

а) наименование общества; б) юридический адрес; в) виды деятельности; г) размер уставного капитала общества; д) распределение между учредителями долей; е) продолжительность существования общества; ж) назначение и полномочия управляющего. Договор подлежит нотариальному заверению, после чего производится регистрация заявления общества в суде, о чем в торговом реестре делается запись. Вклады в уставной капитал общества могут быть сделаны как в денежной форме, так и путем передачи вещей. В последнем случае должна быть проведена экспертиза для определения стоимости вещей. Минимальный размер уставного капитала общества – 25 000 евро, при этом вклад каждого участника должен быть не менее 100 евро.

В заключение хотелось бы сказать, что привлечение иностранных инвесторов в экономику страны и создание для них возможности постоянно проживать в стране является одним из инструментов восстановления экономики европейских стран до предкризисного уровня.

*Т.М.Розина, канд. экон. наук, доцент
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ БЕЛАРУСИ

В условиях формирования Таможенного союза России, Беларуси, Казахстана, создаются объективные предпосылки для активизации внешней торговли государств-участников интеграционного процесса. Однако существуют еще не решенные проблемные вопросы, сдерживающие внутрисоюзные бизнес-процессы.

Проведенные переговоры с крупными экспортерами стран ЕС дают основания ожидать изменения логистических цепочек движения товарных потоков. Логисты таких стран как Германия, Голландия еще с момента создания Таможенного союза вычислили экономическую выгоду переноса части логистических процессов в Республику Беларусь. В то же время у представителей российского бизнес-сообщества проявился большой интерес к производству таможенной очистки на территории Республики Беларусь товара, следующего в адрес российских и казахстанских получателей. В последнее время производить таможенную очистку в Российской Федерации становится все сложнее.

Сдерживающим фактором развития рынка логистических услуг является отсутствие современных логистических центров в Беларуси, способных «переварить» транзитные потоки и предоставить логистические услуги по консолидации, дроблению, упаковке, маркировке и сортировке товарных партий, т.е. привычные условия обработки товарных потоков.

Объем мирового рынка логистических услуг оценивается в 1500 млрд. долларов, что составляет около 5% глобального ВВП. По прогнозам специалистов развитие отрасли будет зависеть от динамики роста мировой промышленности и торговли, а также от расширения глобальных сетей дистрибуции. Ежегодный рост затрат на логистические услуги в Европе за период 2001-2005 годы составил 3,5-3,8%, что превысило темпы роста европейского ВВП.

Республика Беларусь относится к государствам с достаточно высокоразвитым экономическим потенциалом, который не в полной мере интегрирован в мировую экономическую систему. По мнению специалистов, интеграция экономики Беларуси в процессы глобализации может быть эффективно реализована только на основе принципов и законов логистики с учетом особенностей национального производственного, транспортного потенциала, географического положения, культурных традиций, государственной политики и других факторов.

По оценкам специалистов, потенциал белорусского рынка логистических услуг реализован на 25–30 %. Из этого объема доля сектора перевозок грузов (всеми видами транспорта) и экспедирования составила 50%, а секторов складской переработки и услуг по интеграции и управлению цепями поставок – 10 %. В каждом из указанных секторов в перспективе ожидается значительный рост, особенно при перевозках экспортных грузов. Следовательно, белорусский сектор логистических услуг представляет собой перспективную отрасль экономики, требующую особого внимания представителей науки и практической деятельности.

Существует множество определений логистических услуг, логистического сервиса, однако специалисты еще не смогли прийти к единой трактовке данных понятий. Это затрудняет дальнейшие исследования в указанной области логистики, в связи с чем актуализировалась проблема уточнения указанных понятий и роли логистических центров в предоставлении логистического сервиса.

В Постановлении СМ Республики Беларусь от 29 августа 2008 г. № 1249 даны следующие определения: «логистические услуги – услуги, связанные с поставкой и обработкой оптовых партий потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства, а также транспортные, складские, экспедиторские, информационные, финансовые, страховые услуги, оказываемые транспортно- и оптово-логистическими (торгово-логистическим) центрами;

- логистический центр – юридическое лицо по оказанию логистических и сопутствующих услуг;

- транспортно-логистический центр – юридическое лицо, осуществляющее комплекс транспортно-экспедиционных услуг при перевозке грузов, а также логистических услуг участникам транспортной деятельности» [2].

