

Использование механизма отчетов типовой конфигурации позволяет проводить систематический контроль и анализ расчетов с покупателями и поставщиками, получать необходимые данные для оценки состояния дебиторской и кредиторской задолженности и своевременно принимать необходимые действия по ее оптимизации, улучшению показателей финансового состояния, а также позволяет учитывать требования изменяющегося законодательства.

Применение рассмотренных приемов и способов проверки состояния расчетов с поставщиками и покупателями на практике позволит расширить информационное обеспечение аудита, повысит его результативность, так как дополняет интуитивную составляющую контроля и процесса принятия управленческих решений по минимизации финансовых, коммерческих и налоговых рисков. Новизна рассмотренных методик состоит в комплексном подходе к изучению состояния расчетно-платежной дисциплины, использовании новых приемов, способов и процедур проверки в условиях автоматизации бизнес-процессов бухгалтерского учета.

Список литературы

1. **Правила** аудиторской деятельности «Аудит в условиях компьютерной обработки данных» : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 18 дек. 2002 г. № 163 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.
2. **Правила** аудиторской деятельности «Оценка риска и внутренний контроль в условиях компьютерной обработки данных» : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 23 марта 2004 г. № 38 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.
3. **Криницкий, Р. И.** Контроль и ревизия в условиях автоматизации бухгалтерского учета / Р. И. Криницкий. – М. : Финансы и статистика, 1990. – 120 с.
4. **Контроль** и ревизия : учеб. пособие для вузов / под ред. В. И. Подольского. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 256 с.
5. **О совершенствовании** контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 16 окт. 2009 г. № 510 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.
6. **Об электронном** документе и электронной цифровой подписи : Закон Респ. Беларусь от 28 дек. 2009 г. № 113-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.

УДК 339.138:332.02

А. Ю. Бердин (berdant@mail.ru),
ст. преподаватель кафедры маркетинга

Р. А. Лизакова (roza.gomel@yandex.by),
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой маркетинга
Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого
г. Гомель, Республика Беларусь

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ, ОБОСНОВАНИЕ И ОЦЕНКА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ СУБЪЕКТОВ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Организация реализации продукции через собственные субъекты товаропроводящей сети (далее ТПС) в регионах является основной формой построения торговых сетей во всем мире и признана всеми странами и ведущими мировыми производителями. Потребители должны иметь возможность приобретать необходимую им продукцию в своем регионе и при этом иметь возможность напрямую сотрудничать с предприятием-производителем. Субъекты ТПС обеспечивают максимально эффективное доведение продукции предприятия до каждого целевого покупателя в конкретном регионе.

Organization of sales through its own distribution network entity (the SCC) in the regions is the main form of building trade networks in the world and is recognized by all countries and leading international manufacturers. Consumers should have the opportunity to buy products they need in their region and to have the opportunity to work directly with the company – the manufacturer. Subjects SCC provide maximum effective communication of company products to each target customer in a particular region.

Основной формой интенсификации распределения в Республике Беларусь, как и во всем мире, стало развитие товаропроводящей сети (ТПС) предприятий-производителей. Данный процесс на начальном этапе происходил абсолютно хаотично и бессистемно, что закономерно обусловило низкую степень эффективности, а иногда даже наличие экономического ущерба для предприятия. В связи с этим были изданы: Указ Президента Республики Беларусь от 7 марта 2000 г. № 117 «О некоторых мерах по упорядочиванию посреднической деятельности при продаже товаров», Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21 декабря 2006 г. № 1699 «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом и прочие нормативные документы».

