В этом случае затраты на формирование и обеспечение качества увязываются с деятельностью отдельных функциональных подсистем предприятия, объединенных в общую логическую цепочку, являющуюся выражением хода процессов производственной деятельности предприятия. Схематично структура такой функциональной цепи представлена на рисунке 1.

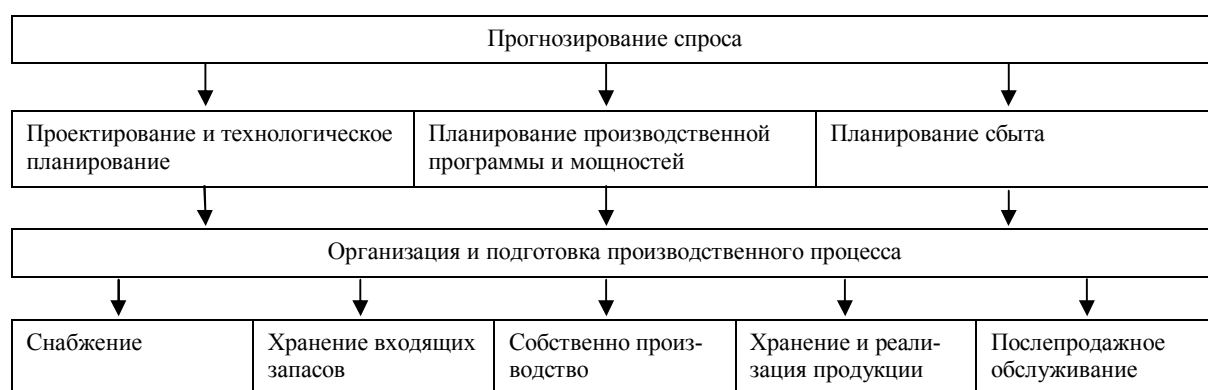


Рисунок 1 – Функциональная цепочка формирования затрат на обеспечение качества продукции

Рассмотрение затрат на обеспечение качества продукции с точки зрения функциональной цепи позволяет достаточно четко определить когда (т. е. на каком этапе деятельности предприятия) и где (т. е. в каком подразделении) формируется та или иная часть таких затрат. Такой подход позволяет достаточно четко разграничить основные задачи в области управления затратами на обеспечение качества и определить необходимые действия каждого из подразделений по их реализации. Типовая последовательность действий подразделений предприятия по управлению затратами на обеспечение качества продукции при данном подходе имеет следующий вид (таблица 1).

Таблица 1 – Деятельность функциональных подразделений предприятия по управлению затратами на обеспечение качества продукции

Этап деятельности	Операция по регулированию затрат	Исполняющие подразделения
Планирование продукции	Определение объема целевых затрат на формирование качества на основе планирования объемов выпуска продукции	Плановые, маркетинговые и инженерные отделы
	Распределение спланированного объема целевых затрат между проектно-конструкторскими подразделениями	Отделы инженерного обеспечения производства
	Распределение спланированного объема целевых капиталовложений между производственными подразделениями	Финансовый отдел
Конструирование продукции	Ориентировочный расчет затрат на создание новой продукции на основании анализа ее прототипов	Отделы производственного планирования
	Оценка возможностей достижения целевого объема продаж при создании новой продукции	
	Изменение конструкторских характеристик разрабатываемой продукции с целью сокращения затрат	Проектно-конструкторские группы

Этап деятельности	Операция по регулированию затрат	Исполняющие подразделения
Подготовка производства	Оценка возможностей достижения целевого объема затрат на производство новой продукции	Отделы инженерного обеспечения производства
Материально-техническое снабжение производства	Оценка существующих планов поставок ресурсов и условий их закупки	Отдел снабжения
	Установка контроля за ценами и условиями поставок	
	Оценка возможностей сокращения закупочных цен и улучшение условий поставок, разработка и реализация мероприятий по обеспечению такого сокращения	Отдел маркетинга
Производство и контроль	Разработка мероприятий по сокращению текущих затрат за счет оптимизации системы оперативного управления производственной деятельностью	Отделы планирования, производственные подразделения
	Разработка и реализация мероприятий по привлечению производственного персонала к деятельности по сокращению текущих производственных затрат	Производственные подразделения, отдел кадров
Сбыт и послепродажное обслуживание продукции	Разработка и реализация мероприятий по оптимизации величины затрат, связанных с сохранением качества продукции в процессе ее доставки и обслуживания проданной продукции потребителям	Отдел маркетинга
	Разработка и реализация мероприятий по оптимизации величины затрат на создание и функционирование системы обслуживания проданной продукции	
	Разработка и реализация мероприятий по оптимизации величины затрат на создание и функционирование системы учета покупательских отзывов	

Из таблицы видно, что непосредственное управление затратами на обеспечение качества продукции представляет собой разработку и реализацию необходимых управленческих решений, ориентированных на корректировку параметров этой продукции и процессов ее изготовления. В связи с этим, одной из важнейших задач в области управления затратами на обеспечение качества принято считать задачу анализа таких затрат.

Из всей совокупности методов, используемых в мировой практике, более подробно остановимся на методе функционально-стоимостного анализа (ФСА). В отличие от других методов управления снижением затрат, ФСА строится на изучении функций объекта исследования. Решается вопрос, каким образом данная функция может использоваться с наименьшими затратами.

При использовании ФСА функции управления затратами на предприятии необходимо разделять по квалификационным признакам:

- область проявления функции;
- роль функции в удовлетворении потребностей пользования объекта;
- роль функций в рабочем процессе;
- степень полезности функции.

Результаты значимости функций объекта и затрат на их обеспечение можно представить по форме таблицы 2.

Таблица 2 – Таблица соотношения значимости функций объекта и их стоимости

Функции	Ранг функции	Относительная значимость функции	Доля затрат на функцию в общих затратах, %	Коэффициент затрат на функцию
1	2	3	4	5
...
Итого	...	100	100	...

Сопоставив между собой удельный вес затрат на функцию в общих затратах на весь объект и значимость этой функции, можно для каждой из функций вычислить так называемые коэффициенты затрат (см. графу 5 таблицы 2).

В оптимальном случае значения таких коэффициентов не должны превышать единицу. При явном невыполнении данного условия для основных ключевых функций объекта необходимо начать поиск путей удешевления этих функций [2; 3].

Также метод ФСА может использоваться на всех стадиях жизненного цикла продукции, как у изготовителя, так и у потребителя. Кроме того, он может применяться при решении задачи производства или покупки комплектующих узлов и деталей. При помощи ФСА можно сопоставить информацию о покупных материалах и их производителе в целях определения эффективности затрат. Для этого необходимо проанализировать ответы на вопросы о том:

- соответствует ли стоимость данного изделия его потребительским свойствам;
- полностью ли используются все его свойства;
- имеются ли изделия с более высокими показателями;
- можно ли заменить его более дешевым изделием;
- можно ли покупаемое изделие изготовить на своем предприятии и при этом с большим экономическим эффектом;
- есть ли другие поставщики, которые предлагают это изделие по более низкой цене и т. д.

Эти примеры показывают, что использование в управлении затратами ФСА позволяет значительно сократить время и улучшить качество производства продукции.

Заключение

Задача снижения цены потребления при сохранении (или повышении) качества продукции решается только управлением затрат при разработке, производстве, реализации, эксплуатации и утилизации. Использование метода ФСА помогает минимизировать затраты путем анализа информационных потоков, распределения прав и обязанностей и рационализации отдельных этапов работы. Использование метода ФСА позволяет сократить время и улучшить качество производимой продукции. Отечественный и мировой опыт использования ФСА весьма широк. Применение этого метода позволяет снизить затраты как минимум на 10–20%. Конечно, ФСА призван не конкурировать с другими методами управления затратами, а дополнять их.

Список использованной литературы

1. **Гомонко, Э. А.** Управление затратами на предприятии / Э. Т. Гомонко, Т. Ф. Тарасова. – М. : Кнорус, 2013.
2. **Регионы** Республики Беларусь : стат. сб. / редкол. : И. В. Медведева (пред.) [и др.] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь – Минск, 2015. – 774 с.
3. **Лебедев, В. Г.** Управление затратами на предприятии / В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев. – СПб. : Питер, 2015.

Получено 29.01.2018.

Злотников А. Г.,

кандидат экономических наук, доцент, профессор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Злотникова Л. М.,

кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Новая поведенческая экономика Ричарда Талера в системе экономических теорий

60

Рассматривается вклад в науку лауреата Нобелевской премии по экономике 2017 года Ричарда Талера. Дан анализ теории новой поведенческой экономики. Идеи новой поведенческой экономики отражают ведущую тенденцию в экономической науке – взаимопроникновения и ее взаимосвязи с другими науками. Показана критика Р. Талером основных постулатов классической экономической теории – оптимизации и равновесия. Р. Талером разрешено главное противоречие классической экономической теории, в результате чего произошло наполнение экономических теорий социальным смыслом. Рассматриваются основные положения новой поведенческой экономики.

Ключевые слова: Ричард Талер; Нобелевская премия по экономике; новая поведенческая экономика; оптимизация; равновесие; homo economicus; homo sapiens; «рационалы»; «люди»; ограниченная рациональность; асимметрия информации.

Введение

Лауреатом Нобелевской премии по экономике 2017 года стал американец Ричард Талер с формулировкой «за вклад в поведенческую экономику» («for his contributions to behavioural economics»). Популярно в средствах массовой информации его награду называют премией за иррациональность [1]. Действительно, иррациональное поведение людей – важный компонент положений новой поведенческой экономики. Эта иррациональность позволила Р. Талеру, во-первых, разрешить главное противоречие классической экономической теории и, во-вторых, наполнить социальным смыслом экономические теории. Сущность нового подхода к экономической науке и самим экономическим процессам представлена в книге Р. Талера «Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать» [2]. В решении Нобелевского комитета 2017 года эту новизну и заслуги нобелевского номинанта объясняют – «за интеграцию экономики с психологией» (for integration economics with psychology).

Премия, врученная Ричарду Талеру в 2017 году, уже вторая Нобелевская премия, посвященная взаимодействию психологического подхода и анализа экономических процессов. Предыдущая премия, отмечающая этот подход, была присуждена в 2002 году Даниэлю Канеману и Вернону Смиту с формулировкой «за психологические и экономические исследования процессов принятия решений в условиях неопределенности». Хотя Нобелевская премия между ними была разделена с одной формулировкой, но их исходные методологические посылки различны. В. Смит разделяет концепцию «человека экономического» А. Смита (вероятно, и фамилия Вернона этого требует), а Д. Канеман ее отрицает [3, с. 14].

В различии этих методологических подходов нобелевских номинантов 2002 года заложено основное противоречие экономических теорий, представленное двумя важнейшими работами основоположника классической экономической теории Адама Смита. Это: «Исследование о природе и причинах богатства народов» и «Теория нравственных чувств», где представлены вроде бы противоположные оценки «человека экономического» – и как эгоиста («О богатстве народов...»), и как альтруиста («Теория нравственных чувств»). Именно с анализа сущности этих работ и их «противоречий» при вручении Р. Талеру нобелевской награды была начата презентация новизны его поведенческой экономики, ибо без уяснения основополагающих положений Адама Смита не понять научных заслуг Ричарда Талера.

Профессор Пер Стрёмберг, член Нобелевского фонда, представляя 10 декабря 2017 года на церемонии вручения Нобелевской премии заслуги Ричарда Талера, начал с анализа работ Адама Смита «Исследования о природе и причинах богатства народов» и «Теория нравственных чувств». В «Исследовании о природе и причинах богатства народов» (1776), посвященном анализу того,

как рынки создают экономическое благосостояние, А. Смит обосновал идею о том, что «невидимая рука» направляет рыночный механизм, который мотивирует поведение экономических субъектов исключительно корыстным стремлением максимизировать прибыль, производить именно те товары, которые требуются домохозяйствам [4].

Но полтора десятилетия ранее А. Смит, профессор нравственной экономики университета Глазго, в другой великой работе «Теория нравственных чувств» (1759), как сообщает в своей презентации Пер Стрёмберг, объяснил существование моральных норм в обществе. Адамом Смитом описано поведение человека как борьба между нашими «страстями», сосредоточенными на немедленном удовлетворении, с одной стороны, и «беспристрастным зрителем», нашим долгосрочным ориентированным и рациональным «Я» – с другой. Таким образом, А. Смитом отражено объективно существующее противоречие в социальной природе людей – борьба между противостоящими внутренними силами заставляет людей колебаться между глупостью и мудростью, импульсивностью и ответственностью, чувствами эгоизма и заботой о других. Мораль и нормы помогают этому беспристрастному зрителю держать свои страсти под контролем, что необходимо для нормального функционирования общества.

Но экономисты последующих поколений старались не обращать внимания на более раннюю работу Адама Смита, предпочитая не видеть этого интеллектуального противоречия смитовского наследия. В классической экономической теории абсолютизировалась только одна сторона наследия А. Смита, отраженная концепцией «*homo economicus*» и решаемая экономической теорией в пользу этого «человека экономического». И такое решение экономической теорией приписывалось Адаму Смиту, с чем (приписыванием А. Смиту) Ричард Талер не согласен. При этом Р. Талер, как и В. Смит замечает, что самая популярная фраза из книги А. Смита «Исследования о природе и причинах богатства народов», хваленая, так называемая «невидимая рука», в самом ее тексте появляется только один раз, и сам А. Смит пишет об этом как бы между прочим. Но именно этот аспект большинство теоретиков поставили в центр классической экономической теории.

Что из себя представляет экономическая интерпретация «*homo economicus*»? Экономика, исследуя социальные проблемы, смотрит на человека как на «компетентного эгоиста»: 1) ею человек рассматривается, как некий атомизированный индивид с независимыми предпочтениями, вне конкретных социальных связей, как нечто усредненное – своеобразный «профессор экономики»; 2) это от природы эгоистичное существо, стремящееся только к своей выгоде, что и предопределяет его поведение; 3) предполагает, что человек существо рациональное, – знает свою выгоду и, выбирая цель, просчитывает издержки процесса ее достижения; 4) человек рассматривается как хорошо информированный участник процесса производства, знающий и свои потребности, и пути их удовлетворения.

В отношении первой и четвертой характеристик «*homo economicus*» большинство ученых пришли к выводу, что они частично, а не абсолютно верны. Для примера скажем, что в отношении недостаточной обоснованности «хорошо информированного “*homo economicus*”» в 2001 году Нобелевская премия по экономике была вручена Дж. Акерлофу, М. Спенсу и Дж. Стиглицу за концепцию асимметричной информации, т. е. неполноты ее. И решения, принимаемые, как простыми людьми, так и специалистами, вписываются в законы малых чисел.

Что касается рациональности поведения человека в экономической сфере, то и здесь экономисты приводили массу примеров нерационального поведения людей и других субъектов экономического процесса. С конца XVIII в. критике рационализма «человека экономического» уделило внимание не одно поколение мыслителей. Но особенно такая критика охватила последние полвека. Р. Талер отмечает, что и до него другими нобелевскими лауреатами в отношении рациональности человека экономического высказывались обоснованные сомнения. Так, лауреат Нобелевской премии по экономике 1978 года Герберт Саймон, удостоенный ее за новаторские исследования процесса принятия решений внутри экономических предприятий, написал несколько работ об «ограниченной рациональности», имея в виду ограниченные способности человека решать сложные задачи. Был согласен с сомнением Г. Саймона в отношении рациональности «человека экономического» и Кеннет Эрроу, лауреат Нобелевской премии по экономике 1972 года. Свои сомнения в рациональности (оптимизации) «человека экономического» К. Эрроу объяснял тем, что оптимизация не является чем-то необходимым или достаточным для того, чтобы сформулировать хорошую экономическую теорию. Но «на протяжении многих лет, – отмечает Р. Талер, – замечания критиков парировались слабыми отговорками и неправдоподобными альтернативными объяснениями тех эмпирических наблюдений, которые ставили под сомнение экономические постулаты» [2, с. 11].

В чем суть постулатов, аргументированная критика которых была дана Талером? Это два центральных постулата экономической теории, а именно: экономические агенты стремятся к оптимизации (рационализации), а рынки достигают стабильного равновесия. При этом экономисты (К. Эрроу, Дж. Хикс, П. Самуэльсон и др.) для описания оптимальных решений экономическую теорию превратили в формальную математическую науку. «Основной постулат экономической теории гласит, что человек делает выбор исходя из возможного оптимального результата. Из всех услуг и товаров он выберет лучшие из тех, что может себе позволить. Более того, считается, что «рационалы» совершают выбор беспристрастно. Другими словами, мы выбираем, опираясь на то, что экономисты называют рациональными ожиданиями, – констатирует Р. Талер. Другой постулат, – продолжает он, – условная оптимизация, означающая, что выбор совершается при ограниченном бюджете. Этот постулат связан с важным понятием экономической теории – эквilibриумом. В условиях конкурентных рынков, где цены могут свободно подниматься и опускаться, эти флуктуации происходят так, что предложение оказывается равно спросу. Проще говоря, можно сказать, что «Оптимизация + Эквilibриум = Экономика». Это очень сильная комбинация, другие социальные науки не могут похвастаться чем-то похожим» [2, с. 10].

Заслуга и особенность талеровской аргументации состоит в обосновании системности критики этих постулатов: «Люди вели себя как угодно, но только не так, как выдуманное существо, населяющее экономические модели. Я никогда не стремился показать, что с людьми что-то не так; мы все – просто человеческие существа, *homo sapiens*. Скорее я видел проблему в модели, которую используют экономисты, модели, которая подменяет *homo sapiens* (человека разумного) на *homo economicus* (человека рационального), – отмечает Р. Талер, – а это означает, что экономические модели дают ошибочные прогнозы, последствия которых могут оказаться гораздо более серьезными» [2, с. 9].

По мнению Ричарда Талера, традиционная экономическая теория устарела: «человек рациональный» – слишком ограниченная модель, чтобы объяснить решения и поступки людей. «Иррациональность не случайна и не бессмысленна – напротив, она вполне систематична и предсказуема» [2, с. 4]: «человек совершает выбор вовсе не беспристрастно. В словаре экономистов, может, и нет слова "самонадеянность", но все же это неотъемлемая черта человеческой природы, а кроме нее есть еще масса других предубеждений, которые заставляют людей принимать необъективные решения» [2, с. 10]. Его новая поведенческая экономика направлена на переосмысление человеческого поведения. В отличие от выдуманного мира *homo economicus* (человека рационального или, как его Р. Талер называет, рационала), «люди часто ведут себя неправильно, а это означает, что экономические модели дают ошибочные прогнозы, последствия которых могут оказаться очень серьезными... Так, никто из экономистов не предвидел кризиса 2007–2008 годов, и, что еще хуже, многие считали, что и кризис, и его последствия были чем-то, что просто не могло случиться» [2, с. 9].

Изучая последствия ограниченной рациональности, социальных предпочтений и отсутствия самоконтроля, он показал, как эти человеческие черты систематически влияют на индивидуальные решения, а также на рыночные результаты. Этот аспект Талер иллюстрирует проблемой подарка. Рационал не будет ждать подарка в день годовщины свадьбы или в день рождения. Что такого особенного в дате? Вообще, рационалам непонятна сама идея делать подарки. Лучший подарок для него – наличные: на них можно купить то, что является оптимальным для него. «Но если ваша жена не экономист, я бы не советовал преподносить наличные в качестве подарка... И даже если ваша жена – экономист, дарить деньги – все же не лучшая идея» [2, с. 11].

