

вторых, телевидение обеспечивает несопоставимо больший охват аудитории по сравнению с другими медиаканалами.

Новые медиаканалы — Интернет и кинотеатры — конечно же, будут развиваться более высокими темпами. Однако абсолютные значения бюджетов, выделяемых на них рекламодателями, по-прежнему будут оставаться не очень значительными — не более 1—2 %.

3. *Возрастет доля отечественных рекламодателей в рекламных бюджетах, что повысит стабильность развития рынка.* Отечественным рекламодателям (в отличие от иностранных) в случае возникновения каких-то проблем на рынке уходить некуда, а следовательно, они для обеспечения успешности своего бизнеса вынуждены присутствовать на данном рынке, чем и гарантируют его стабильность.

А.В. Усатый, аспирант

БГЭУ (Минск)

МЕТОДИКА РАСЧЕТА ФАКТИЧЕСКОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

В настоящее время тарифы на платные медицинские услуги формируются в соответствии с Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь “Об утверждении инструкции о порядке формирования и применения тарифов на платные медицинские услуги” от 22.12.2003 г. № 51.

Инструкция № 51 содержит методику *плановой калькуляции* платной медицинской услуги с расшифровками статей затрат; методику расчета стоимости материалов, включаемых в тариф; заработной платы специалистов, занятых оказанием услуги.

Для проведения же экономического анализа, планирования и контроля интерес представляет величина *фактической себестоимости* отдельных услуг.

По нашему мнению, методика расчета фактической себестоимости платных медицинских услуг сводится к следующему алгоритму:

1. Рассчитывается сумма плановых прямых затрат на фактический объем оказанных услуг в отделении;

2. Определяется коэффициент как соотношение сумм фактических прямых затрат и плановых прямых затрат на фактический объем оказанных услуг;

3. Рассчитываются фактические прямые затраты на отдельные услуги как произведение коэффициента и плановых прямых затрат на соответствующую услугу;

4. Распределяются фактические общепроизводственные расходы на отдельную услугу пропорционально ее фактическим прямым затратам;

5. Распределяются фактические общехозяйственные расходы на отдельную услугу пропорционально ее фактической производственной себестоимости;

6. Определяется фактическая себестоимость отдельной медицинской услуги (п. 3 + п. 4 + п. 5).

Д.Л. Федулов, аспирант

БГЭУ (Минск)

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ПРИНЯТИЯ ЗАЩИТНЫХ МЕР В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ ПРИ РАСШИРЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Активы современных транснациональных корпораций (ТНК) превышают ВВП многих стран мира, равноправная конкуренция с ними невозможна. ТНК используют двойные стандарты и протекционистскую политику по отношению к целым государствам, в частности, к Республике Беларусь. Как отмечает белорусский экономист Я. Рубин, их деятельность приводит к отрицательным последствиям, прежде всего — для других стран. Во-первых, экологически вредные производства переводятся в развивающиеся страны. Во-вторых, потребление ресурсов развивающимися странами ограничивается. В-третьих, нередко ТНК беспрепятственно перемещают капиталы между головными организациями и филиалами в развивающихся странах, лишая их налогов. В-четвертых, ТНК подавляют важные для местных потребителей фирмы, поставляя затем такую же продукцию по монопольной высокой цене. В-пятых, их деятельность приводит к разнице в доходах.

Как отмечают русские экономисты, активное перемещение капитала в мировой экономике и приватизация привели к тому, что ТНК приобрели неограниченную власть и стремятся достичь полной прозрачности границ национальных экономик, окончательно вытеснить из-под контроля национальных государств. Размеры товарооборота крупнейших из них уже превышают экспорт практически всех стран мира. ТНК контролируют почти все современные технологии, что позволяет им превосходить другие предприятия в эффективности. Организуя производства на территории национальных государств, транснациональные корпорации не решают