Это позволило не допустить многих злоупотреблений, но, к сожалению, не позволило систематизировать процесс принятия решений о необходимости развития товаропроводящей сети предприятий. В отечественной литературе процессы товародвижения, как правило, рассматриваются как составная часть логистики. Наиболее глубоко данный вопрос был раскрыт С. В. Глубокиным, в трудах которого рассматривается процесс развития ТПС с точки зрения системного подхода в рамках стратегического развития предприятия. Очень важным также является вопрос процессной и организационной части данного аспекта распределительной политики. Отечественным предприятиям необходимы четкие представления о том, как необходимо реализовывать комплекс маркетинговых мероприятий в рамках работы с ТПС. Именно в связи с этим, структурирование процесса развития, мониторинга и контроля ТПС отечественными производителями будет являться основной задачей.

Каждое предприятие ставит перед собой комплекс стратегических и тактических задач, которые при реализации должны укрепить долгосрочную конкурентоспособность. Товаропроводящая сеть предприятия также не возникает на пустом месте и не является обязательным атрибутом деятельности, а наоборот, является предметом стратегического маркетингового планирования и обоснования эффективности развития распределительной и ценовой политики производителя. В связи с вышеизложенным развитие товаропроводящей сети предприятия посредством торговых домов (далее ТД) или дилеров должно отвечать определенным целям, а, соответственно, ТПС должна четко выполнять возложенные на нее функции. Как правило, вся совокупность целей и задач субъектов товаропроводящей сети предприятия находит отражение в принципах деятельности, утверждаемых на предприятии [1; 2].

Прежде чем приступить к юридическому оформлению субъекта ТПС, на предприятии должен быть подготовлен ряд последовательных документов, которые будут обуславливать целесообразность и возможность учреждения субъекта товаропроводящей сети. Предлагается следующая последовательность документов, которые предприятию необходимо подготовить и утвердить для обеспечения возможности создания ТПС [3]:

- служебная или аналитическая записка от руководителя коммерческой службы на имя генерального директора о проработке вопроса о целесообразности и необходимости создания субъекта ТПС предприятия;
- решение дирекции о создании субъекта ТПС с указанием юридической формы создаваемого субъекта ТПС, доли собственности предприятия;
- письмо от имени генерального директора в адрес председателя наблюдательного совета предприятия с просьбой рассмотреть вопрос о создании субъекта ТПС;
- решение наблюдательного совета о принятии предложения предприятия и утверждение решения о создании субъекта ТПС;
- утверждение генеральным директором предприятия устава или положения о субъекте ТПС;
- приказ по предприятию о назначении директора создаваемого субъекта ТПС.

Совокупность собранных данных предлагается аккумулировать в служебной или аналитической записке, предоставляемой в адрес генерального директора от руководителя коммерческой службы предприятия. В данном документе должен приводиться синтезированный комплекс анализа маркетинговой деятельности предприятия в целевом регионе, должны быть охарактеризованы перспективы развития рынка по данному сегменту, оценены возможности и угрозы деятельности предприятия. В итоге анализа, приведенного в данной аналитической записке в адрес генерального директора, предлагается создание в том или ином регионе субъекта ТПС предприятия.

При условии одобрения дирекцией предприятия предложенных мероприятий в области совершенствования распределительной политики составляется и подписывается протокол или решение заседания дирекции предприятия. В данном документе уже отражается месторасположение, конкретная юридическая форма предлагаемого субъекта ТПС, доли собственности в ус-

тавном фонде. После подписания протокола заседания или решения дирекции о создании субъекта ТПС предприятия в конкретном регионе необходимо получить одобрение наблюдательного совета. От имени генерального директора предприятия в адрес председателя наблюдательного совета направляется письмо с просьбой рассмотреть вопрос о целесообразности создания в конкретном регионе субъекта ТПС предприятия.

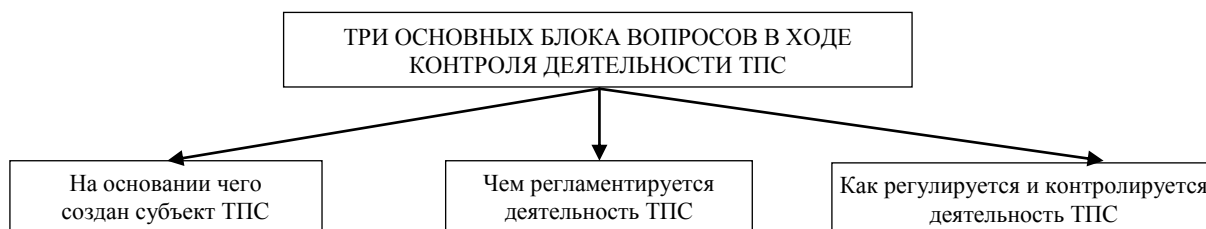
Затем необходимо обусловить рамки деятельности и полномочий создаваемого субъекта ТПС предприятия. Устав предприятия (при условии образования юридического лица) или положение о субъекте ТПС (в случае открытия филиала или представительства) должны быть представлены в органы государственной регистрации вместе с прочими документами для учреждения субъекта ТПС. Но даже при условии, когда данные документы могут разрабатываться или согласовываться после учреждения субъекта ТПС, необходимо разработать и утвердить как минимум проекты данных документов. Это делается с целью первоочередного приоритетного определения полномочий сторон и рамок деятельности субъекта ТПС, так как создаваемый субъект ТПС должен изначально отвечать поставленным целям и заданным тактическим задачам, направленным на обеспечение стратегической конкурентоспособности предприятия.

Также данный шаг осуществляется с целью изначального определения всех акцентов и полномочий и недопущения повторения случаев, когда конечные результаты деятельности субъектов ТПС шли в разрез с первоначально декларируемыми принципами функционирования данной организации. Ведь если изначально юридически не зафиксировать данные моменты и в итоге утвердить устав или положение, предоставляющее субъекту ТПС чрезмерные полномочия, то в случае возникновения спорной или конфликтной ситуации головному предприятию будет крайне сложно или вообще невозможно отстоять свою точку зрения. Особенно актуален данный вопрос при создании совместных предприятий и торговых домов при условии наличия одного и более соучредителей с любым процентом в уставном фонде.

Затем генеральный директор подписывает приказ о назначении директора субъекта ТПС. В приказе оговаривается конкретный человек с указанием паспортных данных, оговаривается срок контракта, дата назначения. При этом, данный человек не обязательно должен быть до этого момента работником предприятия, это может быть абсолютно сторонний человек, который после подписания приказа будет зачислен в штат головного предприятия как директор конкретного субъекта ТПС. Всех остальных сотрудников субъекта ТПС в соответствии с заранее утвержденным с руководителем головного предприятия штатным расписанием может назначать непосредственно директор данного субъекта ТПС. После утверждения всех вышеперечисленных документов можно подавать пакет документов и заявление на регистрацию субъекта ТПС.

С целью недопущения нанесения экономического ущерба предприятию и государству в целом, деятельность предприятия в области создания, развития, управления и контроля ТПС подвергается тщательному мониторингу и анализу со стороны контрольно-ревизионных органов профильных министерств, госконтроля и прочих ведомств. В ходе осуществления комплексных проверок у проверяющих органов возникает три основных блока вопросов. Сводная информация представлена на рисунке.

Основные блоки вопросов при оценке целесообразности учреждения ТПС



Если развернуть блоки вопросов, представленные на данном рисунке, то можно сформулировать следующий перечень приоритетных вопросов [4]:

- комплект документов, обосновывающих и разрешающих учреждение субъектов ТПС (аналитические записки, решения дирекции, разрешения наблюдательного совета);
- учредительные документы субъектов ТПС (протокол собрания учредителей, свидетельство о регистрации, устав предприятия, лицензии и пр.); положение о субъекте ТПС предприятия (в случае создания представительства или филиала без образования юридического лица);

- генеральное дилерское соглашение или договор, в соответствии с которым осуществляется сотрудничество головного предприятия с субъектом ТПС;
- принципы функционирования ТПС предприятия;
- положение о контроле деятельности субъектов ТПС;
- положение о ценообразовании субъекта ТПС (или указание пунктов в дилерском договоре или принципах деятельности, где конкретно прописываются пункты, определяющие вопросы ценообразования);
- структура реализации продукции в адрес субъектов ТПС, спецификация, удельная доля в общем объеме реализации, динамика цен, ценовые обоснования;
- данные о ценовом мониторинге (формы, методы, достоверность, адекватность).