Комитет мемориальной премии Альфреда Нобеля в области экономики, обосновывая выбор очередного лауреата в 39-страничном реферате «Вклад Ричарда Талера в поведенческую экономику» свое решение аргументировал ведущей ролью социальных аспектов моделей поведения и взаимодействия человека в экономической сфере. В нем указано на сложность и неоднозначность поведения людей: «хотя мы стараемся принимать рациональные решения, у нас ограничены познавательные способности и ограниченная сила воли. Хотя наши решения часто руководствуются личными интересами, мы также заботимся о честности и справедливости. Более того, познавательные способности, самоконтроль и мотивация могут значительно различаться у разных людей» [5, с. 3].

До Р. Талера, экономисты, создавая свои модели экономического поведения, упрощали их, считая, что агенты рынка – совершенно рациональны. Но тем не менее, экономисты, социологи, философы, психологи документировали систематические отклонения от рационального поведения, принятого в стандартной неоклассической экономике. Включение этих отклонений в традиционный экономический анализ породило область поведенческой экономики – процветающую область исследований, оказывающую значительное влияние на многие отрасли экономики. На осно-

ве этого Нобелевский комитет констатировал, что «Ричард Талер сыграл решающую роль в развитии экономики поведения в течение последних четырех десятилетий. Он предоставил и концептуальные, и эмпирические доказательства в деле характеристики поведенческой экономики. Включив новые идеи из человеческой психологии в экономический анализ, Талер предоставил экономистам богатый набор аналитических и экспериментальных инструментов для понимания и прогнозирования поведения человека. Его анализ оказал значительное кумулятивное влияние на экономическую профессию; это вдохновило большое число исследователей на разработку формальных теорий и эмпирических тестов, которые помогли превратить несколько противоречивое, периферийное поле в основную область современных экономических исследований» [5, с. 3]. Талеровская поведенческая экономика – не новая дисциплина: это все та же экономика, но значительно обогащенная знаниями из области психологии и других социальных наук. Характеризуя новую поведенческую экономику, Р. Талер пишет: «Сейчас поведенческая экономика – это развивающаяся отрасль экономики, и в большинстве ведущих университетов мира уже есть исследователи, работающие именно в этой области. Не так давно представители этого направления и другие ученые, занимающиеся изучением поведения человека, стали частью сообщества политических консультантов» [2, с. 14]. Кстати, и сам Ричард Талер в течение ряда лет был советником американского президента Барака Обамы.

Анализируя экономические процессы на основе психологического подхода, Р. Талер выделил в этом влиянии три аспекта человеческой психологии: когнитивные ограничения (или ограниченную рациональность), проблемы самоконтроля и социальные предпочтения.

Еще Герберт Саймон ввел в научный обиход термин «ограниченная рациональность», но не заметил того, что позже выявил Ричард Талер: чем ограниченно рациональный человек отличается от полностью рационального человека. Главное, что здесь сделал Р. Талер – в экономические теории были включены «люди» вместо «рационалов». Его методологический подход, объединивший экономический и психологический анализ, исходит из анализа *индивидуальных* решений, что связано с *личными* интересами, пониманием того, «что такое хорошо» и «что такое плохо» на *индивидуальном* уровне. Действия, как и познавательные способности, самоконтроль и мотивация *разных людей* могут значительно различаться.

В результате в экономических моделях стали фигурировать реальные люди, что сделало экономику более человеческой. Анализируя функционирование ограниченной рациональности, Р. Талер объясняет упрощением аналитической деятельности людьми процесса принятия финансовых решений. Люди по законам малых чисел исходят из односторонней оценки своего решения, а не его общего эффекта. На основе этого в его новой поведенческой экономике была сформулирована концепция «ментального учета» (mental accounting). Этот ментальный учет сопровождается характеристикой феномена «эндаумента» (endowment – целевой капитал некоммерческой организации), который в экономической терминологии означает, «то, что тебе принадлежит, является частью твоего эндаумента. Я постоянно сталкивался с наблюдением, что люди ценят один и тот же предмет более высоко, если он является частью их эндаумента, чем те, которые им доступны, но еще им не принадлежали» [2, с. 20].

На основе такой ограниченной рациональности им определена роль в экономической деятельности социальных предпочтений, в основу которых положены теоретические и экспериментальные исследования Талера о справедливости, которые неодинаковы у разных групп людей и у разных народов. Его характеристика социальных предпочтений показывает, как предпочтения людей о справедливости могут помешать хозяйственным субъектам повышать цены и вызывать нехватку ресурсов во время кризиса. В связи с этим Р. Талером совместно с нобелевским лауреатом 2012 года Робертом Шиллером были заложены основы исследовательского поля поведенческого финансирования, посвященного изучению влияния когнитивных ограничений на финансовые рынки. Кстати, проблемы социальной справедливости рассматривались и ранее в работах многих лауреатов Нобелевской премии, примером которой является фундаментальная работа нобелевского лауреата Амартия Сены [6].

«Задача оптимизации для обычных людей часто оказывается слишком сложной, так что даже приблизиться к ее решению бывает, не удается» [2]. Большинство людей, включая даже выдающихся экономистов, не ведут себя как рациональные субъекты экономической теории. Или как в свое время заметил Л. Мизес: «На самом деле люди предпочитают иррациональные цели рациональным» [7, с. 829]. Да и сам Р. Талер, когда журналисты спросили его о том, как он распорядится денежной премией, на это ответил: «Попробую потратить их как можно более иррационально» [1]. И если для простого большинства «иррациональность не случайна и не бессмысленна», то в

отношении экономических акторов, обладающих соответствующими специализированными навыками, т. е. тех, кто готовит решения, а тем более их принимает, не помешало бы быть «рационалом»).

В обосновании Нобелевского комитета научных заслуг Ричарда Талера отмечается, что он «предоставил экономистам новое видение на психологию людей и новые модели для понимания и предвидения последствий их экономической деятельности. Это его видение включает: теорию ментального учета и новый подход к пониманию ограниченной рациональности; модель планирования деятельности людей на основе новых подходов к проблеме самоконтроля; а также на этой основе характеристику социальных предпочтений, раскрывающих нам новые перспективы в деле понимания справедливости и честности. И, наконец, что является не менее важным, он показывает, как политика, основанная на принципах поведенческой экономики, может помочь отдельным людям принимать оптимальные решения» [5, с. 24].

Вроде бы, кажется, что концепция человека экономического Р. Талером опровергнута. Но, критикуя рациональность человека экономического и обосновывая необходимость обновленного подхода к проведению экономических исследований, который признает существование и значимость прежде всего «людей», Р. Талер признает диалектический подход. Он заявляет, что есть и хорошая новость, которая заключается в том, что «нам не придется выбрасывать все, что мы знаем о функционировании экономики и рынков. Теории, построенные на предположении о том, что каждый человек является «рационалом», не стоит отвергать. Они пригодятся в качестве стартовой точки построения более реалистичных моделей. Также в некоторых отдельных случаях, когда решаемая человеком задача довольно проста, или когда экономические акторы обладают соответствующими специализированными навыками, модели поведения «рационалов» могут дать приемлемое представление о том, что происходит в реальном мире» [2, с. 12]. Этот реалистический подход лежит в основе разрешения кажущегося противоречия работ А. Смита «Исследования о природе и причинах богатства народов» и «Теории нравственных чувств».

Новая поведенческая экономика теперь рядом с *homo economicus* ставит *homo sapiens*, тем самым разрешая это «противоречие» А. Смита. Эту хорошую новость в новой поведенческой экономике Р. Талера можно представить следующей схемой.

Номo economicus	Номo sapiens
Свободный, независимый	Ограниченная независимость
Эгоистичный	Альтруист
Рациональный	Относительная рациональность
Знающий	Неполнота информации

И в этом, как отмечал один из авторов настоящей статьи в своей работе «Социология и экономическая мысль» [8], заключается социологический подход к человеку, включенному в экономическую деятельность. Во-первых, с одной стороны, это индивид свободный, независимый, а с другой – его эта свобода ограничена конкретными условиями его существования, т. е. он не является полностью независимым. Во-вторых, с одной стороны, это – эгоист, а с другой стороны, он – одновременно и альтруист. В-третьих, с одной стороны, это «рационал» (в терминологии Р. Талера), а с другой стороны, это – человек с его страстями, предрассудками, самонадеянностью и другими чертами, что отражает его иррациональность. И, в-четвертых, с одной стороны, «люди» обладают определенным знанием о предмете и сфере своей деятельности, но, с другой – это знание, информированность большинства (не Эйнштейнов) – всегда неполная. А это означает, что экономическая составляющая *homo economicus* дополняется социологической интерпретацией.

Интеграция экономики с психологией, позволившая Р. Талеру сформулировать и «теорию подталкивания» («управляемого выбора»), за что ему было присвоено звание нобелевского лауреата, вписывается в доминирующую тенденцию на нобелевском небосклоне – тенденцию взаимопроникновения и взаимосвязи экономической науки с другими науками. В этой тенденции видны два вида взаимосвязи: во-первых, влияния других наук на развитие экономической науки и, во-вторых, распространения достижений экономической науки на социальные науки. Она отражает усиление междисциплинарных отношений, расширение границ объекта и предмета науки. Более половины лауреатов Нобелевской премии по экономике получили признание за свои работы на стыке экономики с другими социально-политическими науками.

Содержание идей нобелевских лауреатов свидетельствует, что эти идеи, как и новая поведенческая экономика Ричарда Талера, характеризуются социологическим подходом к экономическим процессам, а следовательно – о важности учета «человеческого капитала» в экономической сфере. А это требует изучения наследия как классиков-основателей экономической науки, так и представителей современной социолого-экономической науки, яркими представителями которой являются нобелевские лауреаты по экономике. С позиций интересов учебного заведения, в названии которого его сердцевиной является «торгово-экономический», новая поведенческая экономика должна занять важное место в образовательном процессе, что важно как в теоретическом, так и в практическом плане.

Для подготовки специалистов-экономистов современного типа нужны, прежде всего, социологические знания, даже более чем некоторые специальные экономические дисциплины. Именно об этом свидетельствует история нобелевских премий по экономике. Один из первых ее номинантов, лауреат 1974 года Гуннар Мюрдаль считал, что выводы о социальной действительности, исходя из одних лишь экономических концепций, являются явно непродуктивными. И только «одна наука – социология, по его мнению, – концентрирует все внимание на совокупности общественных отношений и берет на себя ответственность за изучение тех сторон социальной действительности, которые менее тщательно исследуются другими дисциплинами» [9, с. 80].

О необходимости связи экономики с другими науками указывал и лауреат 1992 года Гари Беккер, расширивший сферы микроэкономического анализа, что «экономический способ моделирования человеческого поведения нередко привлекает своей аналитической мощью ... специалистов из других областей, изучающих социальные проблемы. Влиятельные школы теоретиков и эмпирических исследователей, опирающиеся на модель рационального выбора, активно работают в социологии, правоведении, политологии, истории» [10, с. 608].

А лауреат Нобелевской премии по экономике 2007 года Эрик Маскин, один из создателей теории оптимальных механизмов, с 2000 года являлся профессором социологии в Институте перспективных исследований (Принстон, Нью-Джерси), т. е. в момент объявления его номинантом по экономике был социологом. Также и один из нобелевских лауреатов 2001 года Джозеф Юджин Стиглиц, давший экономистам инструменты анализа широких спектров проблем на основе теории рынков с асимметрической информацией, также считает себя социологом [11, с. 29].

Наиболее социологическими считаются выводы и исследования Даниэля Канемана. В экономической науке на нобелевском небосклоне *Forbes* выделил 10 самых выдающихся лауреатов Нобелевской премии по экономике, чьи работы оказали самое существенное влияние и на мировую науку, и мировую экономику и чьи теории пользуются наибольшим спросом и по настоящее время. Один из этой десятки – лауреат Нобелевской премии по экономике 2002 года Д. Канеман (номер 3 по номинации *Forbes*), получивший ее «за психологические и экономические исследования процессов принятия решений в условиях неопределенности», что позже Д. Канеман назвал «теорией перспектив». Его исследования легли в основу гэллаповских, а затем и международных исследований качества жизни. Барометр удовлетворенности жизнью, применяемый Институтом изучения общественного мнения Гэллапа (American Institute of Public Opinion), – результат работ Канемана, доказавшего, что субъективные ощущения людей – уровень счастья, оценка качества жизни – не менее, а может быть и даже более, важны, чем объективные характеристики их жизни. Для этого Канеману потребовалось «операционализировать» (разложить) счастье, которое в разных странах ощущается по-разному, на компоненты [12].

Здесь следует отметить два момента. Во-первых, нобелевский номинант 2002 года Даниэль Канеман и нобелевский номинант 2017 года Ричард Талер – друзья-коллеги, что и определило интерес Р. Талера к пониманию сущности экономического поведения людей с психологических позиций. Во-вторых, признание заслуг Р. Талера вписывается в ряд указанных выше доминирующих тенденций в экономической науке, отмеченных нобелевскими премиями.

И это свидетельствует о необходимости совершенствования подготовки специалистов современного типа, отвечающего требованиям эпохи экономики знаний. Скажем, в структуре дисциплин по подготовке специалистов БТЭУ есть такая дисциплина, как «Психология». Но программа этой дисциплины в БТЭУ исходит из содержания, необходимого для специалистов педагогического профиля; специалистам экономического и торгового профиля нужно иное содержание, содержание которого подсказывает новая поведенческая экономика Ричарда Талера, получившего награду «за интеграцию экономики с психологией» (for integration economics with psychology).

В комментариях к характеристикам основных идей Р. Талера многие выделяют проблему (отсутствия) самоконтроля с использованием модели планировщика, которая Талером используется

для описания конфликта между долгосрочным планированием и импульсивным «я» или краткосрочным делом (короткое искушение). О том, что такие знания нужны будущим специалистам торгового профиля (коммерсантам, маркетологам), свидетельствует концепция «подталкивания» Р. Талера, как элемент новой поведенческой экономики, – подталкивание покупателей к тем или иным действиям: заставить их приобретать различного рода товары, реагировать на «бесплатные» предложения, скидки и распродажи, приобретать новые модные товары, откликаться на торговые предложения типа «три товара по цене двух», «второй товар за полцены первого» и др. Это «подталкивание» используется и в других сферах: рекламе кредитования, пользования кредитными карточками, а не наличными деньгами, карточками рассрочки, ужесточения в отдельных сферах, скажем, с помощью контрактной системы, развития медицинского страхования, увеличения норм пенсионных отчислений и др.

В торговле Беларуси, прежде всего, в таких крупных торговых сетях, как «Евроопт», «Алми», «Рублевский», «Соседи», «2 гуся», эти элементы подталкивания широко практикуются. В системе потребительской кооперации элементы микроэкономического и микросоциологического менеджмента новой поведенческой экономики развиты недостаточно. Поэтому крупные торговые сети во многих районных центрах, а также в крупных сельских поселениях и поселках городского типа вытесняют систему потребительской кооперации. И даже в областных центрах. К примеру, закрылись в Гомеле белкоопсоюзские «Дискаунтер» и «Росинка». Полупустой стоит в окружении двух магазинов «Евроопт» и «2 гуся» белкоопсоюзская «Виктория».

И это ставит перед потребительской кооперацией задачу взять элементы подталкивания на вооружение, чему должна способствовать и коренная перестройка образовательного процесса в части усиления гуманитарной составляющей и расширения междисциплинарных связей в системе высшего экономического, маркетингового и коммерческо-торгового образования. Просто «люди» (термин Р. Талера) принимают экономические решения не из абстрактных математических формул, не из разного рода кривых, не из факторного анализа, совершают выбор вовсе не беспристрастно, а прежде всего из своих представлений о справедливости и честности, добре и зле, субъективных ощущений и предпочтений, личностных особенностей, даже иррациональных. И повторим высказывание Р. Талера: «иррациональность не случайна и не бессмысленна, напротив, она вполне систематична и предсказуема».

В связи с нобелевской номинацией Р. Талера в Беларуси к теории поведенческой экономики появился интерес. Вышла о ней монография: «“Потому что так решили мы”: Поведенческая экономика Беларуси и ее раскодирование» [13]. Социологи в ней дают реальную характеристику экономического поведения, но выводы экономистов по результатам этого анализа противоречат сущности талеровской концепции. «Поведенческая экономика Беларуси и ее раскодирование» исходит из положения, что все беды белорусов в их иррациональности, которую надо изжить. В экономической теории Р. Талера уживаются и иррациональность, и рациональность. И это необходимо осознать и принять как объективную данность.

Заключение

Обосновываемая необходимость совершенствования подготовки специалистов высшего образования исходит из того, что современные социально-экономические проблемы не упрощаются, а, наоборот, становятся более сложными, сложными даже не в арифметической, а в геометрической прогрессии. Нынешнее экономическое образование, где доминируют математические модели, способствует развитию болезни, которую Д. Канеман окрестил «ослепление теорией». Поэтому новый нобелевский лауреат констатирует: «Экономическое образование, которое получают нынешние студенты, дает огромные знания в области поведения «рационалов», но при этом в жертву приносится интуитивное знание о человеческой натуре и *социальных взаимодействиях*. Выпускники экономических факультетов перестали понимать, что живут в мире, заселенном просто «людьми» [2, с. 84]. Талеровская новая поведенческая экономика, основанная на интеграции экономики с другими дисциплинами, помогает будущим специалистам ориентироваться в этом не простом, усложняющемся мире. И проводить экономическую политику с использованием принципов новой поведенческой экономики в деле принятия оптимальных решений, учитывая и иррациональные стороны человеческой природы.

Список использованной литературы

1. **Нобелевская** премия здорового человека: как получить миллион за иррациональность // Life.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://life.ru/1050417>. – Дата доступа : 12.10.2017.

2. **Талер, Р.** Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Талер. – М. : Эксмо, 2017.
3. **Смит, В.** Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия) / В. Смит ; пер. с англ. ; под науч. ред. Р. М. Нурева. – М. : ИРИСЭН : Мысль, 2008. – (Серия «Экономика»).
4. **Speech Professor Per Strömberg for the Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2017 at the Stockholm Concert Hall, 10 Desember // Nobelprize.org** [Electronic resource]. – Mode of access : www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences. – Date of access : 12.12.2017.
5. **Scientific Background on the Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2017. Richard Thaler: Integration Economics with Psychology. The Committee for the Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel** [Electronic resource]. – Mode of access : [/advanced-economicsciences2017.pdf](http://advanced-economicsciences2017.pdf). – Date of access : 12.12.2017.
6. **Сен, А.** Идея справедливости [Текст] / А. Сен ; пер. с англ. Д. Кралечкина ; науч. ред. перевода В. Софронов, А. Смирнов. – М. : Изд-во Института Гайдара : Фонд «Либеральная Миссия», 2016.
7. **Мизес, Л. фон.** Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории / Л. фон Мизес ; пер. с 3-го испр. англ. изд. А. В. Куряева. – М. : НПО «Экономика», 2000.
8. **Злотников, А. Г.** Социология и экономическая мысль / А. Г. Злотников. – Минск : Современное слово, 2002.
9. **Мюрдаль, Г.** Современные проблемы «третьего мира» / Г. Мюрдаль. – М. : Прогресс, 1972.
10. **Беккер, Г. С.** Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории : [пер. с англ.] / сост., науч. ред., послесл. Р. И. Капелюшников ; предисл. М. И. Левин. – М. : ГУ ВШЭ, 2003.
11. **Стиглиц, Дж. Ю.** Ревущие девяностые. Семена развала / Дж. Ю. Стиглиц ; пер. с англ. и примеч. Г. Г. Пирогова ; вступит. статьи Г. Ю. Семигина и Д. С. Львова. – М. : Современная экономика и право, 2005.
12. **Forbes: 10 нобелевских лауреатов по экономике, изменивших мир** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [/www.isedworld.org/2016/10/24/forbes](http://www.isedworld.org/2016/10/24/forbes). – Дата доступа : 17.11.2017.
13. **«Потому что так решили мы»: Поведенческая экономика Беларуси и ее раскодирование.** – Минск : Звязда, 2017.

Получено 17.02.2018.

Шалунаева Н. С.,

ст. преподаватель Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины

Концептуальные основы стратегии интеграции национальной экономики Республики Беларусь в глобальные производственные сети..... 68

В статье обоснована необходимость формирования и сформулированы концептуальные основы стратегии интеграции национальной экономики Республики Беларусь в глобальные производственные сети, включающие определение цели, организационных принципов и основных подходов к формированию стратегии, а также разработку отраслевых рекомендаций и комплекса мер экономической политики по включению белорусской экономики в систему международного производства.

Ключевые слова: глобальные производственные сети; транснациональная корпорация; прямые иностранные инвестиции; внешнеторговая политика; инвестиционная политика.

Введение

В современной мировой экономике глобальные производственные сети (ГПС), которые, как правило, координируются транснациональными корпорациями (ТНК), во многом определяют конкурентоспособность стран, уровень их развития, инвестиционной привлекательности, роль в международном разделении труда и мировом производственном процессе, в связи с чем ГПС становятся предметом государственной экономической стратегии большинства стран мира. Высокие темпы экономического роста многих развивающихся стран (Китай, Индия, стран Юго-

Восточной Азии и Центральной и Восточной Европы) явились в значительной мере следствием их интеграции в ГПС. При этом модели торговли в ГПС, определяющие распределение экономического выигрыша от участия в них, во многом формируются в зависимости от инвестиционных решений ТНК, вследствие чего прямые иностранные инвестиции (ПИИ) является главной движущей силой развития ГПС.

Исследованием вопросов функционирования цепочек начисления стоимости занимались такие ученые, как Б. Когут, Э. Пенроуз, О. Уильямсон, Ч. Файн, Р. Н. Ланглуа, П. Робертсон, М. Портер, Д. Джонс и др. Сетевой подход к объяснению процесса транснационализации производства в противопоставление модели интернализации использовали А. Пламер, К. Имаи, Дж. Йохансон, Л. Матсон. Теоретиками сетевой экономики и процессов развития ГПС являются также Д. Г. Джереффи, П. Гиббон, Х. К. Джарилло, Э. Р. Каплински, В. Пауэлл, Т. Торелли и др. Среди российских ученых, исследующих отдельные вопросы функционирования глобальных цепочек добавленной стоимости (ГЦДС), прежде всего, вопросы статистической их оценки и в проекции на экономику Российской Федерации – Е. Авдокушин, В. Идрисова, С. Кадочников, В. Кондратьев, Ю. Кукушкина, С. Лукьянов, Е. Мешкова, В. Соколов и др. Среди белорусских ученых отдельные вопросы развития сетевой экономики, движения и методологии расчета добавленной стоимости в международной торговле исследуют А. А. Быков, Е. Л. Давыденко, Г. А. Шмарловская и др.

Вместе с тем, теоретические и практические аспекты функционирования именно ГПС, а не ГЦДС, в особенности в проекции на экономику Республики Беларусь, изучены значительно меньше. Между тем, вопросы встраивания национальной экономики в ГПС ТНК являются чрезвычайно актуальными для Республики Беларусь. Проведенное исследование позволило обосновать вывод о том, что с учетом сложившихся условий встраивание национальных производителей в производственные цепочки ТНК является наиболее эффективной стратегией развития внешней торговли Республики Беларусь за счет привлечения ПИИ. Во-первых, без включения в ГПС ТНК существенно интенсифицировать развитие внешней торговли и увеличить экспорт республики представляется крайне затруднительной задачей в связи с тем, что в настоящее время до 80% международной торговли происходит именно в рамках ГПС ТНК [1]. Во-вторых, помимо стандартных выгод, которые приносят ПИИ, включение национальных производителей в ГПС может обеспечить для экономики республики ряд дополнительных положительных эффектов:

1) встраивание в ГПС позволит решить проблему негативного воздействия ПИИ на внешне-торговый баланс республики, так как в ГПС любой импорт является базой для последующего экспорта, и не столько важна величина импорта, сколько величина экспортируемой национальной добавленной стоимости;

2) ГПС предоставят возможность специализироваться на конкретном сегменте производственного процесса, что особенно актуально в условиях ограниченных ресурсов и технологической базы, когда выгоднее интенсифицировать свое участие в существующих ГПС, чем с нуля создавать собственные производства, что подтверждает опыт стран Азиатско-Тихоокеанского региона;

3) ГПС будут способствовать перестройке международной специализации республики в мировой торговле и более полному использованию имеющихся и развитию потенциальных конкурентных преимуществ страны;

4) ПИИ ТНК, как показывает мировой опыт, могут стать важным источником трансфера зарубежных технологий за счет их импорта и за счет кооперирования с национальными компаниями, что крайне важно для экономики Беларуси, являющейся экономикой «догоняющего развития», нуждающейся в импорте технологий.

Таким образом, представляется возможным утверждать, что участие в существующих ГПС и создание собственных является для Беларуси важнейшим инструментом развития внешней торговли страны и улучшения ее торгового сальдо, что и обуславливает актуальность исследования и постановку цели статьи, которая заключается в формировании концептуальных основ стратегии интеграции национальной экономики Беларуси в систему ГПС, направленной на максимизацию выгод и минимизацию рисков участия страны в процессах международного производства, с учетом современных тенденций развития мирохозяйственных связей, опыта других стран с транзитивной экономикой по включению в международное разделение производственных процессов [2], стратегических целей развития экономики Беларуси и интеграционных процессов в ЕАЭС.

Теоретической основой обоснования концептуальных основ стратегии интеграции национальной экономики Беларуси в ГПС послужили концепции миграции ПИИ и ТНК, обосновывающие комплексный характер взаимосвязи ПИИ и международной торговли [3], в том числе концепции ГЦДС и ГПС, а также обоснованный в результате проведенного авторского исследования тезис о преимущественно комплементарном характере ПИИ и внешней торговли стран [4]. Обоснованные автором концептуальные основы стратегии интеграции национальной экономики Республики Беларусь в ГПС включают следующие положения: цель, основные подходы к формированию и организационные принципы реализации стратегии; отраслевые рекомендации и комплекс мер инвестиционной, торговой и промышленной политики, направленных на оптимизацию включения белорусской экономики в систему международного производства ТНК.

Основная цель встраивания национальной экономики в ГПС – активизация притока ПИИ в экономику Республики Беларусь и максимизация выгод, получаемых страной от участия в международной торговле.

Представляется, что достижение цели правомерно на основе синтеза двух *подходов к формированию стратегии интеграции экономики республики в ГПС*:

- Встраивание в существующие ГПС посредством аутсорсинга и других форм кооперирования с постепенным переходом к привлечению ПИИ. Это особенно актуально на начальных этапах интеграции в ГПС, так как крупные ТНК, как правило, прежде, чем осуществить ПИИ, выбирают менее рискованные формы проникновения на новые рынки (франчайзинг, лицензионные соглашения, аутсорсинг, концессии).

- Формирование собственных ГПС в стратегически выгодных для Беларуси секторах (в том числе высокотехнологичных), прежде всего на пространстве ЕАЭС, что сделает возможным построение ГПС, контролируемых производителем, обладающих большей устойчивостью и дающих наибольшую прибыль, а также будет благоприятно сказываться на развитии внешней торговли страны.

К организационным принципам реализации национальной стратегии интеграции экономики Беларуси в ГПС целесообразно отнести следующие.

1. Принцип многовекторности, предполагающий сочетание различных способов интеграции национальной экономики в ГПС, уровней встраивания и направлений развития в рамках каждой выбранной отрасли.

2. Принцип повышения конкурентоспособности национальных предприятий. Говоря о важности развития кооперационных связей для участия в ГПС, нельзя забывать о конкуренции между их участниками, прежде всего поставщиками промежуточных товаров и услуг из развивающихся стран, которая в последние годы только усиливается в результате активного применения ТНК практики аутсорсинга, что остро ставит вопрос о международной конкурентоспособности национальных фирм.

3. Принцип конкурентного преимущества, который предполагает встраивание в ГПС в тех сферах, отраслях и через выполнение тех операций, в которых Республика Беларусь имеет конкурентные преимущества, что будет способствовать более эффективному участию страны в ГПС с точки зрения минимизации возможных рисков и максимизации экономических выгод от участия в международной торговле.

4. Принцип сочетания политики импортозамещения и политики импортодополнения. Данный принцип предопределен результатами проведенного исследования, позволившего сделать вывод о том, что в целях максимизации положительных внешнеторговых эффектов ПИИ политика импортозамещения, во-первых, должна осуществляться преимущественно по отношению к тем отраслям, в которых Беларусь имеет конкурентные преимущества; во-вторых, сочетаться с политикой импортодополнения в отношении таргетированных отраслей; в-третьих – дополняться политикой увеличения уровня локализации производственной деятельности ТНК в отраслях, в которых республика имеет конкурентные преимущества, и стимулирования налаживания кооперационных связей отечественных предприятий с ТНК.

Необходимость проведения политики импортодополнения, по мнению автора, продиктована следующими причинами:

- а) практика импортодополнения является источником роста конкурентоспособности национальных производителей, так как в современных условиях конкурентоспособность экспорта зависит от возможности импорта промежуточных товаров мирового качества и по мировым ценам [5; 6];

- б) импортозамещающая индустриализация снижает эффекты от участия национальной экономики в ГПС и минимизирует внешние эффекты ПИИ, так как ограничивает приток новых технологий в страну посредством импорта товаров и услуг, в результате чего в долгосрочной перспек-

тиве она может привести к стагнации инновационного и научно-технического развития, на что указывают результаты исследований, проведенных Сое и Helpman (1995), Hoekman и Djankov (1997) [7] и др.

в) практика импортодополнения способствует вовлечению компаний в ГПС на более поздних этапах, что подразумевает рост экспорта продукции с более высокой добавленной стоимостью;

г) необоснованное применение импортозамещающей стратегии развития к отраслям, в которых страна не имеет сравнительных преимуществ, ведет к сокращению выигрыша страны от международной торговли (особенно, если эти отрасли выпускают промежуточную продукцию для экспортоориентированных отраслей);

5. Принцип приоритета политики открытости в торговле перед политикой протекционизма. Распространение ГПС формирует новую систему международных экономических отношений, где торговые барьеры невыгодны всем участникам. Как показывают имеющиеся исследования, уровень издержек в ГПС, который определяется в том числе уровнем тарифной и нетарифной защиты, является одним из ключевых факторов, отрицательно влияющих на экспорт добавленной стоимости [8].

6. Принцип углубления региональной экономической интеграции (на пространстве ЕАЭС и с другими странами и региональными группировками). Значительная часть современных производственных сетей носит региональный характер, что определяет важность углубления интеграционных процессов в рамках ЕАЭС с целью развития собственных региональных производственно-сбытовых цепочек.

7. Принцип максимизации национальной добавленной стоимости, что может быть обеспечено либо за счет повышения эффективности участия на текущем этапе производственной цепочки, либо за счет вертикального восхождения по ней к предпроизводственным (НИОКР и др.) и постпроизводственным этапам, участие в которых приносит компаниям наибольшую выгоду. Вместе с тем, на начальных этапах было бы рациональным встраивание на любом уровне цепочки, даже низкодоходном, с постепенным освоением более высоких уровней.

8. Принцип промышленного таргетирования, заключающийся в определении приоритетных отраслей для встраивания в ГПС с целью создания для них наиболее благоприятных условий развития посредством формирования необходимой инфраструктуры, системы стимулов и др.

9. Принцип приоритета не текущих экономических результатов (хотя и они важны), а формирования долгосрочных положительных внешних эффектов для национальной экономики в целом от встраивания в систему международного производства ТНК. Прежде всего, это касается возможностей получения доступа к технологиям и их распространения в национальной экономике.

Отраслевые рекомендации по интеграции белорусской экономики в ГПС. В настоящее время рамках ЕАЭС выделен перечень отраслей, обладающих наибольшим экспортным потенциалом, который может быть реализован за счет встраивания в ГПС [9]. Однако очевидно, что требуется выработка более узких отраслевых рекомендаций по интеграции национальной экономики в ГПС с учетом характеристик экономики Беларуси, ее конкурентных преимуществ и приоритетов развития.

Представляется, что с одной стороны, это должны быть отрасли, которые в соответствии с мировой практикой в наибольшей степени подвержены фрагментации производства (обувная и швейная промышленность, автомобильная промышленность, сектор электроники и агропродовольственный сектор), с другой стороны, это должны быть те отрасли, в которых Республика Беларусь имеет реальные (нефтепереработка, химическая, деревообрабатывающая промышленность, металлургия, транспортное машиностроение, ИКТ-услуги, НИОКР, транспортные услуги) либо потенциальные (производство оптического и электрооборудования, автомобилестроение и станкостроение, туристические услуги) конкурентные преимущества с акцентом на высокотехнологичные и среднетехнологичные отрасли высокого порядка.

В связи с этим в отраслевом плане предлагается рассмотреть следующие способы встраивания белорусской экономики в ГПС ТНК:

1. Встраивание в ГПС через сектор услуг, которое целесообразно осуществлять одновременно по двум направлениям: через встраивание в товарные ГПС, когда предприятия сектора услуг не являются прямыми экспортёрами, однако созданная ими добавленная стоимость оказывается включенной в товарный экспорт страны, и через встраивание в сервисные ГПС. При этом представляется необходимым сделать акцент на сфере высокотехнологичных услуг, в частности в сфере IT-технологий и НИОКР, бизнес-услуг, что позволит в наибольшей степени задействовать имеющийся в стране высокий уровень человеческого капитала и получить наибольшие выгоды от интеграции в сервисные ГПС. Учитывая географическое положение страны, встраивание в ГПС

представляется возможным также через сектор транспортных услуг и туристско-рекреационных услуг, в том числе в сфере медицинского туризма.

2. Встраивание в ГПС через наукоемкий сектор промышленности. Представляется целесообразным стимулирование с этой целью установления долгосрочных кооперационных связей отечественных предприятий с иностранными, в том числе на основе аутсорсинга, а также создания стратегических альянсов как способа реализации инновационных проектов.

3. Встраивание в ГПС через сектор малого и среднего бизнеса (МСБ). Мировая практика показывает, что большинство фирм, участвующих в ГПС, являются средними и малыми компаниями [10]. Важно и то, что МСБ представляет собой экономическую нишу, лежащую вне вопроса суверенитета страны, а также способ привлечения ПИИ, альтернативный приватизации крупных компаний. В отраслевом отношении наиболее перспективными для МСБ Беларуси представляются ГПС в сфере сельского хозяйства, легкой промышленности, мебельной индустрии и др.

4. Встраивание в ГПС через сектор крупного бизнеса Беларуси, для которого на начальных этапах следует рассмотреть различные варианты кооперирования производства и НИОКР с ТНК для последующего перехода к привлечению и экспорту ПИИ. В данном секторе одним из приоритетных направлений встраивания экономики Беларуси в ГПС представляется развитие фармацевтической отрасли, машиностроительной и химической промышленности.

Заключение

Исследование мирового опыта участия стран в ГПС позволило сделать вывод, что принципиальное значение для успеха стратегии участия в ГПС имеет реализация всего комплекса мер, направленных на улучшение инвестиционного климата и бизнес-среды республики в целом. Политика привлечения иностранного капитала принимающего государства в основном формирует отраслевые направления инвестиций, в меньшей степени влияя на величину привлекаемых ПИИ.

В то же время проведенное исследование на основе синтеза теоретических и эмпирических исследований ГПС, опыта зарубежных стран в сфере встраивания в ГПС и привлечения ПИИ, рекомендаций международных экономических организаций в этой области позволило выделить комплекс направлений торговой, инвестиционной и промышленной политики, в наибольшей степени влияющих на процесс встраивания национальных экономик в ГПС, включающий либерализацию внешнеторгового режима и сокращение торговых издержек, увеличение уровня локализации деятельности ТНК и развитие вертикальных связей между национальными компаниями и предприятиями с ПИИ, развитие логистической инфраструктуры, углубление региональной экономической интеграции, активизацию притока экспортостимулирующих ПИИ, развитие внутреннего потенциала таргетированных отраслей экономики, развитие человеческого капитала, создание условий для трансфера технологий и развития международной технологической кооперации, привлечение ТНК в экономику Беларуси и развитие законодательства, регулирующего их деятельность, повышение потенциала МСБ как участника ГПС ТНК.

В рамках выделенных направлений представляется правомерным предложить ряд практических рекомендаций:

1) комплексный подход к реализации промышленной, инвестиционной и торговой политики в республике; на институциональном уровне более тесное сотрудничество и взаимодействие между учреждениями, осуществляющими регулирование торговли, инвестиций и промышленного развития, как на национальном уровне, так между соответствующими ведомствами на пространстве ЕАЭС;

2) уточнение позиций по ряду вопросов торговой политики:

- постепенное снижение импортных пошлин на детали и компоненты в таргетированных отраслях для встраивания в ГПС, прежде всего, это касается высокотехнологичной продукции, в том числе оптической и электронной промышленности;

- упрощение и сокращение времени на прохождение таможенных процедур при импорте и экспорте товаров;

- ориентация не на протекционизм в национальных границах, а на протекционизм ГПС, в которых участвуют белорусские производители;

3) сочетание политики импортозамещения с политикой импортодополнения в отношении приоритетных отраслей для встраивания в ГПС;

4) таргетированный подход к проведению политики повышения уровня локализации производства, акцент на те отрасли, в которых Беларусь имеет конкурентные преимущества и способна производить конкурентоспособные по мировым стандартам сырье и компоненты;

5) определение в качестве важнейшего критерия интеграционной стратегии республики получения преференций для национальных цепочек;

6) дифференциация стимулов и преференций организациям с ПИИ по отраслевому признаку, по степени наукоемкости производимой продукции, по уровню экспортоориентированности производства;

7) развитие системы статистического учета ПИИ и ГПС, включая оценку степени интеграции национальных производителей Беларуси в ГПС в соответствии с перечнем показателей, включенных в статистическую базу ОЭСР.

Список использованной литературы

1. **World Investment Report 2013: Global value chains: investment and trade for development.** – New York and Geneva: United Nations, UNCTAD, 2013. – 236 p. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=588>. – Date of access : 21.12.2017.

2. **Шмарловская, Г. А.** Международное разделение производственного процесса и сетевая экономика: перспективы Республики Беларусь / Г. А. Шмарловская // Бел. экон. журн. – 2009. – № 1. – С. 62–70.

3. **Шалупаева, Н. С.** Взаимосвязь международной торговли и прямого иностранного инвестирования: классификация концепций / Н. С. Шалупаева // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. – 2017. – № 5 (104). – С. 173 – 179.

4. **Шалупаева, Н. С.** Концептуальная модель взаимосвязи международной торговли и процессов прямого иностранного инвестирования / Н. С. Шалупаева // Журнал междунар. права и междунар. отношений. – 2017. – № 3–4 (82–83). – С. 82 – 90.

5. **Goldberg, P. K.** Imported intermediate inputs and domestic product growth: Evidence from India / P. K. Goldberg, et. // The Quarterly Journal of Economics. – 2010. – № 125 (4). – P. 1727 – 1767. – Mode of access : <https://www.dropbox.com/s/wdnb422j93xlz68/125-4-1727.pdf?dl=0>. – Date of access : 18.09.2017.

6. **Долгосрочный** прогноз экономического развития Евразийского экономического союза до 2030 года / Европейская экономическая комиссия. – М., 2015. – 216 с.

7. **Точицкая, И.** Внешняя торговля Беларуси: основные вызовы и пути их преодоления / И. Точицкая, Г. Шиманович. – Минск : Исследовательский центр ИПМ, 2009. – 15 с.

8. **Идрисова, В. В.** Торговля добавленной стоимостью: эмпирический анализ / В. В. Идрисова, Ю. О. Литвинова // Рос. внешнеэкон. вестн. – 2016. – № 8. – С. 49–66.

9. **Основные** направления координации национальных промышленных политик Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70292470>. – Дата доступа : 22.02.2018.

10. **Бирюкова, О. В.** Участие сектора услуг в развитии глобальных цепочек создания стоимости / О. В. Бирюкова // Известия УрГЭУ. – 2016. – № 3 (65). – С. 115–125.

Получено 07.06.2018.

Левчук Е. А.,

кандидат технических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Долгий В. Г.,

магистрант Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Разработка информационной системы для управления автотранспортом..... 74

Своевременная и качественная доставка груза является важным требованием потребителя транспортных услуг. Выполнить заданные условия представляется возможным с применением логистики, управляющего алгоритма, который позволяет оптимизировать работу отдельных элементов транспортного процесса и объединить эти элементы в единую систему с использованием различных экономико-математических методов. Проблемы скоординированной работы всех производственных подразделений, ускорения обслуживания клиентов, оперативной регистрации результатов отгрузки, ужесточение контроля над дисциплиной эффективно решаются путем комплексной автоматизации всех этапов грузовых перевозок.

Ключевые слова: автоматизация управления автотранспортом; оперативная регистрация результатов отгрузки; информационная система; конфигурация.

Введение

На современном этапе развития экономики в системе потребительской кооперации возникает потребность ускоренного развития не только производственной деятельности, но и сферы услуг, которая обеспечивает надежное обращение ресурсов. Нельзя не заметить, что значительную роль в этой области занимают услуги транспорта. Повышение качества транспортных услуг позволяет, в конечном счете, увеличить эффективность производства и, соответственно, доходы предприятий.

Во взаимосвязях производителей и потребителей продукции производственного назначения и товаров народного потребления 93 районных потребительских обществ системы потребительской кооперации при грузовых перевозках практически всегда участвует автомобильный транспорт. Именно благодаря транспортным перевозкам потребитель может приобрести свой товар, а предприятие-изготовитель получить необходимые материалы для осуществления своей деятельности и реализации продукции. Часть предприятий используют для этих целей наемный транспорт, другие предпочитают создавать в рамках своей организационной структуры автотранспортный отдел, деятельность которого, впрочем, как и большинства других подразделений предприятия, невозможно представить без использования информационных технологий. Оптимизация автотранспортных перевозок на любом предприятии, имеющем собственный автопарк, – сложный, многостадийный процесс. От того, насколько четко и слаженно работает автопарк, зависит конечный результат: производство продукции и ее доставка в требуемом количестве и в запланированное время. Точность и оперативность исполнения заданий напрямую влияют на экономические показатели работы предприятия [1].

В рыночных условиях важным требованием потребителя транспортных услуг является своевременная и качественная доставка груза. Выполнить заданные условия представляется возможным с применением логистики, т. е. управляющего алгоритма, который с помощью различных экономико-математических методов позволяет оптимизировать работу отдельных элементов транспортного процесса и объединить эти элементы в единую систему. Оптимизация автотранспортных перевозок на любом предприятии, имеющем собственный автопарк, – сложный, многостадийный процесс. От того, насколько четко и слаженно работает автопарк, зависит конечный результат: производство продукции и ее доставка в требуемом количестве и в запланированное время. Точность и оперативность исполнения заданий напрямую влияют на экономические показатели работы предприятия. Согласованная работа всех производственных участков, ускорение обслуживания клиентов, оперативный учет результатов отгрузки, ужесточение контроля над дисциплиной – решение всех этих задач достигается только при комплексной автоматизации всех фаз автотранспортных грузоперевозок.

Автоматизация управления автотранспортом представляет собой необходимый компонент любой современной организации наряду с управлением другими видами ресурсов. Эффективное управление автотранспортом организации невозможно без исчерпывающей, достоверной информации о нем [2]. Кроме того, выполнение функций других подразделений организации в значительной степени базируется на информации, обрабатываемой в процессе транспортной деятельности.

Для районных потребительских обществ при относительно небольшом количестве автотранспорта зачастую не имеет смысла автоматизировать процессы транспортной деятельности на основе комплексных систем управления ресурсами предприятия класса *my SAP Business Suite*, *Oracle E-Business Suite* или аналогичных ввиду их высокой стоимости. В таких случаях в целях автоматизации рекомендуется использовать прикладные решения с ограниченным функционалом, которые могут быть выбраны из представленных на информационном рынке или разработаны непосредственно под специфику организации. В такой ситуации целесообразным подходом к решению проблем автоматизации можно считать разработку и внедрение информационной системы собственными силами, особенно при наличии специалистов соответствующей квалификации [3].

Таким прикладным решением является проектирование и реализация автоматизированной информационной системы «Управление автотранспортом», позволяющей решать задачи по ведению информационной базы водителей и транспортных средств организации; хранению нормативно-справочной информации о грузах, адресах, заказчиках и т. п.; формировать и печатать путевые листы; проводить учет расхода топлива по нормам и по факту, а также учет пробега автомобиля; выводить различные отчеты. Для реализации предложенных задач требуется изучить основные бизнес-процессы управления автотранспортом, разработать техническое задание на проектирование АИС, построить концептуальную и логическую модели АИС, спроектировать основные объекты информационной базы, разработать интерфейс пользователя.

Средой логического проектирования автором были выбраны следующие CASE-средства: для разработки концептуальной модели – *BPwin 4.1*, для инфологического проектирования базы данных – *ERwin 4.1*. Для проектирования и реализации конфигурации «Управление автотранспортом» выбрана технологическая платформа «1С: Предприятие 8.2». Для разработки проекта системы используется каскадная модель жизненного цикла программного обеспечения (ПО). Стадии и этапы процесса проектирования определены ГОСТ 34.601.90 «Информационные технологии». Состав и содержание работ по созданию автоматизированных информационных систем (АИС) приведен в таблице.

Состав и содержание работ по созданию АИС

Стадии	Этапы работ
Формирование требований к системе	Обследование объекта и обоснование необходимости создания системы. Формирование требований пользователя к системе
Техническое задание	Разработка и утверждение технического задания на создание системы
Технический проект	Разработка проектных решений по системе (проектирование справочников, документов, журналов документов, отчетных форм). Разработка документации на систему
Рабочая документация	Разработка рабочей документации на систему
Ввод в действие	Подготовка объекта автоматизации к вводу системы в действие. Установка системы. Обучение персонала. Проведение предварительных испытаний
Сопровождение системы	Выполнение работ в соответствии с гарантийными обязательствами

Важнейшим этапом проектирования новой типовой конфигурацией является этап конфигурирования [3], когда работа с информационной базой осуществляется в режиме «Конфигуратор». Именно здесь определяется структура и свойства справочников и документов, описываются формы и алгоритмы построения отчетов и т. д. В разрабатываемой конфигурации «Управление автотранспортом» создано 5 справочников: «Транспортное средство», «Водители», «Заказчики», «Адреса», «Грузы». Пример справочника представлен на рисунке 1.

Г-2705 (Транспортное средство) (1С:Предприятие)

Г-2705 (Транспортное средство)

Перейти
ТСМ, спидометр

Записать и закрыть Все действия ?

Марка, модель: Г-2705

Гаражный №: 123

Гос номер: АВ-7157-6

Водитель: Церех И.Н.

Спидометр, км.: 160 874

Топливо, л.: 43,56

Тех параметры

Тип топлива: Бензин АИ-92

Лин. норма расхода (лето), л.: 15,80

Лин. норма расхода (зима), л.: 18,90

Рисунок 1 – Справочник «Транспортное средство»

Следующим шагом в разработке конфигурации является создание объектов метаданных «Документы». При помощи документов организуется ввод в систему информации о совершаемых хозяйственных действиях, ее просмотр и, если необходимо, корректировка. В системе «1С: Предприятие» документ является основной учетной единицей. Каждый документ содержит информацию о конкретной хозяйственной операции и характеризуется своим номером, датой и временем. В процессе конфигурирования можно настроить произвольное количество видов документов. При настройке для документа задаются также общие характеристики: длина номера документа, условия поддержки уникальности номеров [4]. Система автоматически поддерживает журналы перекрестных ссылок по документам. Документы играют центральную роль для основных механизмов, реализуемых компонентами системы и образуют единую последовательность. Кроме, собственно, записи, для документа весьма важным свойством является его проведение. При проведении документ может отразить зафиксированное им событие в механизмах, реализуемых компонентами. Например, документ может записать бухгалтерскую операцию, отразив в виде проводок в бухгалтерском учете информацию, содержащуюся в документе. Прикладное решение «Управление автотранспортом» предполагает разработку экранных форм документов «ВводНачальныхЗначений» и «ПутевойЛист». Каждый из этих документов имеет особенности формирования и проведения. При создании документа «ВводНачальныхЗначений» на вкладке «Основные» описано имя (идентификатор) и синоним (представление) документа. На вкладке «Движения» было сделано движение документа по регистру сведений «Автомобиль». Необходимо отметить, что в списке регистров конфигурации, помимо регистра сведений «Автомобиль», присутствуют и регистры накоплений: «АвтоОбороты» и «Топливо». Для документа «ВводНачальныхЗначений» был использован лишь регистр сведений «Автомобиль». Формирование движения документа по регистру представлено на рисунке 2.

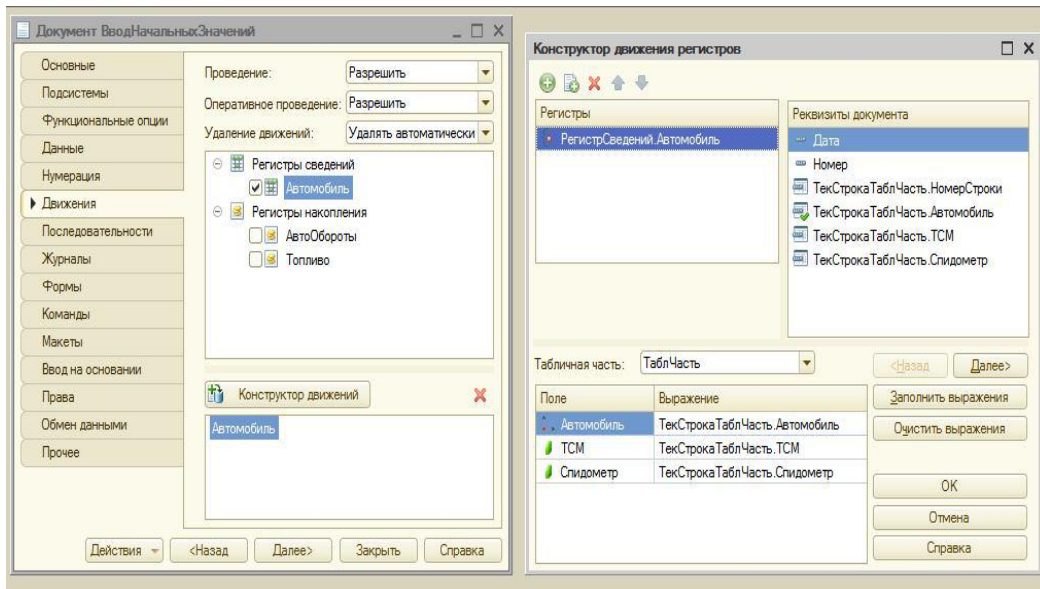


Рисунок 2 – Формирование движения документа «ВводНачальныхЗначений» по регистру сведений «Автомобиль»

После проведенных манипуляций конструктор движений генерирует для документа «ВводНачальныхЗначений» процедуру «ОбработкаПроведения», предназначенную для фиксирования начальных значений спидометра и остатков топлива, введенных в документе «ВводНачальныхЗначений», в регистре сведений «Автомобиль». Аналогичным образом был спроектирован документ «ПутевойЛист». В отличие от документа «ВводНачальныхЗначений», для документа «ПутевойЛист» движения были сделаны по всем трем регистрам конфигурации: регистр сведений «Автомобиль», регистры накоплений «АвтоОбороты» и «Топливо». Листинг модуля формы документа «ПутевойЛист» содержит 12 процедур и 1 функцию, которые необходимы для корректной работы формы документа. Некоторые из процедур ссылаются на процедуры и функции, которые находятся в общих модулях конфигурации. При создании формы документа «ПутевойЛист» также были добавлены кнопки «Печать лицевая сторона» и «Печать оборотная сторона», выполняющие вывод на печать заранее спроектированные макеты путевого листа. Пример макета документа представлен на рисунке 3.

Шанка		УТВЕРЖДЕНО Постановление Министра финансов Республики Беларусь 26.11.2010 № 138 (в ред. пост. от 31.08.2011 № 88)							
Наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если такое имеется) перевозчика, штамп (печать))									
ПУТЕВОЙ ЛИСТ № <НомерДок>									
<ДатаДок>									
Работа водителя и автомобиля									
Операция		Время по графику		Показания спидометра		Нулевой пробег, км		Время фактическое, число, месяц, ч., мин.	
		число	месяц	ч.	мин.				
Выезд на линию		ЧислоВыезд	МесяцВыезд	<ЧасВыезд>	инутыВыезд	<ВыездСпидометр>		ездНулПроб	
Возращение с линии		ЧислоВозвр	МесяцВозвр	<ЧасВозвр>	инутыВозв	<ВозврСпидометр>		зврНулПроб	
Автомобиль									
Марка автомобиля	Регистрационный номер	Гаражный номер							
<Автомобиль>	<ГосНомер>	<ГаражныйНомер>							
Водитель									
Фамилия, инициалы	Табельный номер, класс	Водитель по состоянию здоровья к управлению допущен. Подпись (штамп)							
<Водитель>	<ТабНомер>								
Движение топливно-смазочных материалов (ТСМ)									
Топливо	Выдано, л.	Остаток ТСМ при выезде, л.		возвращения, л.	Сдано, л.	Время работы, ч., мин.			
<ТипТоплива>	ВыданоТСМ	ездОстаток	возврОстаток	ТСМ		Спецоборудования Двигателя			
Задание водителю									
Заказчик	Время (час., мин.) прибытия		убытия	Пункт отправления (адрес места погрузки)	Пункт назначения (адрес места разгрузки)	Расстояние, км	Наименование груза	Вес груза, т	Количество ездов
<Заказчик>	<ВремяПрибытия>	<ВремяУбытия>		<ПунктПогрузки>	<ПунктРазгрузки>	<Расстояние>	<Груз>	<ВесТонны>	<КопВесЕздов>
Подвал									
Прочие отметки									
Водительское удостоверение проверил, задание выдал.									
Автомобиль технически исправен. Выезд разрешен.					Автомобиль сдал.				

Рисунок 3 – Вид макета «ПечатьЛицевая» документа «ПутевойЛист»

Вся информация о хозяйственных операциях, которая вводится с использованием документов или формируется при помощи расчетов, должна быть накоплена в регистрах. Тогда эту информацию можно будет извлечь, проанализировать и представить пользователю в виде отчетных форм. В данной системе были использованы один регистр сведений («Автомобиль») и два регистра накопления («АвтоОбороты», «Топливо»). Основные данные о показаниях спидометра и остатках топлива автомобиля хранятся в регистре сведений «Автомобиль». Регистр накопления «Топливо» (рисунок 4) предназначен для хранения информации об оборотах, происходящих на автомобиле, для последующего получения сводной выходной информации о работе автомобиля. Регистр накопления «Топливо» предназначен для хранения информации об оборотах топлива в разрезе типов топлива и водителей для последующего получения сводной выходной информации по расходу топлива.

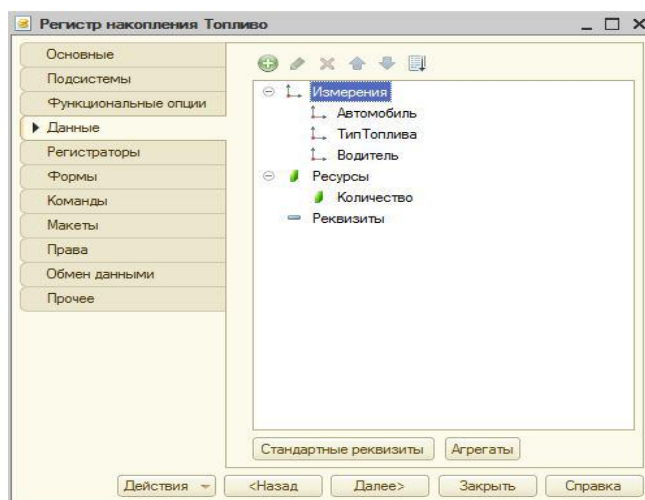


Рисунок 4 – Вкладка «Данные» конструктора регистра накопления «Топливо»

Для получения сводной выходной информации в системе в данном прикладном решении используются объекты метаданных «Отчет» и «Обработка». Объект «Отчеты» подразумевает получение сложной выборки данных, сгруппированных и отсортированных определенным образом. Важным инструментом платформы для реализации этой задачи является компоновка данных (рисунок 5). Система компоновки данных позволила выполнить все необходимые действия – от получения данных из различных источников до представления этих данных в виде, удобном для пользователя. Использована схема компоновки данных, в которой описывается текст запроса, наборы данных, связи между ними, доступные поля, параметры получения данных, задаются первоначальные настройки компоновки – структура отчета, макет оформления данных и др.