Очевидно, что проблемы с определением содержания логистических услуг еще не решены. В приведенных выше определениях комплекс транспортно-экспедиционных услуг при перевозке грузов и логистические услуги трактуются как различные виды услуг. Кроме того выделяются еще сопутствующие услуги. Поэтому рассмотрим данные понятия более подробно.

Предоставляемые в комплексе, интегрируемые по продукту и/или рынку, логистические услуги формируют логистический сервис, относительно которого может развиваться особый вид услуг – управление логистическим сервисом. Потребность в получении логистического сервиса обусловлена его способностью придавать товарам новые свойства, такие как полезность места, времени, доступности, формы, владения и пользования. Существует ряд подходов к определению логистического сервиса:

- логистический сервис – это совокупность функций и видов деятельности всех подсистем предприятия, обеспечивающих связь «предприятие – потребитель» в разрезе каждого материального и информационного потока по показателям номенклату-

ры, качества, количества, цены, места и времени поставляемой продукции в соответствии с требованиями рынка;

- логистический сервис – это совокупность услуг, оказываемых в процессе поставки товара потребителю, которые являются завершающим этапом продвижения материального потока по логистической цепи;

- логистический сервис – это совокупность нематериальных логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными, финансовыми и информационными потоками наиболее оптимальным (с точки зрения затрат) способом;

- логистический сервис – это баланс (разумный компромисс) между приоритетом высококачественного обслуживания потребителей и соответствующими затратами, необходимыми для его обеспечения.

Несмотря на многообразие определений понятия логистического сервиса все они в конечном итоге сходятся в том, что обслуживание – это элемент, который индуцирует спрос на материальные блага и тем самым способствует увеличению доходов и рентабельности предприятия. Успеха на рынке добьются только те фирмы, которые основное внимание уделяют качеству логистического сервиса, ориентированного на потребителя [3, С. 364.].

На основе анализа всех изученных определений наиболее приемлемым представляется следующее: логистический сервис - это особая область сервисной сферы, предметно и функционально специализированная на оказании логистических услуг, то есть услуг, связанных с формированием и организацией движения потоков.

Понятие логистического сервиса используется для описания комплекса операций, выполняемых поставщиком после получения заказа на производство и (или) поставку продукции и до получения ее потребителем. Эти операции включают доставку продукции, складирование и хранение, упаковку и консолидацию, а также перевозку различными видами транспорта. Сюда входят также такие операции, как выбор маршрута и составление трафика движения. Цель этих операций - преодолеть территориальный разрыв между производством и потреблением. Однако целевая ориентация логистического сервиса выходит за рамки целевой ориентации отдельных операций. Его основная цель - выполнение требований, предъявляемых потребителем к системе обслуживания в целом.

Предметом логистического сервиса является определенный комплекс соответствующих услуг, а объектом - с одной стороны, сам товар в его физической форме, с другой – конкретные потребители материальных потоков. (4, 340)

С позиции его организации первостепенное значение приобретает действие, которое сопряжено со структуризацией потоков. Традиционно в логистике в качестве ключевых объектов управления выделяются материальные (товарно-материальные), финансовые и информационные потоки, при этом имеется в виду, что они могут интегрироваться и формировать сложно структурированные потоки однонаправленного или встречнонаправленного движения. Как всякая целесообразная деятельность, логистический сервис в экономике может быть организован на принципах «самообслуживания», в том числе с элементами инсорсинга, или с использованием услуг сторонних организаций, в том числе - при передаче функций обслуживания на аутсорсинг.

Основные принципы логистического сервиса заключаются в следующем:

- максимальное соответствие требованиям потребителей к характеру потребляемых продуктов, работ, услуг;

- неразрывная связь сервиса с маркетингом;
- гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка.

Задачи логистического сервиса, направленного на покупателя и /или потребителя, будут зависеть от вида товарного потока и ожиданий клиента.

Одним из самых сложных вопросов является определение качества услуг. Качество услуг в логистике будет определяться степенью расхождений между ожидаемыми и фактическими параметрами, хотя оценка расхождений будет субъективна.

Важным критерием, позволяющим оценить систему сервиса, как с позиции поставщика, так и с позиции получателя услуг, является уровень логистического обслуживания.

Для оценки уровня логистического обслуживания выбираются наиболее значимые виды услуг, т.е. услуги, оказание которых сопряжено со значительными затратами, а не оказание с существенными потерями на рынке.

