

– в основном в Беларуси иностранные инвесторы ищут «легких» денег, не требующих значительных капиталовложений.

**Количество совместных и иностранных предприятий  
на 01.01.2003 г.**

Показатель	Количество предприятий	%	Общая сумма УФ, тыс. долл.	%
Всего СП и ИП:				
зарегистрированных работающих	3089			
	2666	100	768 785	100
По отраслям работающих предприятий:				
Промышленность	1074	40,3	5650058,8	73,5
В том числе:				
химия и нефтехимия	128	4,8	40 087,8	5,2
машиностроение и металлообработка	355	13,3	60 708,6	
лесная, деревообрабатывающая и целлюлозная	286	10,7	43 055	5,6
легкая	115	4,3	53 027,8	6,9
пищевая	192	7,2	237 214,9	
Транспорт	249	9,3	46 858,7	6,1
Строительство и связь	105	3,9	48 433,5	6,3
Торговля и общественное питание	999	37,5	90 994,6	11,8

Как видно из таблицы, несмотря на большое количество иностранных и совместных предприятий в сфере торговли и общественного питания, вложения в уставные фонды каждого отдельного предприятия невелики. Меньше предприятий с участием иностранных инвестиций создается в различных отраслях промышленности, так как эта сфера является высокорисковой и требует больших затрат.

Сделаем выводы:

- 1) инвестиционный климат в Республике Беларусь нельзя назвать благоприятным;
- 2) законодательство Беларуси об инвестиционной деятельности не отвечает требованиям сегодняшнего дня и требует изменений;
- 3) инвестиционный потенциал предприятий Беларуси невысок;
- 4) необходимо развивать культуру экономического сотрудничества, а также изыскивать внутренние источники инвестиций.

**НЕОБХОДИМОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА СТУДЕНТОВ  
И ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ПЕРИОДА**

*А. Стешенко, П. Бокий*

*Бобруйский филиал*

*Белорусского государственного экономического университета*

В условиях перехода Республики Беларусь к рынку возникает необходимость в постоянном использовании всех новинок научно-технического прогресса не только в техническом аспекте, но и в организационном, правовом, а также маркетинговом.

Известно, что наиболее прогрессивной, активной и склонной к инновациям социальной группой является студенчество. Но одной из основных проблем является борьба разных поколений: склонность к новизне против порядка и консервативности, что особенно заметно в РБ, где руководители предприятий открыто игнорируют молодых специалистов, не допускают их к процессу управления предприятием, лишают возможности самореализовываться. Многие молодые специалисты со временем принимают традиции, когда-то предложенные старшими, другие остаются верны себе, вносят что-то новое в деятельность организации, но эти инновации с течением времени устаревают. Считанные руководители следят за новинками организации труда, менеджмента, маркетинга, чему есть конкретные причины: доведение «сверху» планов по производству продукции (а не по продажам), слабая мотивация инновационного процесса, а также нехватка времени для изучения соответствующей литературы.

Следствием неэффективной организации управленческого процесса и маркетинговой деятельности являются раздутый штат управленческих работников, огромные запасы готовой продукции на складах, отрицательная рентабельность предприятий. В то же время невостребованными в архивах лежат курсовые и дипломные проекты, научные работы, из которых можно было бы получить больше информации, чем из учебника – ведь эти труды основаны на реальных данных.

В свете вышесказанного возникает вопрос о взаимном сотрудничестве предприятий и студентов и формах этого сотрудничества:

**Ф о р м а 1.** Студент пишет курсовую, дипломную или научную работу, используя показатели конкретного предприятия. Перед тем как сдать работу руководителю, он относит ее на рецензию руководителю (директору, заместителю директора, начальнику цеха) предприятия, который должен оценить возможность применения нововведения. Если новация принимается, студенту выплачивается гонорар за проделанную работу;

**Ф о р м а 2.** У предприятия существует определенная проблема, данные по которой его руководитель предоставляет в вуз, где объявляется конкурс на лучшее решение поставленной задачи. Работы отдают на предприятие, где принимают оптимальный вариант. Соответственно, автор получает вознаграждение;

**Ф о р м а 3.** На базе вуза создается консалтинговая фирма, являющаяся оптимальной формой взаимодействия предприятий и студентов. В состав фирмы входит 10-15 студентов, руководство осуществляет преподаватель вуза или специально нанятый для этого сотрудник предприятия. Основные сферы деятельности фирмы:

- маркетинговые исследования;
- оказание информационных услуг, разработка комплекса маркетинга для предприятий;
- разработка фирменного стиля, стратегий и программ маркетинга, рекламы;
- разработка бизнес-планов.

Для оказания такого рода услуг необходима обширная база данных по различным предприятиям, посредникам, сбытовым конторам. База данных должна постоянно пополняться, для этого студенты, работающие в консалтинговой фирме, должны непрерывно проводить мониторинг различных сфер деятельно-

сти предприятий, анализировать информацию и выявлять возможности использования данных в своей деятельности. Поиском заказов для фирмы занимается специальный отдел, состоящий из 2-3 студентов.

Преимущества подобной формы взаимодействия для студентов заключается в:

- получении необходимых практических навыков работы, опыта работы в различных сферах деятельности предприятий;

- подкреплении теоретических данных, полученных в вузе, практической деятельностью;

- возможности применения данных по деятельности различных предприятий для написания научных, курсовых и дипломных работ;

- возможности совмещения учебы и работы.

Преимущества для предприятий следующие:

- сравнительно недорогое получение решений поставленных задач;

- возможность привлечения на работу хороших специалистов из числа лучших студентов консалтинговой фирмы по окончании вуза.

## **МЕСТНЫЕ БЮДЖЕТЫ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИХ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ**

*О. Теляк*

*Пинский высший банковский колледж*

Республика Беларусь является унитарным государством, а этому типу управления соответствует построение такой бюджетной системы, которая объединяет республиканский и местные бюджеты.

Местный бюджет – это центральный фонд финансовых ресурсов отдельного муниципального образования, один из главных каналов доведения до населения конечных результатов производства, через которые общественные фонды потребления распределяются между отдельными группами населения. Из местных бюджетов финансируется развитие отраслей производственной сферы, в первую очередь, местной промышленности, коммунального хозяйства, продукции и услуги, объем которых является важным компонентом обеспечения жизнедеятельности населения.

В Республике Беларусь функционируют более 1600 местных бюджетов, являющихся финансовой базой регионов и обеспечивающих осуществление мероприятий по их социально-экономическому развитию. Сегодня местные бюджеты несут около 70 % всех расходов государства на социально-культурную сферу. Особое внимание к проблеме формирования местных бюджетов объясняет то, что именно из них финансируются объекты жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, торговли и общественного питания, а также дорожное хозяйство, транспорт, развитие рыночной инфраструктуры, благоустройство населенных пунктов и др.

Вопрос распределения бюджетных ресурсов между республиканским и местными бюджетами является одним из наиболее важных и дискуссионных. Четкое и обоснованное решение этой проблемы на сегодняшний день отсутствует.