Базовыми документами при анализе эффективности функционирования ТПС предприятия являются документы, обуславливающие непосредственно создание конкретного субъекта ТПС, к которым, как упоминалось ранее, относятся аналитическая записка – обоснование о необходимости и целесообразности учреждения субъекта ТПС, решение дирекции и протокол заседания наблюдательного совета предприятия. Последовательная серия данных документов обуславливает все внутренние уровни при принятии решения о создании субъектов ТПС, включая при этом в себя аккумулированный анализ целесообразности и необходимости данного решения и последовательность рассмотрения и утверждения сформулированного предложения высшим руководством. Поскольку в наблюдательный совет входят представители министерства или концерна в случае с предприятиями с наличием государственной доли собственности, то решение наблюдательного совета выступает конечной инстанцией при принятии решения о целесообразности учреждения субъектов ТПС.

Затем проверяются учредительные документы субъектов ТПС. К ним относятся: свидетельство о государственной регистрации непосредственно той страны, где расположен субъект ТПС; устав предприятия (в случае образования юридического лица); положение о представительстве или филиале (в таком случае юридическое лицо не образуется); протокол собрания учредителей (при условии наличия одного и более соучредителей); лицензии, выданные субъектам ТПС на осуществление определенных видов деятельности. При условии работы с дилерской ТПС могут быть проверены учредительные документы организации – дилера, наличие лицензий, подтверждающие документы, свидетельствующие о наличии в распоряжении дилера на правах собственности или аренды специализированных складских помещений, торговых площадей, офисных зданий и сервисных центров.

После этого анализируются непосредственно договорные отношения между субъектом ТПС и головным предприятием, в частности, это может быть генеральное дилерское соглашение или простой договор купли-продажи, т. е. юридический документ, на основании которого головное предприятие осуществляет в адрес субъекта ТПС отгрузку готовой продукции, изделий или полуфабрикатов. Проверяется соответствие заключенного договора законодательным нормам, анализируется надлежащее исполнение договора, выдержка сроков договора, своевременное продление или аннулирование, а также внесение в него изменений, дополнений, вводимых посредством составления и подписания дополнительных соглашений.

Затем проверяется, при условии наличия, положение о ТПС предприятия. Это может быть один документ, или положение может быть разработано отдельно для собственной и дилерской ТПС. Данное положение должно быть утверждено и согласовано желательно либо до создания ТПС предприятия, либо сразу после. При таком условии можно будет констатировать факт, что предприятие с самого начала представляло себе цели и задачи, которые должна будет решать ТПС, что и нашло отражение в принципах деятельности товаропроводящей сети.

После того, как были проанализированы документы, обуславливающие создание субъектов ТПС, регистрационные документы и договоры, регламентирующие реализацию продукции в адрес субъектов ТПС, а также принципы функционирования, начинают анализироваться формы и методы контроля за деятельностью товаропроводящей сети. При контроле за деятельностью собственной и дилерской ТПС применяются, в принципе, единые, но в нюансах рознящиеся формы и методы контроля. Положение о контроле субъектов ТПС должно полностью обеспечивать плановый, а также оперативный мониторинг, при этом предприятие должно быть готово предъявить контрольно-ревизионным органам документы, фиксирующие результаты контроля деятельности ТПС: акты, составленные по результатам проверок, протоколы дилерских конференций, формы отчетности субъектов ТПС, письма и распоряжения, направляемые в адрес субъектов ТПС. Примерный перечень вопросов относительно аспектов ценообразования для ТПС следующий:

- какими документами регламентируется ценообразование для субъектов ТПС;
- какие принципы ценообразования применяются для субъектов ТПС (себестоимость предприятия плюс наценка, рыночная цена в регионе минус фиксированная наценка, цена прочих покупателей минус скидка или др.);
- единые ли принципы ценообразования на предприятии для субъектов ТПС и при реализации в адрес прочих покупателей;
- различаются ли принципы ценообразования в адрес субъектов собственной ТПС и дилерской ТПС;
- применяются ли скидки для субъектов ТПС, чем обусловлена величина скидок, применяются ли скидки для прочих покупателей;
- какими документами регламентируется предоставление скидок;
- с каким уровнем рентабельности реализуют продукцию предприятия непосредственно в своих целевых регионах субъекты ТПС предприятия;
- устанавливается ли предельно допустимый уровень рентабельности или минимальный уровень;
- какими документами устанавливается и регламентируется плановый уровень рентабельности субъектов ТПС.

В связи с потенциальными вышеизложенными вопросами, которые обязательно возникнут в ходе мониторинга деятельности субъектов ТПС, предприятию необходимо предоставить документы, подтверждающие законность, структурированность и обоснованность политики ценообразования в адрес субъектов ТПС. Как упоминалось ранее, для этого рекомендуется разработать на предприятии и утвердить положение о ценообразовании для субъектов ТПС. Для субъектов собственной ТПС и дилерской ТПС можно разработать отдельные положения, также можно аккумулировать все принципы в одном положении.

Можно прописать пункты, относящиеся к ценообразованию в генеральном дилерском соглашении, указывать и утверждать предельный уровень рентабельности для субъектов ТПС в бизнес-планах, но это обусловит наличие многих документов. При этом в некоторых договорах можно забыть указать или разграничить нюансы вопросов ценообразования, в связи с этим предприятиям предлагается разработать и утвердить у себя положение о ценообразовании в адрес субъектов ТПС, где обусловить и расписать все пункты, регулирующие процесс ценообразования.

Также подвергается анализу структура реализации продукции головным предприятием в адрес субъектов ТПС. Как правило, следует предоставить данные об объемах реализации в адрес различных субъектов ТПС, динамику и анализ удельной доли в общем объеме продаж, уровень рентабельности. Может потребоваться анализ уровня рентабельности по отношению к прямым продажам или реализации не в адрес субъектов ТПС, может проводиться анализ разработки и установления цены. Это может быть выработка единого прейскуранта при реализации на экспорт, но, как правило, это индивидуальные цены для каждого рыночного региона. Также при условии динамики рыночной ситуации уровень цен может постоянно меняться, что и должны обуславливать и аргументировать ценовые обоснования по каждому договору.

И, наверняка, главным аспектом проверки работы предприятия с субъектами ТПС является вопрос адекватности и правильности установления отпускных цен. Данный вопрос, в первую очередь, касается именно экспортных рынков, где не действуют внутренние прейскуранты, но также при условии реализации продукции ниже уровня прейскуранта могут касаться и внутреннего рынка Республики Беларусь. Ценовой мониторинг рынков мы рассмотрим в дальнейшем более подробно, но главным необходимо отметить тот принцип, что предприятие должно предоставить документы, подтверждающие адекватный ценовой анализ рыночных цен в целевых регионах и установление своих отпускных цен в адрес ТПС.

