

учета в Республике Беларусь должно происходить в соответствии с требованиями международных принципов и стандартов финансовой отчетности, но с обязательным учетом своих национальных особенностей развития экономики, сложившихся практики и опыта наших кадров, а также действующего законодательства в области учета и отчетности.

Исходя из этого, формирование национальной системы учета и отчетности в Республике Беларусь следует рассматривать не как осуществляемое строгое приведение ее в соответствие с требованиями международных стандартов и практики зарубежных стран, а как гармонизированное приспособление к требованиям управления в современных экономических условиях.

За последние годы в Республике Беларусь проделана большая работа по разработке и принятию законодательных и нормативных документов, регламентирующих развитие и становление национальной системы бухгалтерского учета и отчетности.

Однако для дальнейшего развития и совершенствования национальной системы учета и отчетности необходимо обратить внимание на решение следующих проблем:

- требует научного обоснования необходимость разделения бухгалтерского учета на два вида: финансовый и управленческий;
- следует уточнить сущность и содержание налогового учета, его место в общей системе бухгалтерского учета, разработать соответствующие регистры его ведения;
- следует также внести изменения в действующий порядок отражения в бухгалтерском учете валютных операций и возникающих при этом курсовых разниц и другие.

Решение этих и других вопросов будет способствовать повышению эффективности бухгалтерского учета, развитию и совершенствованию национальной системы бухгалтерского учета и отчетности.

Е.В. Мных, д-р экон. наук

Киевский национальный торгово-экономический университет
(Украина)

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СТРАТЕГИИ ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА

Становление рыночных отношений в условиях макро- и микро-экономической интеграции выдвигает задачи формирования сферы эффективного делового партнерства, в которой нет коррупции, недобросовестной конкуренции, корпоративного протекционизма

и других изъянов цивилизованного экономического развития. Выбор стратегических партнеров возведен сегодня в ранг государственной политики, охватывающей не только экономические отношения. А вот формирование эффективной структуры делового партнерства хозяйствующих субъектов проходит без достаточных обоснований различных деловых схем сотрудничества не только на национальном, но и на мировом рынках. Зачастую эти схемы не отвечают государственным интересам, связаны с переделом сфер влияния различных корпоративных групп, наносят огромный ущерб в использовании имеющегося экономического потенциала.

Деловое партнерство следует рассматривать как форму организации бизнеса, при котором два и больше физических или юридических лиц вступают в деловые взаимоотношения. Предприятия-партнеры можно условно разделить на три категории: конкуренты, "нейтралы" и потенциальные партнеры. Несмотря на определенную условность такого разделения, оно позволяет существенно сократить объем аналитической работы по выбору партнера и обоснованию преимуществ сотрудничества с ним. Рассматривая предприятия-конкуренты, следует разделить их на три группы: а) однопрофильные, которые работают на этом же рынке; б) предприятия, которые могут предложить те же товары и услуги на одном рынке в перспективе; в) предприятия, которые предлагают товары-заменители. Знания о конкурентах, анализ их сильных и слабых сторон позволяют избрать стратегию предпринимательства и избежать столкновения в том или ином сегменте рынка. Предприятия-"нейтралы" могут рассматриваться в среде делового партнерства лишь для объединения усилий в противостоянии к сильному конкуренту. К потенциальным партнерам следует отнести те предприятия, которые могут иметь общие интересы с данным предприятием.

Принципы поиска и обоснования делового партнерства без учета отраслевых особенностей приблизительно одинаковы, но конкретные методы анализа и оценки существенно отличаются. Исследования следует проводить в три этапа.

На этапе предварительного поиска определяется фирменная структура рынка, выделяются потенциальные партнеры и определяются характеристики отношений с ними. *Этап аналитической работы* следует начинать после предварительного подбора партнеров и информации о них. Аналитические оценки осуществляются по принципам многовариантного поиска в соответствии с обозначенными критериями. Особое внимание следует обратить на полноту и достоверность информации о потенциальном партнере. *На заключительном этапе* определяются договорные параметры делового

го партнерства с учетом правового поля и паритета интересов в стратегическом и тактическом измерениях.

Обоснование стратегии делового партнерства предполагает:

а) объективную оценку экономического потенциала предприятия, его признание на внутреннем и внешнем рынках, стратегических и тактических возможностей его реализации в рамках бизнес-интересов;

б) оценку риска партнерских отношений;

в) анализ возможной реакции партнера на действия конкурентов и изменение регуляторной политики государства;

г) сравнительный анализ тактических и стратегических преимуществ избранной формулы делового партнерства;

д) оценку имиджа делового сотрудничества потенциального партнера в различных аспектах производственно-хозяйственной, финансовой и других видов деятельности.

Важным моментом аналитической работы выступает оценка психологических аспектов делового партнерства, которые могут определяться совместимостью совокупности целей сотрудничества, единством политических взглядов и критериев национальной сознательности, родственными отношениями, порядочностью и т.п. От этого во многом зависит характер проведения переговоров, выбор формулы делового сотрудничества и его временные ограничения.

Особое внимание следует уделить оценкам надежности и стабильности партнерских отношений при различных изменениях внешней и внутренней экономической среды. Именно эти качественные характеристики могут быть определяющими в случаях преодоления кризисных ситуаций или недобросовестности конкурентов.

Информационную базу анализа партнерских отношений составляют: фирменные справочники, публикации предприятий (годовые отчеты, каталоги, проспекты, рекламные издания и т.п.), материалы специализированных информационных компаний и организаций, справочники банков, материалы периодики и т.п. Естественно, что вся эта информация подлежит диагностике на достоверность.