

управленческих решений с применением маржинального анализа на основе условного показателя объема работ выше, чем в отсутствие его (что и имеет место в большинстве IT-компаний Республики Беларусь в настоящий момент).

Таким образом, можно сделать вывод, что методика маржинального анализа применима к IT-компаниям различных типов с учетом описанных выше изменений, предложенных автором.

Список использованной литературы:

1. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая – М.: Инфра-М, 2014. – 544 с.

А.О. Липская
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»
(Республика Беларусь, Гомель)

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАЕВЫХ ВЗНОСОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сложившаяся за последние годы тенденция к сокращению объёмов внутреннего кооперативного рынка в Республике Беларусь, острая нехватка собственных оборотных средств для поддержания основной текущей деятельности хозяйствующих субъектов, вызванная недостаточным уровнем самофинансирования для реализации запланированных социально-экономических показателей, требует пересмотра как организационной структуры управления, так и совершенствования правовых, экономических и социальных основ деятельности потребительских обществ и их союзов с учетом практики применения действующих норм гражданского и жилищного законодательства и современных условий развития бизнеса. В этой связи приобретают значимость вопросы оценки роли паевых взносов в процессе формирования кооперативных источников финансирования и эффективности их использования для стимулирования хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации и реализации социальных программ по обеспечению товарами и услугами сельского населения и членов-пайщиков.

В отечественной и зарубежной практике для оценки эффективности использования паевых взносов членов потребительского общества используются ряд показателей, учитывающих количественные и качественные изменения факторов функционирования кооперативного рынка, а также социальную направленность его участников. При этом в качестве основополагающего критерия для привлечения новых членов-пайщиков и рационального размещения паевых взносов для формирования кооперативной собственности выступают начисленные доходы на членские взносы (дивиденды), в то время как пайщики выступают учредителями потребительских обществ.

Однако согласно ныне действующему Закону Республике Беларусь «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь» от 25 февраля 2002 г. № 93-З выплата доходов на членские взносы пайщиков не предусмотрена [1]. Вместе с тем, как показывает практика, физические лица и индивидуальные предприниматели, вступившие в члены потребительского общества, не являются его учредителями, но на правах членства могут пользоваться преимуществом при приобретении товаров, оказании услуг в организациях потребительского общества и пользоваться льготами, предусмотренными для пайщиков, что, на наш взгляд, на данный момент и выступает критерием оценки эффективности привлечения кооперативных источников финансирования. Тем не менее следует отметить, что согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 5 марта 2015 г. № 168 «О подготовке законопроектов республиканскими органами государственного управления в 2015 году» планируются внести ряд изменений в Закон Республики Беларусь от 25 февраля 2002 г. № 93-З, которые коснутся правового статуса пайщиков и условий кооперативных выплат и начисления доходов на их паевые взносы [2].

В связи с этим считаем необходимым уточнить состав и порядок показателей оценки использования паевых взносов с учётом правового статуса организаций потребительской кооперации (таблица).

Считаем, что использование рекомендуемых показателей позволит проанализировать рациональность привлечения паевого капитала в рамках действующих правовых основ функционирования организаций потребительской кооперации, а также выявить резервы расширения кооперативных основ среди населения.

Таблица – Показатели оценки эффективности использования паевых взносов в организациях потребительской кооперации Республики Беларусь

Показатели оценки эффективности использования паевых взносов	Порядок расчёта показателей	
	в случае начисления доходов на паевые взносы пайщиков	в случае неначисления доходов на паевые взносы пайщиков
Коэффициент кооперирования населения	отношение членов потребительского общества к численности населения обслуживаемого потребительским обществом района	
Средний размер паевых взносов	отношение общей суммы паевых взносов потребительского общества к числу пайщиков	
Доходность паевых взносов	отношение суммы доходов, полученных от распределения чистой прибыли на паевые взносы, к величине паевых взносов за вычетом невозвратных	отношение совокупной суммы скидки, предоставленной пайщикам при приобретении товаров, оказании услуг, к величине паевых взносов за вычетом невозвратных
Средний уровень доходности пайщика	отношение суммы доходов, полученных от распределения прибыли на паевые взносы, к численности пайщиков	отношение суммы скидки, предоставленной пайщикам при приобретении товаров, оказании услуг, к численности пайщиков
Доля выплат пайщикам в составе чистой прибыли	отношение суммы доходов, полученных от распределения чистой прибыли на паевые взносы, к величине чистой прибыли	не используется
Рентабельность паевых взносов	отношение чистой прибыли к средним остаткам паевых взносов, умноженное на 100	отношение прибыли от реализации товаров, оказания услуг пайщикам к средним остаткам паевых взносов, умноженное на 100
Доля выручки от реализации товаров, оказания услуг пайщикам в составе выручки	отношение выручки от реализации товаров, оказания услуг пайщикам к общей величине выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг	
Коэффициент отдачи паевых взносов	отношение выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг к средним остаткам паевых взносов	отношение выручки от реализации товаров, оказания услуг пайщикам к средним остаткам паевых взносов
Коэффициент использования паевых взносов	отношение средних остатков паевых взносов к выручке от реализации товаров, продукции, работ, услуг	отношение средних остатков паевых взносов к выручке от реализации товаров, оказания услуг пайщикам

Примечание. – Разработано автором.

Список использованной литературы:

1. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 25 февраля 2002 г. № 93-З (ред. закона Респ. Беларусь от 10 июля 2012 г. № 426-З) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

2. О подготовке законопроектов республиканскими органами государственного управления в 2015 году : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 5 марта 2015 г. № 168 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

В.В. Малюк

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

КОНЪЮНКТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ДИНАМИКИ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА В РОССИЮ

В составе общего объема белорусского экспорта преобладающая его часть приходится на экспорт товаров и услуг в Россию. Анализ данных Республики Беларусь и Российской Федерации позволяет заметить, что объем белорусского экспорта в Россию с 2005 г. по 2008 г. возрастал. В 2009-2013 гг. рост экспортных продаж Республики Беларусь в Россию замедлился при наличии незначительных конъюнктурных колебаний [1, с.488]. Аналогичным образом изменялся и объем экспортных продаж российской нефти на мировом рынке в долларах США [2, с.610, 629]. Высокие мировые цены на нефть стимулируют развитие российской экономики и, благодаря возросшему спросу на внутреннем рынке Российской Федерации, создаются благоприятные условия для увеличения импортных закупок белорусских товаров и услуг. Следовательно, можно выдвинуть гипотезу, что объем экспортных продаж Республики Беларусь в Россию значимо предопределен российским экспортом нефти на мировой рынок. В результате проверки выдвинутой гипотезы автор пришел к следующим результатам.

На базе данных двух стран разработано уравнение регрессии, объясняющее зависимость объема белорусского экспорта $Y(t)$ от экспортных продаж российской нефти на мировом рынке $X(t)$: