

оптимизации. Исходя из этого общего определения предметом финансового менеджмента в сфере образования может быть процесс формирования и использования учебными заведениями их финансовых ресурсов.

Классическим источником финансового обеспечения государственных вузов являются бюджетные ассигнования. Они выделяются вузам по установленным в обществе нормативам бюджетного финансирования образовательной сферы. Расходование выделенных средств осуществляется вузами в строгом соответствии с учебной сметой. При такой строго регламентируемой схеме финансового обеспечения государственных учебных заведений возможности управления их финансовыми ресурсами были предельно ограничены.

Ситуация изменилась после рыночных преобразований в экономике Республики Беларусь. В результате таких перемен образовательные услуги превратились в товар, обладающий стоимостью. Реализация товара «образовательные услуги» приносит товаропроизводителям (в данном случае – учебным заведениям) выручку.

Кроме выручки от реализации образовательных услуг современные государственные вузы получают также доходы от иной своей деятельности: сдача имущества в аренду, хранение временно свободных средств на депозитных банковских счетах, долевое участие в капитальных вложениях и т.п. Денежные потоки, образуемые в результате названных видов коммерческой деятельности вузов, также являются предметом внимания финансового менеджмента.

Проведенный нами анализ показывает недофинансирование государством нужд государственных учебных заведений.

За счет доходов от коммерческой деятельности вузы существенно дофинансируют выплату заработной платы профессорско-преподавательского состава и практически полностью покрывают свои материалы и приравненные к ним расходы.

Факт внебюджетного финансирования бюджетной сферы необходимо рассматривать как объективную данность с которой необходимо считаться при выработке финансовой стратегии учебных заведений, определении границ их финансовой самостоятельности, определении оптимальной структуры их финансовых ресурсов и выборе методов управления процессом их формирования и использования.

**Борисевич В.И., Адамчук М.П.**  
БГЭУ (Минск)

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

При переходе к рыночным отношениям предприятия-производители нередко испытывают трудности со сбытом продукции. Административные методы решения этой проблемы не дают нужного результата. Одним из выходов из этой ситуации является товарное кредитование. При нем потребитель продукции, приобретая партию товара, получает отсрочку платежа за него на оп-

ределенное время. Это время оговаривается в договоре на предоставление товарного кредита между предприятием – производителем и потребителем.

Товарное кредитование является прогрессивной формой отношений между производителем и потребителем, однако она требует к себе серьезных отношений и постоянного отслеживания состояния взаимодействия с каждым потребителем. Для этого на крупных предприятиях создаются специализированные отделы товарного кредитования, а на небольших – выделяется ответственный специалист.

Первой задачей специалистов по товарному кредитованию на предприятии является отбор потребителей, которым может быть предоставлен товарный кредит. Такими потребителями могут быть потребители, имеющие с предприятием долговременные продуктивные отношения на основе предоплаты, имеющие банковскую гарантию, подтвердившие свою платежеспособность соответствующими финансовыми документами, а также имеющие поручительство другой фирмы, также имеющей хорошую кредитную историю при взаимоотношениях с предприятием-производителем и подтвердившую свою платежеспособность.

После отбора потребителей, которым может быть предоставлен товарный кредит, решается вопрос о сумме и сроке его для конкретного потребителя. Потребители, получающие товарный кредит под гарантии банка или поручительство другой платежеспособной фирмы, могут рассчитывать на объем товарного кредита в пределах суммы гарантии или поручительства.

При установлении срока предоставления товарного кредита учитывается:

- местонахождение потребителя;
- характер его деятельности (оптовая или розничная торговля);
- сумма выдаваемого товарного кредита;
- виды товаров, выдаваемых в кредит;
- способ транспортировки товара.

После решения всех этих вопросов между предприятием-производителем и потребителем заключается договор о товарном кредитовании.

Предприятие-производитель должно осуществлять учет долга каждого потребителя и учитывать своевременность поступления от него платежей. На основе этого учета создается компьютерная база данных, на основе которой осуществляется контроль и анализ. Проводить их необходимо не периодически, а постоянно.

**Бортник Е.А.**  
БГЭУ (Минск)

## **ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ**

Одним из наиболее прибыльных видов международного туризма является деловой и конгресс-туризм.