

-
- эластичность поставок продукта на внешний рынок другими странами: данный фактор учитывает наличие конкурентной среды и способность экспортеров данной страны влиять на внешние рынки;
 - эластичность предложения продукта на экспорт: в длительном периоде предложение эластичнее, реакция на изменившийся спрос требует времени.

Для стимулирования экспорта Республики Беларусь предпочтительна девальвационная политика, т.к. она позволит увеличить объемы экспорта в стоимостном выражении. Спрос на продукты, экспортируемые республикой на внешнем рынке, эластичен и производителям необходимо постоянно поддерживать конкурентоспособность продукта. Учитывая низкий уровень конкурентоспособности производимой в республике продукции по качеству, основным критерием ее выхода на внешние рынки является ценовая конкурентоспособность. Объемы и специфика производства экспортируемых республикой товаров (в основном сырьевые товары и продукты нефтепереработки, машины и оборудование) не позволяют национальным производителям влиять на цены внешних рынков. Объем производства экспортируемой продукции напрямую зависит от производственных мощностей национальных предприятий, увеличение которых происходит в среднесрочном периоде, соответственно предложение экспортируемых республикой продуктов не эластично. Таким образом, можем заключить, что влияние валютного курса на физический объем товарного экспорта незначительно. Основное влияние валютного курса на стоимостной объем экспорта происходит посредством изменения эквивалента валютной выручки, как от товарного экспорта, так и от экспорта услуг.

Предложение услуг эластично и не находится в прямой зависимости от производственных мощностей. Увеличение предложения услуг может происходить посредством привлечения иностранных инвестиций в денежной и товарной форме. Конкурентная среда внешнего рынка услуг представлена большим количеством постоянных участников, в силу чего организации республики влияния на внешний рынок не оказывают. Эластичность спроса услуг на внешних рынках достаточно высока, и основным фактором работы на рынке является ценовая конкурентоспособность. На этом основании можем заключить, что влияние валютного курса на экспорт услуг велико и посредством валютной политики государство способно создать условия, позволяющие повысить экспорт услуг.

В мировой экономике широко распространена практика регулирования валютного курса страны с целью поддержки экспортеров, девальвация валют все чаще применяется не только как метод повышения ценовой конкурентоспособности на внешних рынках, но и как способ регулирования платежного баланса[2]. Курс действительно имеет огромное значение при проведении внешнеэкономических операций предприятиями, но и прежде всего, соответствует реальному состоянию международных платежей, определяемому издержками, техническим уровнем, качеством товаров и многими другими факторами. Существенные колебания валютного курса влияют на конкурентоспособность предприятий, на соотношение экспортно-импортных цен и сказываются на международных валютно-финансовых отношениях.

Литература

1. Международная экономика / А.И. Михайлушкин, П.Д. Шимко. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2008. – 463 с.
2. Чаплина, А. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия / А. Чаплина // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №3. – С. 110–111.

ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ОБЪЕМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

А.В. Безбородова

*Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси, г. Минск
aleksandra.bez@yandex.ru*

Денежные доходы населения определяются как доходы, включающие оплату по труду всех категорий населения, пенсии, пособия, стипендии и другие социальные трансферты, поступления от продажи продуктов сельского хозяйства, доходы от собственности в виде процентов по вкладам, ценным бумагам, дивидендов; доходы лиц, занятых предпринимательской деятельностью, а также страховые возмещения, ссуды, доходы от продажи иностранной валюты и другие доходы [1].

Вклад составляющих в общий прирост денежных доходов населения представлен в таблице 1 за период времени с 2006 по 2010 год.

Таблица 1 – Вклад компонентов в прирост денежных доходов населения (процентных пунктов)

	2006	2007	2008	2009	2010
Всего денежных доходов	25,4	24,4	24,0	16,3	24,2
оплата труда	13,2	12,3	11,4	9,2	13,6
трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии и другие трансферты населению)	4,7	4,2	3,9	3,0	4,8
доходы от собственности (проценты по депозитам, дивиденды и прочие доходы от собственности)	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6
прочие доходы (поступления от продажи продукции сельского хозяйства, доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход, и прочие поступления)	7,1	7,4	8,1	3,6	5,2

Источник: [2]

На протяжении всего анализируемого промежутка времени основной вклад в прирост доходов населения вносили оплата труда и прочие доходы. Однако в 2010 году вклад последних сократился. Данный факт в большей степени обусловливается тем, что столь значительный рост доходов населения в посткризисный 2010 год стимулировался лишь административными методами.

Рост заработной платы на фоне снижения ставки рефинансирования (с 13,5% до 10,5%) в 2010 году привел к опережающему росту внутреннего потребления, который в 2010 году стал главным фактором высоких темпов экономического роста Республики Беларусь (табл. 2).