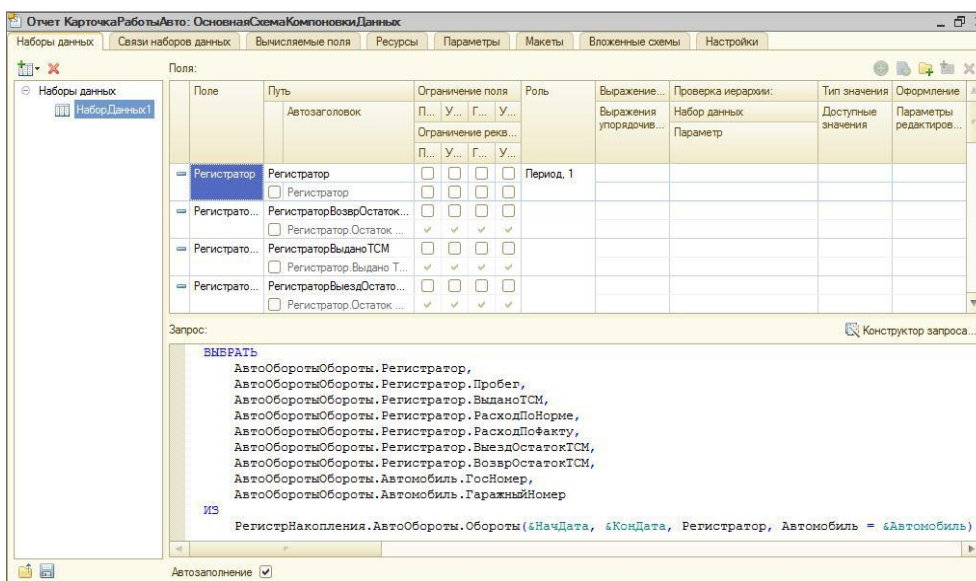


Рисунок 5 – Схема компоновки данных отчета «КарточкаРаботыАвтомобиля»

Для разрабатываемого прикладного решения были определены необходимые отчеты: о расходе топлива по видам; о расходе топлива по водителям; карточка работы автомобиля; журнал учета путевых листов. Внешний вид сформированного отчета «КарточкаРаботыАвтомобиля» представлен на рисунке 6.

Карточка работы автомобиля

Сформировать Настройка... Все действия ?

Карточка учета работы автомобиля

Параметры данных: Период с = 01.01.2016 0:00:00
 Период по = 01.05.2016 0:00:00
 Автомобиль = С-3507

гос. №	гаражный №
АЕ 6096-6	109

Путевой лист	Водитель	Пробег а/м (км)	Движение горючего (л)					
			остаток на начало дня	получено	расход по норме	расход по факт.	остаток на конец дня	
25.03.2016	000000012	Мельниченко А.А.	242,00	8,00	80,00	68,97	68,97	19,03
28.03.2016	000000013	Мельниченко А.А.	82,00	19,03	20,00	23,37	23,37	15,66
29.03.2016	000000014	Мельниченко А.А.	344,00	15,66	120,00	98,04	98,04	37,62
30.03.2016	000000015	Мельниченко А.А.	354,00	37,62	110,00	100,89	100,89	46,73
31.03.2016	000000016	Мельниченко А.А.	352,00	46,73	120,00	100,32	100,32	66,41
Итого			1 374,00		450,00	391,59	391,59	

Рисунок 6 – Внешний вид окна отчета «КарточкаРаботыАвтомобиля»

Проектирование пользовательского интерфейса в «1С: Предприятие 8.2» реализовано при помощи подсистем. В разрабатываемой прикладной конфигурации были выделены такие подсистемы, как «Учет путевых листов», «Работа автомобиля» и «Учет расхода топлива». Подсистемы позволяют выделить в конфигурации функциональные части, на которые логически разбивается создаваемое прикладное решение. Таким образом, наличие подсистем определяет структуру прикладного решения, организует весь пользовательский интерфейс, позволяет отсортировать различные документы, справочники и отчеты по логически связанным с ними разделам, в которых пользователю будет проще их найти и удобнее с ними работать. При этом каждому конкретному пользователю будут видны лишь те разделы, т. е. та функциональность прикладного решения, которые ему нужны в процессе работы (рисунок 7).

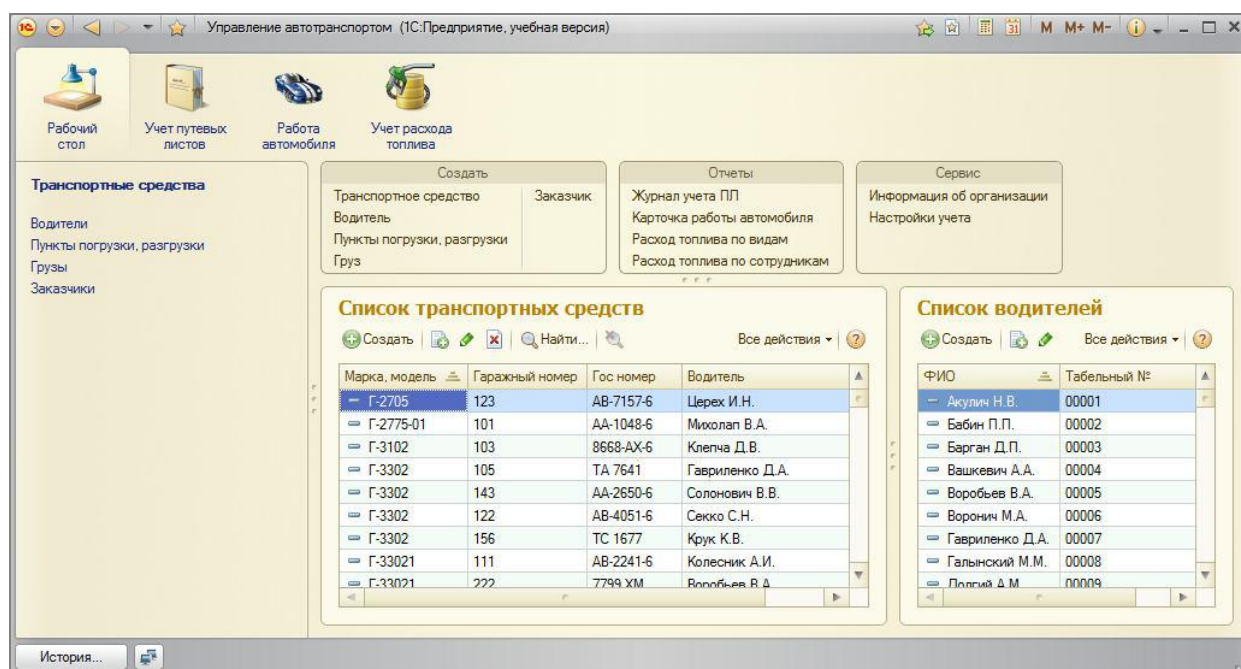


Рисунок 7 – Вид рабочего стола

Заключение

Внедрение конфигурации «Управление автотранспортом» позволит улучшить производительность работы сотрудников транспортных отделов районных потребительских обществ, повысит информативность, качество учета и анализа данных о транспортных средствах организации, повысит ее конкурентоспособность за счет использования информационных технологий в управлении. Это будет способствовать повышению рентабельности работы организаций. При модернизации программных продуктов, разработанных ИВЦ Белкоопсоюза, предлагаемая информационная система, реализованная на платформе «1С: Предприятие 8.2», обеспечит сопровождение транспортной деятельности райпо на современном уровне компьютерных технологий. Реализация подсистем на данной платформе позволяет комплексно решать задачи автоматизации.

Список использованной литературы

1. Емельянова, Н. З. Информационные системы в экономике : учеб. пособие для сузов / Н. З. Емельянова, Т. Л. Партыка, И. И. Попов. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2009. – 464 с.
2. Избачков, Ю. С. Информационные системы : учеб. для вузов / Ю. С. Избачков, В. Н. Петров. – СПб. : Питер, 2008. – 656 с.
3. Ажеронок, В. А. Как настроить «1С: Предприятие 8.2» при внедрении / В. А. Ажеронок. – М. : 1С-Пабблишинг, 2010. – 172 с.
4. Бугорский, В. Н. Сетевая экономика и проектирование информационных систем : учеб. пособие для вузов / В. Н. Бугорский, Р. В. Соколов. – СПб. : Питер, 2007. – 320 с.

Получено 23.02.2018.

Образование. Подготовка специалистов

Снитко Л. Т.,

*доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой
Белгородского университета кооперации, экономики и права*

Кузнецов В. П.,

*доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой
Нижегородского государственного педагогического университета имени К. Минина*

Храбан Г. С.,

*кандидат технических наук, доцент Государственного института управления
и социальных технологий БГУ*

Роль кооперативного образования в реализации концепции инновационного развития Беларуси с учетом российского опыта..... 81

Статья посвящена анализу Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы с учетом содержания Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы и развития страны в рамках пятого и шестого технологических укладов. Проведено сравнение концептуальных подходов развития потребительской кооперации Беларуси и Российской Федерации, сделаны выводы о некотором их различии и степени детализации. Отмечен положительный опыт России по отражению в Концепции развития системы потребительской кооперации на 2017–2021 годы существенной роли образования как одного из самостоятельных видов деятельности системы и оказанию услуг по оздоровлению и рекреации.

Ключевые слова: потребительская кооперация; инновации; инновационная политика; концепция; развитие; государственная программа; технологический уклад; образование.

Введение

Развитие инновационной сферы всегда являлось объектом пристального внимания ученых, практиков, государственных и ведомственных органов управления. Об актуальности и важности проблемы инноваций для нашей страны свидетельствует принятие еще в 2012 году Закона Республики Беларусь «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь» и Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы. Ввиду ограниченных природных ресурсов отечественная экономика всегда делала акцент на интеллектуальной и технологической составляющей вектора развития, и

преследовала цели, соответствующие Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года.

Являясь частью народнохозяйственного комплекса страны, потребительская кооперация, как многоотраслевая организация, имеет большие возможности для активизации внедрения инновационных процессов в своей деятельности и внесения достойного вклада в выполнение государственной программы. Потребительская кооперация в Республике Беларусь и Российской Федерации имеет большие традиции и опыт подготовки кадров для внутрисистемного и общегосударственного потребления, производства, продажи и продвижения продовольственных и непродовольственных товаров, оказания широкого спектра услуг в зоне функционирования.

В данной статье представлены некоторые предложения авторов о необходимости более активного внедрения в организациях и учреждениях потребительской кооперации образовательных, организационных, технологических и маркетинговых инноваций, основанных на обобщении отечественного и зарубежного опыта и выявленных наиболее прогрессивных тенденциях в указанных направлениях.

Теоретические обобщения и анализ текущих и перспективных направлений инновационного развития применительно к отраслям деятельности потребительской кооперации с акцентом на кооперативное образование и обусловили актуальность данного исследования.

Целью Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь, принятой на период до 2020 года, является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики и концентрация ресурсов на формировании высокотехнологичных секторов, базирующихся на производствах V и VI технологических укладов [1, с. 3].

Под технологическим укладом сегодня понимается совокупность сопряженных производств, имеющих единый технологический уровень и развивающихся синхронно. Смену технологических укладов предопределяет ход научно-технического прогресса, при этом продолжительность разных фаз жизненного цикла в периоды каждого из укладов имеет тенденцию к сокращению, что наглядно представлено на рисунке 1 [2].

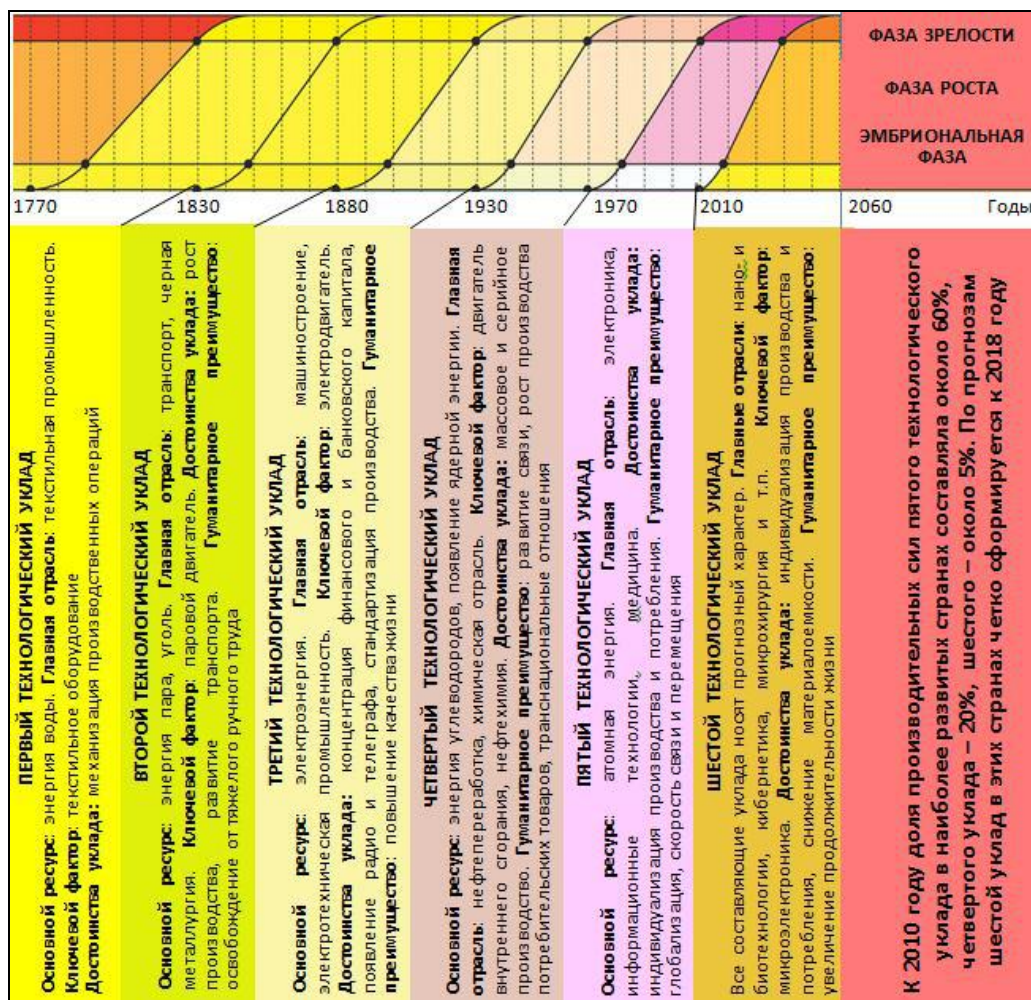


Рисунок 1 – Основные характеристики технологических укладов развития

Если проследить эволюцию научно-технического прогресса и его периодизацию, то можно отметить начало первого технологического уклада в 1770-е годы и его продолжение примерно до 1830 года. Второй технологический период продолжался примерно 50 лет: на смену энергии воды пришла энергия пара и угля, получили особое развитие транспорт и черная металлургия, ручной труд стал стремительно вытесняться механизированным, что способствовало резкому росту объемов производства и развитию транспортной инфраструктуры.

С 1880 по 1930 год специалисты отмечают длительность третьего технологического уклада. Именно этот период характеризуется открытием радиосвязи и телеграфа, развитием банковской и финансовой сферы. Для четвертого технологического уклада (1930–1970 годы) стало характерным бурное развитие химической и нефтеперерабатывающей отраслей благодаря углеводородам. С 1970 до 2010 года продолжался пятый технологический уклад, для которого стала характерной преимущественно атомная энергетика, развитие электроники и информационных технологий, освоение космоса, гениальная инженерия и программное обеспечение. Мировое сообщество вступило в эпоху глобализации [3].

Начало шестому технологическому укладу положил 2010 год, с которым связывают бурное развитие nano- и биотехнологий, наноэнергетики, молекулярной, клеточной и ядерной технологий. В промышленном секторе экономики в этот период особый акцент делается на снижение материалоемкости и энергоемкости, энергосбережение, удешевление производства. Продолжительность развития шестого технологического уклада трудно предсказать из-за стремительного прогресса. Ученые прогнозируют его продолжительность примерно до 2060 года.

Стратегия инновационного развития Республики Беларусь, предусмотренная государственной программой, заключается в синтезе технологий V и VI технологических укладов и индустриально-инновационного развития традиционных секторов экономики. При этом, в одних секторах предстоит реализация стратегии лидерства на основе собственных разработок и инноваций, а в других – «догоняющее» развитие при активном заимствовании передовых зарубежных технологий и институтов [1, с. 3]. Основные направления инновационного развития страны согласно государственной программе представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основные направления инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы

Примечание – Составлено на основе источника [1, с. 5–8]

Потребительская кооперация – один из важнейших секторов национальной экономики, деятельность которого можно рассматривать как пример многолетнего государственно-частного партнерства. В рамках рассматриваемой программы государственно-частное партнерство должно осуществляться на основе:

- равноправного взаимодействия государства и субъектов хозяйствования частной формы собственности;
- участия субъектов хозяйствования частной формы собственности в формировании и реализации проектов и мероприятий государственной программы;
- разделения рисков инновационной деятельности, доходов и ответственности между государством и субъектами хозяйствования частной формы собственности;
- возможности передачи в соответствии с законодательством субъектам хозяйствования частной формы собственности имущественных прав на результаты интеллектуальной деятельности для их последующей коммерциализации.

С учетом содержания государственной программы Правлением Белкоопсоюза была принята Концепция развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы, определившая приоритетные направления инновационного развития системы (рисунок 3).

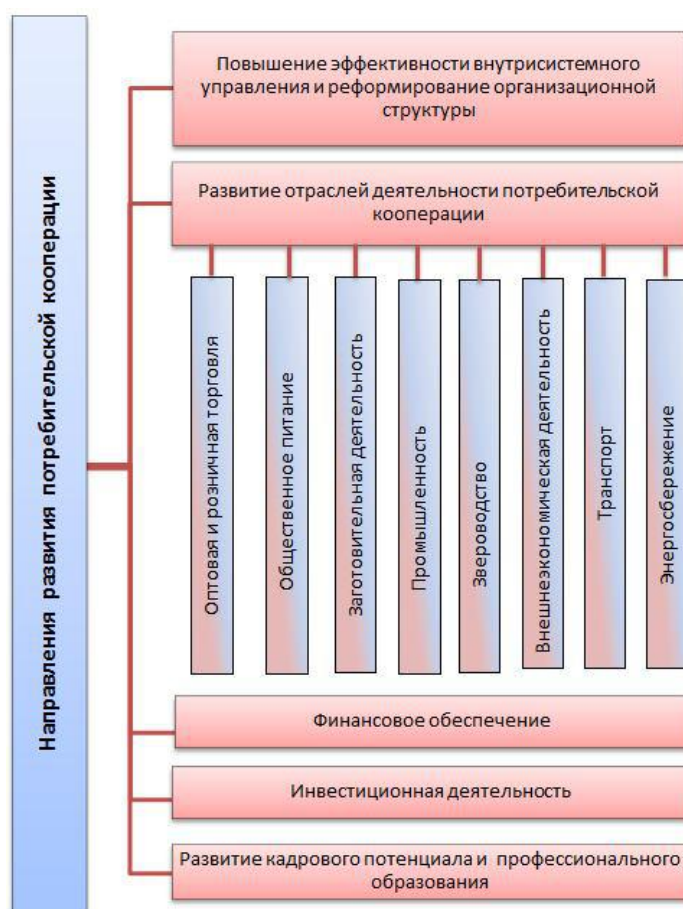


Рисунок 3 – Направления инновационного развития системы потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы

Примечание – Составлено на основе источника [4, с. 5–14].

В обобщенном виде задачами потребительской кооперации Беларуси на обозначенный период являются:

- повышение финансовой устойчивости системы потребительской кооперации, в том числе за счет проведения структурных преобразований;
- повышение конкурентоспособности потребительской кооперации за счет сбалансированного развития всех отраслей деятельности с приоритетным выделением наиболее востребованных, сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения;

- совершенствование материально-технической базы в соответствии с требованиями рынка, освоение современных технологий во всех отраслях деятельности.