Таким образом, создание любых субъектов ТПС не должно осуществляться исключительно по разнарядке или вследствие наличия модных рыночных тенденций, отражающих уровень компетентности менеджмента предприятия. Товаропроводящая сеть – это не лимитированный свыше обязательный к внедрению маркетинговый инструмент, не критически необходимый для выживания предприятия коммерческий фактор – это один из возможных рыночных способов совершенствования распределительной политики предприятия, в котором скрыты резервы снижения себестоимости продукции. Данный коммерческий шаг должен быть обоснован соответствующими факторами микро- и макросреды предприятия-производителя. Только при наличии реального экономического обоснования, четко поставленных целей и задач, ясно и непротиворечиво задекларированных форм и методов управления и принятия решений, а также про-

зрачной системы контроля и анализа эффективности деятельности можно будет обеспечить эффективное и полезное для стратегической конкурентоспособности предприятия-производителя функционирование субъектов ТПС.

Список литературы

1. **Глубокий, С. В.** Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий. – Минск : Изд-во Гревцова, 2008. – 376 с.
2. **Гордон, М. П.** Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. В. Карнаухов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 168 с.
3. **Бердин, А. Ю.** Организация товаропроводящих сетей предприятия как базовая составляющая стратегического планирования маркетинга / А. Ю. Бердин // Потребит. кооп. – 2010. – № 2. – С. 17–21.
4. **Бердин, А. Ю.** Специфика стратегии распределительной политики предприятий промышленности строительных материалов / А. Ю. Бердин // Вестн. Гом. гос. техн. ун-та им. П. О. Сухого. – 2011. – № 3. – С. 104–111.

УДК 346.62 : 368

Т. А. Вerezубова (verezubova@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, докторант
кафедры налогов и налогообложения
Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

КОНТРОЛЬ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В настоящей статье рассматривается проблема обеспечения платежеспособности страховщиков в современном обществе. Эта проблема важна для собственников страховых организаций, их менеджеров, страхователей и государства. Существующая в Республике Беларусь система оценки платежеспособности, также, как и в России, и в большинстве стран Евросоюза, не в полной мере учитывает все возможные риски, которым подвергаются страховые компании в рыночной экономике, и требует своего развития. Мировая практика выработала новую систему контроля платежеспособности Solvency II, которая пока еще редко применяется даже в развитых странах, но переход на нее находится в постоянной дискуссии. В статье предлагается изучить концепцию новой системы контроля платежеспособности при разработке внутренней финансовой стратегии белорусских страховщиков.

The problem of ensuring solvency of insurers in modern society is reviewed in this article. This problem is important for owners of insurance companies, their managers, insurers and the country. The system of an assessment of solvency, existing in the Republic of Belarus, as well as in Russia and in the majority of the European Union countries, not fully considers all possible risks, that insurance companies in market economy are exposed, and demands development. The world practice has developed a new monitoring system of solvency of Solvency II that is still seldom used even in well-developed countries, but transition to it is in continuous discussion. It is offered to test the concept of new monitoring system of solvency when developing internal financial strategy of the Belarusian insurers in this article.

В условиях конвергентной экономики страховые компании, оперирующие в своей основной деятельности не материальными, а финансовыми ресурсами, наиболее подвержены влиянию рыночных циклических колебаний. Между тем, львиная доля их денежных средств – это привлеченный капитал страхователей, т. е. страховые резервы, сформированные за счет собранных страховых взносов. Данное обстоятельство повышает ответственность финансовых менеджеров страховщиков при разработке финансовой стратегии. Важным является осмотрительное ведение дел и учет всех эндогенных и экзогенных факторов, составляющих окружающую среду страховой компании. Исходя из этого, главной целью страховой деятельности должно быть не столько получение сиюминутной прибыли, а сохранение платежеспособности и финансовой устойчивости на весь период деятельности страховщика.

Проблема оценки платежеспособности страховых организаций является весьма дискуссионной во всем мире. Как сам термин «платежеспособность» рассматривается учеными и аналитиками разных стран неоднозначно, так и его оценка весьма разнообразна в подходах различных авторов и государственных регуляторов разных стран.

Финансовая устойчивость обычно трактуется как способность страховой организации в любой текущий и предстоящий период выполнять принятые обязательства, и прежде всего перед страхователями по заключенным договорам страхования. В свою очередь, платежеспособ-