Оценка качества услуг включает следующие этапы:

1. Формирование перечня показателей качества услуг. Основными обобщенными показателями качества услуг являются:

- надежность – выполнение услуги точно в срок. В общем случае под надежностью понимают свойство системы выполнять заданные функции, сохраняя свои характеристики в установленных пределах. Надежность поставщика услуги – это его способность соблюдать установленные договором сроки их производства;

- доступность – быстрота выполнения услуг в удобное для клиента время. Соблюдение требуемых сроков выполнения услуг зависит от времени исполнения заказа на услугу, которое включает: время оформления заказа и время производства услуги. Важное значение имеет бесперебойность выполнения заказов, т.е. способность фирмы постоянно выдерживать требуемые сроки исполнения заказа на услугу;

- компетентность – наличие у персонала сервисной фирмы необходимых знаний и навыков, гарантирующих отсутствие риска для клиента;

- взаимопонимание – искренний интерес к покупателю, знание его потребностей, гибкость выполнения заказов на услуги. Гибкость означает способность фирмы учитывать особые пожелания клиентов: изменение формы заказа, способа его передачи, отмена заказа, а также оперативное реагирование на жалобы клиентов;

- осязаемость – та физическая среда, в которой оказываются услуги (интерьер фирмы, оборудование, информационные материалы, внешний вид персонала и т.д.);

- вежливость – корректность, лобезность персонала;

- ответственность – желание персонала сервисной фирмы помочь покупателю, гарантии выполнения услуг;

- законченность – обладание необходимыми знаниями и навыками, компетентность персонала;

- безопасность – отсутствие риска и недоверия со стороны покупателя (например, обеспечение сохранности груза при физическом распределении).

2. Определение относительной значимости каждого показателя для формирования общей оценки уровня качества услуг и придание им соответствующих коэффициентов.

Важнейшим показателем, как правило, является надежность оказания услуг. Далее идут отзывчивость, компетентность, взаимопонимание, осязаемость. Однако соотношение значимости отдельных параметров может меняться в каждой конкретной ситуации.

Основная сложность при оценке качества услуг заключается в том, что большинство параметров нельзя измерить количественно (например, компетентность, взаимопонимание, осязаемость). Качество услуг определяется как соответствие требованиям потребителей, следовательно, эти требования должны быть ясно сформулированы и измерены с помощью системы показателей. Отклонение от запланированных показателей будет означать, что сервис имеет ненадлежащее качество (или недостаточный уровень).

В решении данной проблемы свою роль должны сыграть исследования, как маркетинговые, так и логистические. Имеющийся инструментарий исследований позволяет решить названные выше задачи.

Список литературы

1. Еловой И.А. Концептуальные положения формирования транспортно-логистической системы в Республике Беларусь. / Международные выставки, Минск, №2 (44), май 2007, с.64.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 29 августа 2008 г. № 1249 «О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года».
3. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. / Под общ. и науч. редакцией В.И.Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2005. 655с.
4. Логистика: Учебное пособие / Под ред. И.И.Полещук: Мн. БГЭУ. 2007.431 с.

*О.В.Рыжанкова, канд.экон.наук, доцент
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РЫНКА

Постулат о необходимости интеграции экономики и социальных наук по-прежнему сохраняет свою актуальность и обязательность. Уже становятся традицией методологические вторжения экономистов в смежные систематизирующие науки. Новационным поворотом к так называемой социализации экономики, новой ориентацией, которая породила модели «новой экономики» стала выявленная рынком потребность в дополнительных факторах конкурентоспособности. Накопившийся гетерогенный и сложный опыт развития международного рынка наметил и выдвинул объективно приоритетные исследовательские программы по изучению социальных и других факторов конкурентоспособности, отличных от вполне определенных и ощутимых материальных ресурсов. Незримость и подвижность этих других факторов остается импульсом для омоложения экономической науки в длительной перспективе, ибо это позволяет верить в их неиссякаемость.

Те требования к науке, которые предъявляет опыт по мере исчерпания материальных ресурсов развития международного бизнеса, безусловно, толкают к преобразованию. Настоятельно встает необходимость возникновения нового исследовательского пласта размышлений и введения в научный оборот новых фактурных единиц. Следствием этой необходимости явилось сравнительно недавнее возникновение дисциплины «Деловые культуры международного бизнеса» в ряду экономических наук.

Игнорирование значимости деловых культур в международном бизнесе со стороны исследователей-экономистов в современных условиях возможно считать фено-