Система потребительской кооперации Беларуси переживает не самые лучшие времена, однако она не стоит на месте. В настоящее время это самая большая в стране розничная сеть, насчитывающая свыше 8 тысяч торговых объектов и более 700 автолавок, выполняющих огромную социальную миссию по обслуживанию 35% населения страны преимущественно в сельской местности, обеспечивая занятость более 65 тысяч населения. По итогам 2017 года объем продаж составил порядка 3,5 млрд р., из которых почти на 1,5 млрд долл. США продано товаров отечественного производства. Совокупный объем деятельности системы Белкоопсоюза за 2017 год составил 3 387 млн р., а объем полученной чистой прибыли – 2,1 млн р. [5].

Темп роста товарооборота в сфере общественного питания белорусских кооператоров составил в 2016 году 102,9% при аналогичном показателе в среднем по стране 96,8%. Каждый десятый объект общественного питания в Беларуси принадлежит потребительской кооперации. Самостоятельно производя продукцию (в системе функционирует порядка 400 предприятий и цехов), Белкоопсоюз осуществляет экспортные поставки в 20 зарубежных стран и 54 региона Российской Федерации. За первые пять месяцев 2017 года рост экспорта составил к аналогичному периоду 2016 года 113,2% при положительном сальдо внешней торговли 10 млн долл. США. В 2,6 раза возрос экспорт пушнины [5].

Потребительская кооперация Беларуси постоянно развивается. За последние годы системой сделано достаточно много, и в большинстве случаев торговые объекты потребкооперации – это современные просторные торговые залы, широкий ассортимент товаров и сопутствующих услуг, высокая культура обслуживания. Однако существует еще много и нерешенных проблем, а также появляются новые, выдвигаемые объективной реальностью, задачи. Тот факт, что доля розничного товарооборота потребкооперации в настоящее время составляет всего около 7%, имеют место трудности в расчетах с поставщиками, нередки случаи нарушения сроков реализации товаров и нарекания со стороны контролирующих органов на их качество – все это свидетельствует о необходимости пересмотра существующих форм организации и менеджмента [6].

Если проанализировать утвержденные стратегией инновационного развития потребительской кооперации Беларуси индикативные показатели, то становится очевидным, что она рассчитывает на постепенную положительную динамику основных показателей. Наиболее ощутимые результаты ожидаются в сфере заготовок: в 2020 году прирост объема закупок сельскохозяйственной продукции и сырья должен составить 9,9% по отношению к 2015 году [4, с. 20]. Заготовительная отрасль является основным конкурентным преимуществом системы, и извлечение как можно большей выгоды от этой деятельности – грамотное стратегическое решение кооператоров. После заготовок к 2020 году наибольшие результаты ожидаются в розничной торговле: по отношению к 2015 году предусмотрено увеличение розничного товарооборота почти на 7%.

О более конкретных результатах в каждой отрасли речь должна идти, исходя из результатов отдельного масштабного исследования, но очевидно, что успехи отраслевой реализации намеченных инноваций всецело будут зависеть от кадрового обеспечения системы и его качественного уровня.

В то же время, несмотря на важность образовательной деятельности, в стратегии не определены никакие индикативные показатели относительно кадрового потенциала и профессионального образования. Если рассматривать Концепцию развития потребительской кооперации Беларуси на 2016–2020 годы как своего рода стратегический программный документ, то обозначение приоритетных задач в этой сфере должно было бы подтверждаться конкретными числовыми показателями, что соответствует принципу измеримости достижения прогнозных показателей, имеет конкретное содержание и соответствует модели SMART-планирования. Образовательная сфера в данном документе обозначена не как отдельный вид деятельности, а как одна из обеспечивающих задач функционирования системы потребительской кооперации, что, по мнению авторов, является не совсем правильным. Отсутствие в приложении 2 Концепции мероприятий по развитию профессионального образования и кадрового потенциала, наряду с мероприятиями по развитию отраслей деятельности потребительской кооперации, является тому подтверждением.

В связи с этим представляется целесообразным проанализировать опыт Российской Федерации, где Центральным союзом потребительских обществ России разработан аналогичный документ – Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017–2021 годы [7, с. 59–63]. В паспорте данной концепции образовательная деятельность выделена как отдельная отрасль системы потребкооперации России, наряду с торговой и внешнеторговой, заготовительной деятельностью и переработкой, общественным питанием и услугами. В российском кооперативном обра-

зовании сегодня существуют проблемы финансирования, отбора и формирования качественного контингента студентов, привлечения высоко квалифицированных преподавательских кадров с реальным опытом работы в бизнесе, использования передовых образовательных технологий и др. Нельзя предложить рынку труда качественный продукт в виде молодого специалиста, не обучив его всем технологиям и программным продуктам, используемым на практике. Их незнание резко обесценивает специалиста, снижает его конкурентоспособность, вызывает недовольство работодателя, способствует формированию в общественной среде соответствующего мнения об уровне подготовки в учреждении образования.

Существует и проблема практической подготовки. Зачастую прохождение производственной практики носит формальный характер и не приносит должного эффекта из-за недостаточности отвечающих современным требованиям баз прохождения практики студентами, отсутствия должной дисциплины и понимания со стороны обучающихся в необходимости практического обучения на конкретном рабочем месте, отсутствия заинтересованности руководителей на рабочих местах в результатах практической подготовки студентов. Эти проблемы носят общий характер для рынка образовательных услуг, включая кооперативное образование, и являются характерными и для Беларуси.

И все же, кооперативное образование России, функционируя в рамках общероссийской государственной образовательной системы, успешно использует административно-управленческие свободы и свои ресурсные возможности для реализации стратегии роста образовательной деятельности. Некоторыми кооперативными учреждениями высшего образования разработан целый комплекс стимулирующих мероприятий по привлечению абитуриентов и недопущению снижения объемов деятельности. Примерами таких мероприятий могут быть заключенные договоры с так называемыми «учебными заведениями-партнерами», выпускники которых, поступая в российские кооперативные вузы, могут претендовать на скидку в размере 10% от стоимости обучения [8]. На такую же скидку могут претендовать абитуриенты, являющиеся выпускниками учреждений среднего и начального профессионального образования, относящихся к системе потребительской кооперации, а также прошедшие службу в Вооруженных силах Российской Федерации. Скидка в размере 15% предоставляется абитуриентам, члены семей которых на момент их поступления в кооперативный вуз являются работниками системы потребительской кооперации или окончили кооперативный вуз.

Рассматривая образование как один из видов деятельности, Центросоюз конкретизировал необходимые действия по реализации намеченных мероприятий, многие из которых носят инновационный характер. Особого внимания заслуживает российский опыт концептуального подхода к интеграции образовательных организаций потребительской кооперации в федеральные и региональные программы и продвижение отраслевой системы в качестве сетевого центра развития предпринимательского образования в России. Допуск этих организаций к конкурсам на получение контрольных цифр приема за счет средств государственного и регионального бюджетов поставит образовательные кооперативные учреждения в равные конкурентные условия с другими аналогичными учреждениями. По большому счету, дело не столько в формальном признании и выделении образования в качестве отдельного вида деятельности потребительской кооперации, сколько в стремлении к практической реализации системных и образовательных инноваций, что, безусловно, будет должным образом оценено на рынке труда и укрепит конкурентные позиции всей системы. Сегодня российская система кооперативного образования – это два вуза с филиальной сетью и 48 отраслевых учреждений среднего профессионального образования, в которых обучается почти 60 тыс. человек. Число штатных преподавателей в них составляет около 6 тысяч, из которых 200 – доктора наук и более 1 200 – кандидаты.

Еще одним примером может служить оперативное реагирование для осуществления подготовки специалистов по востребованным и актуальным на рынке труда специальностям, например «Экономическая безопасность». В рамках данной специальности приобретаются профессиональные компетенции для таких практических сфер деятельности, как проектно-экономическая и расчетно-экономическая, правоохранительная и контрольно-ревизионная, информационно-аналитическая, экспертно-консультационная, организационно-управленческая и научно-исследовательская деятельность в указанных направлениях.

Описанные выше примеры отражают реакцию российских кооперативных учреждений образования на современную ситуацию и заслуживают внимания. Однако бесспорным является и то, что требуется интенсификация образовательного процесса, более высокая квалификация преподавательских кадров, тесная связь образовательных учреждений с бизнес-средой и совместная с ней разработка образовательных программ с четкой конкретизацией профессиональных компетенций.

Осуществление постоянного мониторинга рынка труда и мгновенное реагирование на его запросы – важнейшая задача кооперативных учреждений образования.

В таблице представлена систематизация основных мероприятий по стратегическому развитию образовательной сферы в системе Центросоюза Российской Федерации на основе утвержденной на 2017–2021 годы Концепции развития системы потребительской кооперации.

Организационные мероприятия в сфере образовательной деятельности системы потребкооперации Российской Федерации на 2017–2021 годы

Основные мероприятия	Необходимые действия
1. Управление изменениями образовательных моделей кооперативных ссузов и вузов в интересах развития организаций малого и среднего бизнеса, потребительской кооперации, региональных работодателей	<p>1.1. Разработка и внедрение модели Университета прикладных наук и предпринимательских компетенций: формирование объединенной команды развития университетского образования Центросоюза России; выработка модели санации и модернизации филиалов вузов; выработка модели работы с контрольными цифрами приема, финансируемыми за счет госбюджетных средств, и мотивационной поддержки филиальной сети; выработка моделей и синхронизация процессов бизнес-моделирования, продуктного развития, организации прикладного образовательного процесса, его инфраструктурного обеспечения, изменения структуры персонала, сетевого продвижения услуг и продуктов; запуск системного экспертного мониторинга в целях экспертного диалога и развития проектных команд филиальной сети вузов потребкооперации; подготовка и реализация системного плана управления изменениями</p> <p>1.2. Формирование и апробация модели сетевого центра предпринимательских компетенций на базе образовательных организаций среднего и высшего образования потребительской кооперации</p>
2. Управление опережающей разработкой и тиражированием конкурентоспособных образовательных продуктов, программ, услуг в системе учебных заведений потребкооперации	<p>2.1. Создание отраслевой инфраструктуры разработки продукта – экспертного сообщества развития предпринимательского кооперативного образования</p> <p>2.2. Выведение на рынок инновационных образовательных услуг для приоритетных клиентских групп с интеграцией в госпрограммы: «Проектное управление потребителем обществом: от бизнес-моделирования до масштабирования и организации экспортно-ориентированной деятельности» для освоения руководителями, членами кадрового резерва кооперативного движения и предпринимателями эффективных технологий управления жизненным циклом продукта, организации; программы сетевой прикладной магистратуры «Управление кооперативным предпринимательством» в качестве платформы социально-карьерного лифта для талантливой молодежи системы потребкооперации и подготовка нового поколения эффективных организаторов и управленцев; модульной программы прикладного обучения «Управление проектами и рисками в сферах традиционного/инновационного предпринимательства» для обучающихся по программам высшего образования (ВО); модульной программы «Организация предпринимательства и кооперативного дела» для обучающихся по программам среднего профессионального образования (СПО)</p>
3. Управление публичным качеством и эффективностью СПО и ВО потребительской кооперации на основе федеральных и международных стандартов	<p>3.1. Отраслевой мониторинг качества и эффективности образовательных организаций потребительской кооперации в качестве инструмента защиты при участии в ежегодных федеральных мониторингах</p> <p>3.2. Синхронизация основных образовательных программ СПО и ВО в отраслевой системе ссуз-вуз</p> <p>3.3. Отбор и поддержка центров преимуществ и компетенций в отраслевой системе образования</p> <p>3.4. Внедрение стандартов прикладного, проектного обучения и WSI (WorldSkills International) в образовательный процесс ссузов-вузов</p> <p>3.5. Обеспечение участия ссузов-вузов системы в признанных профессиональных состязаниях на основе стандартов WS</p> <p>3.6. Расширение территории действия Национального чемпионата профессий и предпринимательских идей «Карьера в России», созданного отраслевыми ссузами в системе требований АСИ, Чемпионата WorldSkills Russia</p>
4. Управление кадровым и технологическим обновлением учреждений образования потребкооперации	<p>4.1. Организация массового квалификационного и технологического переобучения групп персонала системы: руководителей потребительских общество-кооперативов; руководителей образовательных организаций; преподавателей предпринимательского обучения</p>
5. Управление интеграцией образовательных организаций потребкооперации в федеральные и региональные программы. Продвижение системы в качестве сетевого центра развития образования в России	<p>5.1. Проведение переговоров о включении представителей системы потребкооперации и отраслевого образования в систему консультационных органов, объединений, советов, программ при федеральных, региональных органах законодательной и исполнительной власти</p> <p>5.2. Мониторинг допуска образовательных организаций потребительской кооперации к конкурсам на получение контрольных цифр приема за счет средств государственного и регионального бюджетов</p>

Возвращаясь к пятому и шестому технологическим укладам и Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, следует отметить непосредственную причастность к ним потребительской кооперации Беларуси и образовательной деятельности, в частности. Представленные на рисунке 3 направления инновационного развития потребительской кооперации Республики Беларусь отвечают государственной программе, однако о конкретных инновациях по каждому виду деятельности речь должна идти в рамках отдельного масштабного исследования. Это же касается и потребительской кооперации Российской Федерации, хотя организационные мероприятия в сфере образовательной деятельности системы потребительской кооперации России на период до 2021 года (таблица) заслуживают пристального внимания.

Основным направлением совершенствования кооперативного образования, как в России, так и в Беларуси, должно стать оперативное реагирование на запросы рынка труда и своевременное изменение с учетом его запросов содержания образовательных программ и применения самых передовых образовательных технологий. Поскольку любая деятельность в рамках шестого технологического уклада предусматривает энерго- и ресурсосбережение, а производственная деятельность непосредственно связана со снижением материалоемкости и удешевлением продукции – все образовательные программы кооперативных учреждений образования должны ориентировать именно на такой подход.

Именно через профессиональное образование, в том числе переподготовку и повышение квалификации, возможно внедрить инновационные идеи и предложить инструменты их реализации. Практический менеджмент, в данном случае, выступает не второстепенным фактором, а скорее локомотивом на пути превращения инновационных идей в реальные продукты, и системное и комплексное взаимодействие образовательной и других видов деятельности потребительской кооперации должны постоянно находиться в центре внимания высшего руководства системы и руководителей функционального уровня.

Заключение

Научно-теоретическое исследование стратегического курса белорусской потребкооперации и его соответствия Стратегии инновационного развития Республики Беларусь на период до 2020 года позволило сделать вывод, что развитие системы потребкооперации носит поступательный характер и осуществляется на основе инновационных подходов к организации всех отраслей деятельности.

Многоотраслевой характер деятельности потребительской кооперации позволяет осуществлять ее с учетом основных черт пятого и шестого технологических укладов и вносить свой вклад в инновационное развитие всей страны, что отражено в стратегическом программном документе – Концепции развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2016–2020 годы.

Анализ концепции и ее сравнение с аналогичным документом Российской Федерации свидетельствует о разной степени детализации практических шагов при реализации концептуальных решений, наличии некоторых расхождений в подходах к роли и возможностям кооперативного образования в деятельности системы. В Российской Федерации, по мнению авторов, демонстрируется стратегический подход на более длительную перспективу и равнозначный относительно остальных видов деятельности системы. Имеет место отражение курса на более тесное сотрудничество российского кооперативного образования с государством и бизнесом.

Кооперативное образование Беларуси имеет схожие с российским образованием черты, подходы и проблемы, но отличается по известным причинам их масштабами. Кооперативное образование отражает стратегические государственные подходы к системе образования, является носителем ее ценностей и практически участвует в реализации общегосударственного курса развития, включая инновационный.

В перспективе является целесообразным повышение роли и статуса сферы образования в реализации разного рода инноваций в практике деятельности организаций различных отраслей потребительской кооперации Беларуси. Заслуживает внимания российский опыт курса на оказание потребительской кооперацией в тесном сотрудничестве с министерством здравоохранения услуг по оздоровлению и рекреации, а также популяризация системы потребительской кооперации в обществе.

В результате анализа российского опыта кооперативного образования, фактических результатов и перспективных тенденций развития потребительской кооперации Беларуси, должны быть реализованы основные направления ее ускоренного развития на основе организационно-управленческих, технологических и маркетинговых инноваций. Каждое из указанных направлений требует детальной и конкретной проработки, экономического обоснования ожидаемых результатов. В качестве основы для успешного развития всей системы потребительской кооперации следует рассматривать кооперативное образование.

Список использованной литературы

1. **О Государственной** программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 // Нац. правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pravo.by/upload/docs/op/r31700031_1486414800.pdf. – Дата доступа : 01.02.2018.
2. **Шесть** технологических укладов. Инфографика о технологических укладах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forumtechnoprom.com/page/121>. – Дата доступа : 01.02.2018.
3. **Технопром.** V Международный форум технологического развития. Итоги форума. 20–22 июня 2017 г., г. Новосибирск [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://forumtechnoprom.com/data/files/Tehnoprom_08-2017_215x265_Block-rus&engl2.pdf. – Дата доступа : 01.02.2018.
4. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 № 47 / Белкоопсоюз [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bks.gov.by/Document/programma%202016-2020.pdf>. – Дата доступа : 05.02.2018.
5. **Иванов, В.** 100-летний юбилей белорусской кооперации / В. Иванов // Научно-практический журнал «Директор». – 2017. – № 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://director.by/zhurnal/arkhiv-zhurnala/arkhiv-nomerov-2017/375-7-2017-iyul-2017/5437-100-letnij-yubilej-belorusskoj-kooperatsii>. – Дата доступа : 05.02.2018.
6. **Минторг:** магазины Белкоопсоюза на селе могут закрыться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belnovosti.by/incidents/46278-210420162340.html>. – Дата доступа : 02.02.2018.
7. **Концепция** развития системы потребительской кооперации на 2017–2021 годы : утв. постановлением Совета Центросоюза Российской Федерации от 14 сент. 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://igcoop.ru/images/docs/Концепция_развития_потребкооперации_на_2017-2021.pd. – Дата доступа : 05.02.2018.
8. **Дудукалова, Г. Н.** Кооперативное образование – качественное образование / Г. Н. Дудукалова // Комсомольская правда. – 2015. – 13 авг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.volgograd.kp.ru/daily/26419.4/3292515/>. – Дата доступа : 15.03.2018.

Получено 28.02.2018.

Сыцко В. Е.,

доктор технических наук, профессор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Багрянцева Е. П.,

кандидат технических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Тенденции в теории и практике подготовки современного товароведа..... 89

Статья посвящена актуальным проблемам в области современного товароведения, задачам и функции в области товароведения. Выявлены факторы, обуславливающие непрерывное совершенствование подготовки товароведов и значительное расширение сферы их деятельности. Показаны направления развития товароведения на современном этапе.

Ключевые слова: товар; торговля; товаровед; товароведение; ассортимент; рынок; потребитель; спрос; качество.

Введение

Товароведение как наука развивается с XVI века. К его развитию причастны многие ученые: М. Я. Киттары, П. П. Петров, А. В. Новицкий, Я. Я. Никитинский. Эти ученые своими работами укрепили позиции товароведения и создали высшую торговую школу.

В начале XX века значительную роль в развитии товароведения сыграли профессора Ф. В. Цереветинов, В. С. Смирнов, Н. А. Архангельский, М. С. Бродский, М. П. Варакин, Н. А. Классен, Д. А. Андрусевич и другие, которые подготовили и издали учебники для товароведных факультетов высших учебных заведений. Неоценимый вклад в развитие современного товароведения внесли такие ученые, как В. П. Склянный, Б. Д. Семак, Г. Ф. Пугачевский, А. Н. Неверов, Ф. А. Петрище, Д. И. Брозовский, М. А. Николаева, Ш. К. Ганцов, В. И. Криштафович, Л. Г. Елисеева,

С. Н. Ильин, В. В. Садовский, Ф. Х. Малека и многие другие, разработавшие теорию товароведения, ее методологические основы и системы классификации товарной продукции и качества.