Таблица 2 – Вклад компонентов совокупного спроса в прирост ВВП (в среднегодовых ценах 2005 года, процентных пунктах)

	2006	2007	2008	2009	2010(І-ІІІ)
ВВП	10,0	8,6	10,2	0,2	6,7
Конечное потребление					
в том числе:	6,5	7,0	9,1	0,0	5,4
домашних хозяйств	6,6	7,1	9,1	0,1	4,9
Валовое накопление	9,2	5,6	10,3	-1,2	3,9
Чистый экспорт	-7,8	-1,5	-9,4	2,1	-3,8
Статистические расхождения	2,1	-2,5	0,2	-0,7	1,2

Источник: [2]

Так, за первые три квартала 2010 года основной вклад в прирост ВВП внесло конечное потребление – 5,4 п.п., в том числе 4,9 п.п. – потребление домашних хозяйств. При этом вклад валового накопления в прирост ВВП составил 3,9 п.п., что значительно ниже докризисного периода.

Необоснованный рост заработных плат в 2010 году привел к увеличению доли расходов на непродовольственные товары, где доля импортной продукции выше по сравнению с продовольствием.

Темп роста объемов производства потребительских товаров в 2009 году составил 99,9%, в 2010 года – 113,1%. При этом продовольственных товаров – 104,6 и 111,5%, непродовольственных – 94,3 и 115,2% соответственно.

Доля продажи товаров импортного производства магазинами в объеме их розничного товарооборота увеличилась с 21,4% в 2009 году до 23,4% в 2010 году, по продовольственным товарам – с 13,5 до 14,9%, по непродовольственным – с 32,4 до 34,6% (табл. 3).

Таблица 3 – Динамика производства и продаж потребительских товаров

	2009	2010
Темп роста производства потребительских товаров	99,9	113,1
Продовольственных	104,6	111,5
Непродовольственных	94,3	115,2
Динамика розничного товарооборота, в % к соответствующему периоду предыдущего года	103,2	117,1
Продовольственных товаров	103,9	115,0
Непродовольственных товаров	102,5	119,3
Доля продажи товаров импортного производства магазинами в объеме их розничного товарооборота	21,4	23,4
Продовольственных	13,5	14,9
Непродовольственных	32,4	34,6

Источник: [2]

Согласно теории Дж. М. Кейнса, с ростом доходов растет и спрос, увеличиваются расходы на потребление, но не в той пропорции, в которой растут доходы. По мере роста доходов прирост потребления замедляется. Причина этого, по терминологии Кейнса, «основной психологический закон» по мере роста богатства склонность к потреблению снижается, а часть дохода, откладываемая на сбережения, увеличивается.

Однако рост доходов населения Беларусь в 2010 г., основанный на необоснованном увеличении заработных плат, напротив привел к росту розничного товарооборота. При этом опережающими темпами развивался рынок непродовольственных потребительских товаров. При этом производство непродовольственных потребительских товаров в Беларусь отставало от увеличения объемов их продаж на внутреннем рынке. Как следствие, произошло увеличение доли импортной продукции в продажах, рост импорта и отрицательного сальдо внешней торговли непродовольственными потребительскими товарами.

Литература

1. Гавриленко, В.Г. Капитал. Энциклопедический словарь // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр» – Минск, 2009.
2. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь – <http://belstat.gov.by/>.

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМ ОБЛИГАЦИОННЫМ ЗАЙМОМ

А.И. Бельзецкий

ОАО «БелМежКомИнвест», г. Минск, Беларусь

bmki07@mail.ru

Корпоративный облигационный заем – это экономические отношения, возникающие между субъектом хозяйствования и инвестором по поводу стоимости, передаваемой во временное пользование в обмен на облигацию.

Для белорусских предприятий облигационные займы являются одним из наиболее перспективных источников финансирования инвестиционных проектов. Выпуск облигационных займов, при прочих равных условиях, позволяет предприятию привлекать заемные средства дешевле и на более длительные сроки по сравнению с банковским кредитом и векселями.

Управление корпоративным облигационным заемом представляет собой целенаправленный процесс его формирования из различных источников и в разных формах в соответствии с потребностями предприятия в заемном капитале на различных этапах его развития. Процесс управления корпоративным облигационным заемом включает следующие основные этапы.

1. Определение целей привлечения заемных средств. Корпоративный облигационный заем является источником средне- и долгосрочного финансирования. Как правило, на средне- и долгосрочный период (свыше 1 года) заемные средства привлекаются для расширения объема собственных основных средств и формирования недостающего объема инвестиционных ресурсов (хотя при консервативном подходе к финансированию активов заемные средства на долгосрочной основе привлекаются и для обеспечения формирования оборотного капитала).

2. Определение предельного объема привлечения заемных средств. Максимальный объем привлечения заемных средств диктуется двумя основными условиями:

– предельным эффектом финансового рычага. Так как объем собственных финансовых ресурсов формируется на предшествующем этапе, общая сумма используемого собственного капитала может быть определена заранее. По отношению к ней рассчитывается коэффициент финансового рычага (коэффициент финансирования), при котором его эффект будет максимальным. С учетом суммы собственного капитала в предстоящем периоде и рассчитанного коэффициента финансового рычага вычисляется предельный объем заемных средств, обеспечивающий эффективное использование собственного капитала;

– обеспечением достаточной финансовой устойчивости предприятия. Она должна оцениваться не только с позиций самого предприятия, но и с позиций возможных его инвесторов, что обеспечит впоследствии снижение стоимости привлечения заемных средств.

С учетом этих требований предприятие устанавливает лимит использования заемных средств в своей хозяйственной деятельности.