Планово-административный подход в решении социально-экономических проблем отразился и на развитии товароведения. Это подтверждается структурой учебников по товароведению, изданных в 50–70 годы XX века и содержащих информацию о технологии и влиянии особенностей производства на свойства продукции, классификацию и характеристику ассортимента товаров.

В период рыночной экономики необходимо пересмотреть новые концепции и тенденции в теории и практике современного товароведения.

Главным объектом труда в торговле является товар, производство которого непрерывно изменяется ввиду внедрения на промышленных предприятиях новых технологий, создание товаров с заданными потребительскими свойствами в соответствии с потребностями. Известно, что товароведение представляет собой науку об управлении товарами как предметами потребления в системе «Потребитель – Товар – Среда». Товароведение является комплексной дисциплиной, предметом которой является потребительная стоимость товаров. Целью товароведения как науки в управлении товарами является установление закономерностей формирования, изменения и проявления потребительной стоимости, качества и ассортимента товаров как предметов потребления в системе «Потребитель – Товар – Среда».

В Республике Беларусь осуществляется подготовка товароведов по специальности 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» (квалификация «товаровед-экономист»), 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» (квалификация «товаровед-эксперт»), а также широко распространена практика устройства на должность товароведа специалистов, обучающихся по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (квалификация «экономист»). Однако, изучив образовательные стандарты высшего образования Республики Беларусь по указанным специальностям [1–3], следует отметить, что такая практика не совсем оправдана. Анализ объектов, видов и задач профессиональной деятельности этих специалистов и требований, предъявляемых к их профессиональным компетенциям в соответствии с образовательными стандартами (таблица), показал, что обучающиеся по специальности «Коммерческая деятельность» являются специалистами, в первую очередь, в организационно-управленческой и коммерческой сферах деятельности и объектами их профессиональной деятельности являются процессы и операции (управленческие, коммерческие, организационные, аналитические и др.), а не потребительские товары и процессы их закупок, производства, контроля качества, товародвижения, эксплуатации и утилизации, которые являются объектами профессиональной деятельности товароведов. Основными задачами коммерческого работника как экономиста, являются организация торгово-технологических процессов, проведение анализа экономической деятельности организаций, эффективное управление ресурсами, осуществление коммерческой деятельности по закупкам и реализации товаров в сфере товарного обращения, исследование и мониторинг отраслевого рынка и др. Можно предположить, что, руководствуясь этими аспектами, в проекте нового Общегосударственного классификатора Республики Беларусь «Специальности и квалификации» для обучающихся по специальности, аналогичной специальности «Коммерческая деятельность», в рекомендуемый перечень первичных должностей служащих по ОКРБ 006 не включена должность товароведа.

Развитие рыночных отношений, предпринимательства, установление новых отношений в системе «производство – торговля – потребление», активизация внешнеэкономической деятельности Беларуси и Белкоопсоюза и связанное с этим активное заполнение рынка отечественными и импортными товарами, конкурентная борьба между производителями за рынки сбыта и потребителей своей продукции обуславливают значительное расширение сферы деятельности специалиста-товароведа.

Главным объектом труда в торговле является товар, производство которого непрерывно изменяется ввиду внедрения на промышленных предприятиях новых технологий, создания товаров с заданными потребительскими свойствами в соответствии с потребностями. Вместе с тем, из одного и того же сырья и материалов промышленность имеет возможность изготовить товары, в различной степени удовлетворяющие потребности потребителей.

Объекты, виды и задачи профессиональной деятельности специалистов в соответствии с образовательными стандартами высшего образования Республики Беларусь

Специальность	1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»	1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство»	1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»
Квалификация	Товаровед-эксперт	Товаровед-экономист	Экономист
Объекты профессиональной деятельности специалиста	Потребительские товары. Процессы выявления потребностей в товарах, их разработки, закупок, производства, контроля качества, товародвижения, эксплуатации и утилизации. Различные виды услуг. Системы менеджмента, обеспечивающие качество и безопасность продукции. Технические нормативные правовые акты в области технического нормирования и методов испытаний		Процессы и операции: управленческие, коммерческие, организационные, маркетинговые, прогностические, аналитические
Виды деятельности	Товароведно-экспертная. Производственно технологическая. Организационно-управленческая	Товароведная. Коммерческая. Организационно управленческая	Организационно-управленческая. Коммерческая. Научно-исследовательская
Задачи деятельности	Оценка и подтверждение соответствия качества и безопасности товаров. Контроль факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров. Управление ассортиментом и качеством товаров. Организационно-управленческая деятельность по закупке, хранению и реализации товаров в сфере торговли, производства	Организационно-управленческая деятельность по закупке, хранению и реализации товаров в сфере торговли, производства. Формирование и управление ассортиментом. Контроль за соблюдением требований к упаковке, маркировке, условиям и срокам хранения	Организация торгово-технологических процессов. Проведение анализа экономической деятельности организаций. Эффективное управление ресурсами. Осуществление коммерческой деятельности по закупкам и реализации товаров в сфере товарного обращения. Исследование и мониторинг отраслевого рынка
Практика производственная	Технологическая. Товароведная. Преддипломная	Коммерческая. Товароведная. Преддипломная	Организационно-технологическая. Коммерческая. Преддипломная
Примечание – Таблица составлена на основании источников [1–3].			

Для того чтобы торгующие организации могли влиять на производство, необходимо знать потребности, запросы потребителя с учетом набора и уровня потребительских свойств товара. Все это обуславливает непрерывное совершенствование подготовки товароведов.

Переход к рыночной экономике позволил насытить рынок товарами отечественного и импортного производства. В связи с этим возникла проблема сбыта товаров на предприятиях изготовителей и реализации в розничной торговле. Интенсификация коммерческих усилий по сбыту товаров потребовала не только выявления потребностей, но и средств их оптимального удовлетворения – товаров и услуг, наилучшим образом удовлетворяющих эти потребности. Потребительная ценность товаров, характеризуемая их основополагающими характеристиками, в значительной мере определяет потребительские предпочтения и способствует увеличению продаж.

Как известно, деятельность в области товароведения должна выполнять восемь функций: аналитическую, ориентационную, прогностическую, информационную, инновационную, моделирующую, систематизирующую, оптимизирующую. Так, например, аналитическая функция товароведов связана с изучением конъюнктуры рынка и спроса, сравнительной оценкой качества и конкурентоспособности отечественных и импортных товаров, предлагаемых поставщиками,купаемых, а затем реализуемых потребителю. Информационную функцию товаровед выполняет как носитель информации об основополагающих характеристиках товара и, в первую очередь, о качестве и конкурентоспособности и др.

Определение приоритета сбыта над производством вызывает необходимость осуществления товароведом ряда новых функций: технологической, организационной, управленческой и экономической. *Технологическая функция* товароведа связана с обеспечением товародвижения и реализацией технологических мер по предотвращению или сокращению товарных потерь, доведением товаров до потребителя. *Организационная функция* обусловлена необходимостью составления заказов, формирования ассортимента, организации контроля за приемкой товаров по качеству, условиям и сроками их хранения, подготовки к продаже и реализации, а также предъявления претензий поставщику и рассмотрения претензий покупателей. *Управленческая функция* обусловлена необходимостью участия товароведа в управлении качеством при приемке, транспортировании,

хранении, подготовке к продаже и реализации. *Экономическая функция* предусматривает изучение издержек обращения, товарооборачиваемости и ценообразования.

Важным направлением развития товароведения является сравнительная комплексная оценка новых и серийно выпускаемых товаров, выявление их достоинств и недостатков, что необходимо для определения конкурентоспособности товаров при внутривидовой и межфирменной конкуренции, а также обеспечение информационной поддержки для создания и поддержания потребительских предпочтений.

Задачи, которые должны решаться товароведом в период рыночной экономики, следующие:

- исследование процессов потребления и реальных потребностей граждан;
- изучение потребительских свойств отечественных и импортных товаров;
- исследование качественных и количественных сторон товаров как предметов потребления;
- оценка потребительских свойств, качества и уровня конкурентоспособности;
- проведение потребительской экспертизы товаров народного потребления;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков своевременного выявления подделок и установление подлинности товаров (идентификация и фальсификация);
- исследование проблем, связанных с сохранностью товаров, их упаковкой, маркировкой и транспортированием.

В условиях практической действительности товаровед принимает непосредственное участие в формировании товароведной, ценовой и сбытовой политики торгового предприятия, в организации обратной связи с покупателями и производителями товаров.

Качественное высшее образование является залогом успеха любого государства. В условиях новых социально-экономических отношений изменяются роль и функции специалистов и требования к ним. На наш взгляд, для повышения качества подготовки товароведов необходимо решить следующие актуальные проблемы в области современного товароведения:

- Назрела необходимость создания Международной Ассоциации товароведов стран СНГ для решения актуальных проблем в товароведении.

- Изучать рынок товаров и его категории: потребительскую стоимость, теории предельной полезности, теории ценности и цен и др. Проведение мониторинга рынка труда, развитие связей с работодателями.

- Назрела необходимость подготовки товароведов по специализациям товарных групп или категориям товаров. В западных странах выделяется такое понятие в товароведении, как категориальный менеджмент.

- Разработать перечень новых товароведных дисциплин для подготовки высококвалифицированных специалистов. Например, «Потребительская оценка товаров», «Информационное обеспечение товаров», «Качество и конкурентоспособность» и др. Необходимо подготовить учебники по современным методам оценки ассортимента, качества и конкурентоспособности товаров.

- На выпускающих кафедрах по подготовке товароведов необходимы лаборатории, оснащенные современным оборудованием, предназначенным для экспертизы товаров. Внедрять в учебный процесс активные методы обучения: конкретные ситуации, экскурсии на предприятия, дискуссии; учебные кроссворды кейс-методы, деловые игры, способствующие развитию гибкости мышления, делового общения, творческого подхода, умения мыслить системно. Активизация самостоятельной работы студентов (СРС) и разработка учебно-методических пособий для правильного и эффективного планирования и организации СРС.

- Организация филиалов кафедр на предприятиях торговли, в торгово-промышленных палатах с целью повышения профессиональной подготовки и как базы прохождения производственных практик.

- Развитие интеграции науки и образования, объединение научных исследований и образовательных программ в целостную систему, развитие студенческой научно-исследовательской работы в период учебы.

Заключение

Решение актуальных проблем в теории и практике современного товароведения – исследование процессов потребления и реальных потребностей граждан по всем товарным группам с учетом эволюции потребностей и потребления, совершенствование содержания товароведных дисциплин с учетом требований рынка, учебно-методического и дидактического обеспечения учебного процесса на основе внедрения современных информационных и коммуникационных технологий, форм связи науки, образования и производства, учебно-методического механизма подготовки кад-

ров, углубление практической составляющей процесса обучения – позволят осуществлять подготовку современного специалиста-товароведа для сферы рыночной торговли и производства, востребованного на рынке труда.

Список использованной литературы

1. **Образовательный** стандарт высшего образования. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-25 01 14 Товароведение и торговое предпринимательство. Квалификация товаровед-экономист : ОСВО 1-25 01 14-2013. – Введ. 30.08.13. – Минск : М-во образования Респ. Беларусь, 2013. – 24 с.

2. **Образовательный** стандарт высшего образования. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-25 01 09 Товароведение и экспертиза товаров. Квалификация товаровед-эксперт : ОСВО 1-25 01 09-2013. – Введ. 30.08.13. – Минск : М-во образования Респ. Беларусь, 2013. – 21 с.

3. **Образовательный** стандарт высшего образования. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность. Квалификация экономист : ОСВО 1-25 01 10-2013. – Введ. 30.08.13. – Минск : М-во образования Респ. Беларусь, 2013. – 21 с.

Получено 28.02.2018.

Еськова О. И.,

кандидат технических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Новые возможности ИТ-образования в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации 93

В статье рассматриваются перспективы обучения электронному бизнесу в Беларуси и за рубежом, обсуждаются вопросы организации учебного процесса и анализируются учебные планы специальности «Экономика электронного бизнеса».

Ключевые слова: электронный бизнес; ИТ-образование; экономист-программист; специальность; учебный план; трудоустройство выпускников.

Введение

ИТ-сфера является одной из самых динамично развивающихся отраслей в Беларуси. Об этом свидетельствует и постоянно растущее количество ИТ-компаний, и средний уровень зарплат специалистов (который почти в четыре раза больше официальной средней зарплаты по стране), и постоянное наличие множества открытых вакансий.

При этом спектр различных направлений в ИТ-сфере настолько широк, что просто понятие «программист» становится весьма размытым. Так, программирование микропроцессоров существенно отличается от программирования информационных систем предприятий или от web-программирования.

Поэтому для молодого человека, выбирающего направление своего образования, весьма актуален вопрос о том, какая именно область ИТ будет востребована в будущем, когда сегодняшние абитуриенты выйдут на рынок труда и окажутся на пике своего профессионального развития.

Большинство специалистов [1] среди наиболее перспективных называют проекты в сфере финансовых сервисов и информационной безопасности, электронную коммерцию (на смену популярным интернет-магазинам приходят крупные маркетплейсы), автоматизацию здравоохранения и «интернет вещей», индустрию игр, а также проекты в нише облачных технологий, позволяющие использовать удаленных сотрудников и безбумажный документооборот.

Таким образом, электронная коммерция является одним из самых важных направлений развития ИТ-сферы. Это также подтверждается уже существующими тенденциями роста количества и масштабов интернет-магазинов, увеличения объемов их товарооборота.

До недавнего времени в развитии электронной коммерции Беларуси существовал ряд трудностей, главным из которых было несовершенство законодательства в этой сфере. Однако Декрет

«О развитии цифровой экономики», который был подписан Президентом Республики Беларусь А. Г. Лукашенко 22 декабря 2017 года, открывает весьма многообещающие перспективы развития электронного бизнеса в нашей стране.

Экономическое сетевое пространство развивается стремительными темпами и требует подготовки соответствующих специалистов. Такие специалисты должны быть способны ориентироваться как в технологических возможностях реализации бизнеса в сети «Интернет», так и в специфических приемах создания бизнес-моделей, продвижения товаров и услуг, психологии потребителя в виртуальном пространстве и других аспектах электронной коммерции.

Поэтому в 2015 году в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации (БТЭУ ПК) была открыта новая специальность на стыке экономического и технического образования 1-28 01 01 «Экономика электронного бизнеса». Выпускники этой специальности получают квалификацию «экономист-программист».

В данной статье обсуждаются перспективы и особенности подготовки специалистов данной квалификации в БТЭУ, подробно рассматривается структура учебных планов и содержание изучаемых дисциплин.

Обучение электронному бизнесу в Беларуси и за рубежом. Электронным бизнесом называют любой вид коммерческой деятельности с использованием интернет-технологий. Это не только электронная торговля, но и маркетинг, реклама, поиск партнеров, сырьевых поставок, электронные аукционы и биржи, а также другие виды бизнес-процессов, выполняемые в рамках мировой сетевой экономики.

За рубежом обучение электронному бизнесу уже давно набирает обороты [2]. Например, компания Microsoft предлагает курс № 1588 «Создание решений в области электронной коммерции модели B2C», посвященный в основном реализации решений с использованием Microsoft Site Server Commerce Edition 3.0 и технологии Pipeline. Аналогичный курс посвящен созданию решений в области электронной коммерции модели B2B с применением технологий и продуктов Microsoft.

В IBM существует целое направление обучения, посвященное электронному бизнесу, которое включает как общие (концептуальные) курсы, так и техническое обучение по платформам IBM для электронного бизнеса. Учебные курсы первого вида готовят к сдаче сертификационного экзамена, после которого слушатель получает звание IBM Certified for e-business – Solution Advisor. Прослушав определенный набор технических курсов, можно получить звания IBM Certified for e-business – Solution Designer или Solution Technologist.

За рубежом весьма популярен независимый сертификационный центр CIW [3], который фактически стал образовательным стандартом, принятым академическими учреждениями, правительствами и компаниями по всему миру. Основное направление CIW – сертификация навыков работы в Интернете, включая веб-дизайн, разработку, безопасность, администрирование, создание сетей и баз данных.

Одним из выдаваемых сертификатов CIW в серии Web and Mobile Design является курс E-Commerce Services Specialist. В рамках этого курса студенты изучают, как разрабатывать и применять сайты электронной коммерции, определять нужды покупателя и его шаблоны поведения, обрабатывать заказы и осуществлять послепродажное обслуживание, как определить, какие коммерческие решения увеличат продажи и т. п. Особое внимание уделяется технологиям проведения платежей с использованием Secure Electronic Transactions (SET), криптографическим стандартам, сервисам, аналогичным VeriSign и Cyber Cash.

Что касается нашей страны, то специалистов в области электронного бизнеса готовят в БГУИР и БТЭУ (специальность «Экономика электронного бизнеса»), также в Гродненском государственном университете (специальность «Электронный маркетинг», которая также имеется в БГУИР). Обе специальности достаточно молодые. В БГУИР они открыты с 2013 года, а в Гродно только в 2017 году.

Организация учебного процесса для специальности «Экономика электронного бизнеса» в БТЭУ ПК. Основной набор дисциплин по специальности «Экономика электронного бизнеса» в БГУИР и БТЭУ ПК практически одинаков, поскольку соответствует официальному образовательному стандарту. Отличие имеется только в дисциплинах Совета вуза, которые позволяют образовательному учреждению реализовать ту или иную концепцию подготовки студентов. Для БТЭУ ПК этой концепцией является обеспечение наиболее широкого спектра возможностей трудоустройства выпускников.

Очевидно, что любой «классический» экономист должен быть уверенным пользователем автоматизированных информационных систем. И это прежде всего продукты компании «1С», кото-

рые в нашей стране (а также в России) де-факто стали стандартом автоматизации предприятия и организаций различного масштаба.

Весьма востребованы специалисты, способные заниматься внедрением и адаптацией этих систем. От них требуется как знание предметной области, экономической отчетности и методик экономического анализа, так и владение инструментами программирования в «1С», общими принципами алгоритмизации, основами организации баз данных и другими инструментами реализации информационных систем. Именно потребность в таких «комплексных» специалистах и породила название квалификации «экономист-программист».

Таким образом, специальность «Экономика электронного бизнеса» нацелена на подготовку специалистов по трем основным направлениям:

1. Специалист в области электронной коммерции, web-разработки и безопасности. Такой специалист будет весьма востребован в перспективе, по мере развития электронного бизнеса в нашей стране. В ближайшем же будущем он сможет трудоустроиваться в различные IT-компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения, преимущественно в сфере сетевого и web-программирования.

2. Классический экономист – пользователь информационных систем. БТЭУ ПК традиционно славится своей экономической школой. В рамках новой специальности «Экономика электронного бизнеса» студенты получают крепкие и актуальные экономические знания, которые они смогут применить на любом предприятии, занимая позиции экономиста, бизнес-аналитика, менеджера различного уровня.

3. Специалист по внедрению автоматизированных информационных систем (АИС) на предприятиях. Благодаря дополнительным курсам учреждения образования по программированию в системе «1С: Предприятие», наши выпускники получают необходимые знания, чтобы осуществлять все этапы внедрения АИС – от реинжиниринга предприятия до настройки и адаптации программных продуктов под нужды конкретной организации.

Структура учебного плана специальности «Экономика электронного бизнеса». Общая схема учебного плана специальности «Экономика электронного бизнеса» приведена на рисунке. Для наглядности каждая цепочка дисциплин выделена. Указано общее количество аудиторных часов занятий, без разбивки по видам (лекции, лабораторные и т. д.). Рассмотрим каждую группу дисциплин более подробно.

Цикл дисциплин обучения программированию начинается с изучения основ алгоритмизации и программирования. Цель данной дисциплины – развить алгоритмическое мышление студентов и познакомить их с основными структурами данных. Дисциплина ориентирована на использование языка программирования Си, поскольку большинство современных объектно-ориентированных языков программирования, которые будут изучаться студентами в дальнейшем, синтаксически являются Си-подобными языками. Таким образом, студенты привыкают к определенным синтаксическим правилам, что облегчает им процесс дальнейшего обучения. Кроме того, язык Си активно используется в тех областях программирования, где необходимы его «низкоуровневые» свойства, в частности, в разработке сетевых и игровых программ, а также драйверов устройств. В рамках дисциплины «Основы алгоритмизации и программирования» изучаются также ключевые аспекты алгоритмизации: методы сортировки и поиска, динамические структуры данных и принципы хеширования, рекурсия и др.

Дисциплина «Объектно-ориентированное программирование» знакомит студентов с принципами объектно-ориентированной разработки, которая сегодня фактически является стандартом в области промышленного программирования. Подробно изучаются понятия классов и объектов, принципы инкапсуляции, наследования и полиморфизма, разбираются особенности раннего и позднего связывания методов, понятия перегрузки и переопределения, применение интерфейсов и многие другие аспекты современного программирования.

	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Обучение технологиям программирования								
Основы алгоритмизации и программирования	68	52						
Основы объектно-ориентированного программирования			68					
Программирование сетевых приложений				64				
Системы баз данных				86				
Распределенные системы обработки информации					64	64		
Проектирование информационных систем						64	64	
Техническая подготовка в области электронного бизнеса								
Web-программирование и дизайн сайтов		64	72					
Электронный бизнес						60	60	
Экономические дисциплины								
Экономическая теория	66	70						
Экономика электронного бизнеса				104				
Экономика организации				56	40			
Экономика информационного общества					64			
Менеджмент						70	78	
Креативные технологии бизнеса							62	
Настройка и внедрение информационных систем								
Информационные системы в экономике					60	48		
Программирование в 1С							68	64
Компьютерные системы поддержки принятия решений								42

Базовые дисциплины специальности «Экономика электронного бизнеса»

Преподавание объектно-ориентированного программирования направлено на использование языка Java (в отличие от многих других учебных заведений, где используется язык C++). Такое решение принято потому, что язык Java является одним из самых популярных средств сетевого и web-программирования. На основе данного языка программирования развился мощный стек технологий разработки сетевых приложений, изучению которого посвящены ряд последующих дисциплин («Программирование сетевых приложений», «Распределенные системы разработки информации»). Тем не менее, студенты знакомятся и с другими объектно-ориентированными языками (C#, PHP, JavaScript), что позволит им в будущем адаптироваться в любом направлении разработки программ.

Завершает цикл дисциплин обучения технологиям программирования дисциплина «Проектирование информационных систем», целью которой является подготовка в области промышленной разработки программ. Учебная программа по этой дисциплине предусматривает знакомство студентов с методами и средствами командной разработки программ, тестирования и управления версиями, с планированием разработки и взаимодействием с заказчиками, а также с другими аспектами проектирования, разработки и внедрения информационных систем и сетевых приложений.

Отдельная цепочка дисциплин посвящена технологиям разработки в сфере электронного бизнеса. Большое внимание уделяется различным аспектам web-программирования и дизайна. Подробно изучаются языки разметки документов (HTML, CSS, XML и др), CMS-системы, вопросы анализа и продвижения web-сайтов, инструменты организации электронного бизнеса. По окончании обучения студенты должны быть способны создавать собственные сайты для ведения бизнеса (интернет-магазины, корпоративные порталы, маркетплейсы и другие сервисы).

Группа дисциплин, которые посвящены внедрению информационных систем на предприятиях, ориентирована в основном на использование системы «1С: Предприятие». В рамках дисциплины «Информационные системы в экономике» изучаются пользовательские аспекты этой системы, а дисциплина «Программирование в 1С» знакомит студентов с синтаксисом встроенного языка 1С 8.3 и основными приемами конфигурирования системы. Следует отметить, что квалифицированный программист в 1С должен знать не только язык программирования, но и платформу в целом, т. е. набор используемых моделей и технологий. Хорошие знания возможностей и навыки настройки приложений «1С» позволят выпускникам специальности трудоустроиться на различные предприятия Беларуси и России на позиции 1С: программиста, аналитика-проектировщика, экономиста и даже бухгалтера.

Большая группа экономических дисциплин обеспечивает качественную подготовку в области экономики и управления. Она начинается с базовой дисциплины «Экономическая теория», кото-

рую затем развивают и углубляют различные дисциплины, касающиеся экономической составляющей ведения электронного бизнеса.

Кроме дисциплин, показанных на рисунке, в обучении студентов большую роль играет математическая подготовка, включающая следующие дисциплины: «Математика» (3 семестра), «Математические методы экономических исследований» (2 семестра), «Основы дискретной математики» (1 семестр). Базовая подготовка в области информационных технологий подразумевает изучение дисциплин «Компьютерные информационные технологии», «Операционные системы», «Компьютерные сети», «Основы защиты информации».

Заключение

Таким образом, учебный план специальности «Экономика электронного бизнеса» обеспечивает сочетание качественного экономического и технического образования, а также базовой математической подготовки. Он, с одной стороны, ориентирован на современные тенденции развития IT-сферы, а с другой – позволяет расширить спектр возможностей трудоустройства выпускников.

Список использованной литературы

1. **Самые** перспективные направления в сфере IT [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://moeobrazovanie.ru/>. – Дата доступа : 05.01.2018.
2. **Где и как** учат электронному бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.i2r.ru/static/367/out_5794.shtml. – Дата доступа : 05.01.2018.
3. **CIW: Certified Internet Webmaster** [Electronic recourse]. – Mode of access : <https://www.ciwcertified.com/home>. – Date of access : 05.01.2018.

Получено 30.01.2018.

Книжные новинки

**ЛЕБЕДЕВА СВЕТЛАНА НИКОЛАЕВНА:
умелый руководитель, опытный педагог и талантливый ученый**



В июне отмечает день рождения талантливый ученый, инициативный и креативный руководитель Лебедева Светлана Николаевна – доктор экономических наук, профессор, ректор учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

Лебедева Светлана Николаевна родилась в Гомеле в семье военнослужащего. Ее отец, Лебедев Николай Григорьевич, имея звание полковника и исполняя профессиональный долг, часто вынужден был переезжать с семьей с места на место. Мама, Екатерина Ивановна, имея педагогическое образование, всемерно поддерживала мужа, следуя за ним, работая на различных должностях в местах его службы и заботясь о благополучии семьи. Именно родители Светланы Николаевны привили ей любовь к своей родине, большое трудолюбие, упорство в достижении целей и преодолении трудностей, чувство долга и ответственности, глубокую тягу к личностному развитию и открытию нового.

После успешного окончания средней школы Светлана Николаевна поступила в Гомельский кооперативный институт Центросоюза, который окончила с отличием по специальности «Экономика торговли», получив квалификацию «экономист-организатор». В период обучения в институте активно занималась научно-исследовательской работой, принимала участие в студенческих научных конференциях союзного значения, общественной и культурной жизни, была участницей самодеятельных и творческих групп. После окончания института переехала в Красноярский край, где работала в различных экономических должностях отраслей народного хозяйства. После возвращения в родной город приступила к работе в альма-матер – Гомельском кооперативном институте, посвятив трудовую деятельность науке и кооперативному образованию, пройдя путь профессионального развития от старшего лаборанта учебно-методической лаборатории до ректора университета.

Профессиональные качества Светланы Николаевны как исследователя начали формироваться в период совместной работы с доктором экономических наук, профессором, первым ректором Гомельского кооперативного института Николаем Петровичем Писаренко и кандидатом экономических наук, профессором, вторым ректором Тamarой Николаевной Сыроед. В это время она начала писать первые научные работы, определяться с направлением своих научных исследований.

В 1992 году Светлана Николаевна поступила в очную аспирантуру Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. Научным руководителем ее кандидатской диссертации на тему «Государственное регулирование оплаты труда в Республике Беларусь» стал крупный белорусский ученый, доктор экономических наук, профессор Владимир Николаевич Шимов. После успешной защиты кандидатской диссертации работала старшим преподавателем, затем доцентом кафедры экономики торговли Гомельского кооперативного института. Результаты кандидатской диссертации активно использовались в образовательном процессе, в практической деятельности субъектов хозяйствования и в качестве аналитического материала при подготовке вопросов, касающихся оплаты труда, к заседаниям Верховного Совета Республики Беларусь.

В 1997 году Светлана Николаевна возглавила вновь созданную кафедру международных экономических отношений (ныне кафедра мировой и национальной экономики). Данная кафедра являлась инновационной и была создана как ответ на расширение экспорта товаров и услуг, повышение роли внешнеэкономической деятельности в работе организаций потребительской коопера-

ции и субъектов хозяйствования различных отраслей национальной экономики Беларуси, что потребовало подготовки квалифицированных специалистов для работы с широким кругом зарубежных партнеров.

Светлана Николаевна не просто выполняла функции заведующего кафедрой, она сформировала высокопрофессиональный трудовой коллектив, принимала непосредственное участие в создании нового (зачастую уникального в Республике Беларусь) методического обеспечения учебных дисциплин кафедры. Более того, в качестве члена научно-методического совета по мировой экономике при учебно-методическом объединении по экономическому образованию приняла непосредственное участие в разработке и совершенствовании учебных планов подготовки экономистов по специальности «Мировая экономика», которая в настоящее время остается одной из самых передовых и востребованных в системе высшего экономического образования.

Профессиональной подготовке студентов и формированию у них глубоких знаний способствовали разработка, издание и использование в образовательном процессе учебников, учебных и учебно-методических пособий, подготовленных при участии Светланы Николаевны. В настоящее время она является автором более 120 учебно-методических работ, в том числе 12 учебников, учебных пособий и электронных учебно-методических комплексов с грифом Министерства образования Республики Беларусь, 16 учебников и учебных пособий, подготовленных в рамках международного сотрудничества с грифом Министерства образования и науки Украины. Ряд учебных пособий издан в России, Грузии, Молдове, Польше. Важно отметить, что такие учебные пособия, как «Экономика зарубежных стран» (2009 г.) и «Международная экономика» (2011 г.), изданы в Беларуси впервые. Многие учебники и учебные пособия с участием Лебедевой Светланы Николаевны, получив широкое признание в международной образовательной среде, неоднократно переиздавались.

Светлана Николаевна, являясь прогрессивным руководителем, значительное внимание в период управления кафедрой и в дальнейшем, возглавив университет, уделяет развитию международной деятельности. Понимая важность овладения студентами иностранными языками, она всемерно содействует широкому их привлечению к реализации международных проектов и программ. При ее содействии студенты и преподаватели принимали участие в таких проектах, как Мировой чемпионат SIFE 2003 (Германия), программы TEMPUS, программа ERASMUS MUNDUS, программа ERASMUS+, белорусско-шведские проекты (программа VISBY), программа «Life beyond tourism» (Италия), международный проект Bridge, программа студенческого обмена DAAD, краткосрочные программы академической мобильности с университетами Российской Федерации. С ее стороны студентам всегда оказывается содействие в выезде для прохождения самостоятельных стажировок в зарубежных странах.

Подобный высокопрофессиональный подход к подготовке студентов не мог не дать результат. Высокой заслугой Светланы Николаевны является тот факт, что выпускники специальности «Мировая экономика», получившие знания в области экономики и управления внешнеэкономической деятельностью, этики ведения деловых переговоров, имеющие коммуникативные навыки общения на иностранных языках, работают на руководящих должностях в различных сферах национального хозяйства, в частности, в управлениях Белкоопсоюза, в аппарате управления областных и районных потребительских союзов, в структурах Государственного таможенного комитета Республики Беларусь, в региональных органах государственного управления, крупных промышленных экспортоориентированных организациях, финансовых учреждениях, учреждениях науки и образования.

Светлана Николаевна постоянно уделяет значительное внимание работе по выявлению и отбору талантливых выпускников, привлечению их к педагогической и научно-исследовательской работе, обучению в магистратуре и аспирантуре, на основании чего осуществляется качественное обновление профессорско-преподавательского состава. Многие ее выпускники могут назвать ее «научной мамой», той, которая увидела в них ученых, дала «зеленый свет» в жизни и всемерно поддерживала.

Под научным руководством Лебедевой С. Н. защищены пять кандидатских диссертаций, в настоящее время осуществляется руководство подготовкой четырех диссертаций на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Двое из учеников Светланы Николаевны работают заведующими выпускающими кафедрами в родном университете и одна возглавляет кафедру в Белорусском государственном университете транспорта. Традиции, заложенные ею на кафедре мировой и национальной экономики, нашли свое выражение в подготовке научных кадров: только из числа выпускников специальности «Мировая экономика» подготовлено 7 кандидатов экономи-

ческих наук, трое из которых продолжают традиции высокого качества подготовки специалистов в УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

Лебедева Светлана Николаевна является видным ученым в сфере экономики труда. В 2007 году она успешно защитила докторскую диссертацию на тему «Методология и механизм регулирования оплаты труда в условиях экономической трансформации». Докторская диссертация вновь выполнялась под научным руководством доктора экономических наук, профессора Шимова Владимира Николаевича. В 2008 году Светлане Николаевне присвоено ученое звание профессора по специальности «Экономика».

Светланой Николаевной опубликовано более 160 научных работ, в том числе 7 монографий (6 в соавторстве) в области методологии и механизма регулирования оплаты труда, оценки эффективности внешнеэкономической деятельности организаций, развития агробизнеса, мировой экономики. Основными направлениями ее исследований являются проблемы совершенствования трудового потенциала и повышения эффективности его использования, разработки системы мотивации и материального стимулирования труда работников, регулирования рынка труда, устойчивого социально-экономического развития регионов, трудовой миграции и др. Научный вклад Лебедевой Светланы Николаевны заключается в разработке комплекса индикаторов системы регулирования оплаты труда; методических подходов к обоснованию минимальных размеров оплаты труда и ключевых параметров индексации денежных доходов населения в связи с инфляцией; многовариантных подходов к построению тарифной сетки в соответствии с международной практикой и рекомендациями Международной организации труда. Кроме того, она в своих исследованиях не ограничивается вышеуказанными направлениями, связанными с регулированием сферы труда и заработной платы, но также занимается проблемами развития внешнеэкономической деятельности организаций, вопросами совершенствования сферы высшего кооперативного образования.

Научные разработки и предложения Светланы Николаевны широко внедрены как в Республике Беларусь, так и в Российской Федерации в рамках формирования Союзного государства, используются Министерством экономики Республики Беларусь при подготовке прогнозных документов по вопросам регулирования заработной платы и стимулирования труда, Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь при разработке проектов законодательных, нормативных документов, а также нашли реализацию в практике деятельности Института экономики Национальной академии наук Республики Беларусь, Научно-исследовательского института труда и социального страхования Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию Российской Федерации и др.

Под руководством Лебедевой Светланы Николаевны разработано 6 научно-исследовательских тем, в том числе по заказу Белорусского республиканского союза потребительских обществ.

В настоящее время, представляя научные интересы университета и продолжая традиции своих первых учителей Н. П. Писаренко и Т. Н. Сыроед, она возглавила и осуществляет руководство научной школой «Методология и методика оценки эффективности труда и сферы товарного обращения», в состав которой входят около 20 ученых как Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, так и других учреждений высшего образования. Результаты работы школы и ее руководителя получили широкое общественное признание.

Светлана Николаевна является членом Президиума Республиканского совета ректоров учреждений высшего образования Республики Беларусь, членом Общего собрания Национальной академии наук Беларуси, входит в состав общественно-консультативного совета по развитию предпринимательства при Министерстве образования Республики Беларусь, Совета Учебно-методического объединения высших учебных заведений Республики Беларусь по экономическому образованию, Совета ректоров кооперативных вузов стран СНГ, специализированного совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при учреждении образования «Белорусский государственный экономический университет». Является председателем Совета руководителей учреждений образования Белкоопсоюза.

Значительное внимание Светлана Николаевна уделяет просветительской деятельности, являясь главным редактором научно-практического журнала «Потребительская кооперация», включенного в перечень Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь, членом редакционных коллегий и советов зарубежных научных изданий (в Украине: научной серии «Экономические науки» «Научного вестника ПУЭТ», научного журнала «Экономика: реалии времени», международного научно-практического журнала «Товары и рынки»; в России: международного научно-теоретического журнала «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права», научно-теоретического журнала «Вестник Российского университета кооперации», научно-

практического журнала «Базис» Поволжского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, научно-теоретического журнала «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики»).

В 2013 году Лебедева Светлана Николаевна возглавила учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

С самого начала управления университетом в качестве основной задачи она ставит создание инновационного университета, занимающего достойное место в мировом образовательном пространстве.

Под руководством Светланы Николаевны развивается академическая мобильность студентов, магистрантов, преподавателей в рамках институциональных соглашений и международных проектов. По инициативе университета в 2016 году подписана Декларация о сотрудничестве кооперативных учреждений высшего образования государств-участников СНГ по созданию Сетевого университета «Кооперация», целью деятельности которого является формирование единого образовательного пространства кооперативных учреждений высшего образования стран-участников СНГ.

За период работы Светланы Николаевны в качестве ректора университет первым среди учреждений высшего образования Гомельской области открыл подготовку в практико-ориентированной магистратуре по 12 специальностям экономического и управленческого профилей и является лидером по предложению специальностей данных профилей в регионе.

При содействии Светланы Николаевны в университете активно развивается дистанционная форма подготовки, внедряются в образовательный процесс инновационные технологии и интерактивные методы обучения, разрабатываются ЭУМК, качество которых подтверждено получением пяти грифов Министерства образования Республики Беларусь (в целом разработано в Научно-инженерном республиканском унитарном предприятии «Институт прикладных программных систем» около 150 ЭУМК).

С целью реализации государственной политики повышения экспорта образовательных услуг с 2013 года осуществляется преподавание учебных дисциплин на английском языке по программам высшего образования I ступени; с 2015 года реализуется полностью на английском языке программа практико-ориентированной магистратуры по специальности 1-25 81 03 «World Economics» (Мировая экономика).

Коллектив университета под руководством доктора экономических наук, профессора Лебедевой С. Н. дважды (в 2014 и 2017 годах) удостоивался почетного звания «Лучшее учреждение высшего образования города Гомеля и Гомельской области».

На протяжении всей трудовой деятельности Лебедева Светлана Николаевна является ответственным и компетентным руководителем, умелым организатором, опытным педагогом, успешно сочетающим научную, методическую, воспитательную и общественную работу.

*Материал подготовлен коллективом
кафедры мировой и национальной экономики*