

рая осуществляется посредством финансовой поддержки, налоговых льгот и информационно-маркетинговой поддержки.

Механизм предоставления налоговых льгот экспортерам должен использоваться исключительно в целях создания равных условий налогообложения для всех категорий налогоплательщиков, работающих на экспорт, а не для создания льготных режимов налогообложения одним за счет других.

Льготы по каждому виду налогов должны предоставляться в законодательном порядке в форме экономически оправданных вычетов и скидок с облагаемой базы или пониженных ставок только после тщательной проработки социально-экономического эффекта налоговых преференций, анализа существующей практики работы территорий с особым правовым режимом и расширения мер налогового стимулирования внешнеэкономической деятельности.

По аналогии с порядком, применяемом в технико-экономическом обосновании инвестиционных проектов, необходимо разработать и внедрить систему оценки эффективности существующих и новых налоговых льгот по предприятиям-экспортерам, учитывая социально-экономическое значение их безубыточной работы и создания новых высокотехнологичных рабочих мест, что позволит проводить более взвешенную налоговую политику, а не стимулирование деятельности предприятий-временщиков – резидентов СЭЗ, работающих только в течение срока действия льгот и свертывающих производство после их прекращения.

Литература

1. **Основные** показатели внешней торговли в 1995–2015 годах. Официальная статистика по внешней торговле // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016 год. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/vneshnyaya-torgovlya_2/osnovnye-pokazateli-za-period-s-__po-___gody_10/osnovnye-pokazateli-vneshnei-torgovli/. – Дата доступа: 27.02.2017.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР СДЕРЖИВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

Котлярова Дарья Владимировна¹

Лемешевский Иван Михайлович¹

¹Белорусский государственный университет,
Институт бизнеса и менеджмента технологий, Минск
3653090@rambler.ru

На общем фоне инфляции как особого экономического явления следует признать, что в условиях макроэкономической несбалансированности современная корпорация выступает не только *объектом* размещения инфляционного налога, но и *субъектом* инфляционных процессов. То есть современная корпорация есть один из институциональных *факторов* потенциального усиления инфляции.

Вместе с тем анализ современной практики использования стандартов корпоративного управления показывает, что сама корпорация также может выступить в качестве *фактора стабилизации* инфляционных процессов на рынке отраслевого продукта и соответствующих рынках факторов производства.

Это связано с наличием у современной корпорации сильного внешнего окружения, из числа широкого перечня «заинтересованных лиц», «совладельцев» или партнеров. К таким заинтересованным партнерам в первую очередь следует отнести основных поставщиков сырья, постоянных покупателей продукции, а также коммерческие банки и другие финансовые институты.

Корпорация и ее постоянные партнеры взаимозависимы в различных аспектах – технологическом, производственном, кадровом, информационном и финансово-экономическом. В рамках внешнего взаимодействия «заинтересованных лиц» организуется не только кругооборот авансированного капитала, но и формируется цепь создания и распределения добавленной стоимости обработки. Такая цепь может восприниматься не только как «потребитель цены», но и как определенная «инфляционная спираль».

При анализе корпоративных структур особое внимание следует уделять такой разновидности инфляции как *инфляции предложения*.

Известно, что инфляция предложения зарождается в *секторе бизнеса*, есть такая разновидность или *тип* современной инфляции, когда ее основные причины сконцентрированы на полюсе совокупного предложения, по линии недостаточного физического объема выпуска или возрастания издержек производства (АТС).

Применительно к производственной корпорации в качестве основных *факторов* инфляции предложения следует выделить:

- монополизм и бесхозяйственность, обесценение оборотного капитала;
- превышение темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда;
- практику затратного ценообразования в условиях отсутствия сильной отраслевой конкуренции;
- низкий уровень инновационности производственного процесса [2, с. 446].

Стагфляция. На наш взгляд, потенциал корпоративного воздействия на инфляционные процессы целесообразно рассматривать не только через конкретные *факторы* активизации, но посредством выделения и последующего анализа ее основных *форм*. В качестве основных форм инфляции предложения принято выделять: (1) стагфляцию; (2) инфляцию издержек производства; (3) инфляцию прибыли.

Под *стагфляцией* понимают такое явление, когда снижение объема выпуска дополняется повышением общего уровня цен. Обратим внимание на то, что рецессия белорусской экономики всегда сопровождается именно стагфляцией (2016 г.: инфляция 10,6%; ВВП минус 2,6%) [3, с. 8]. При этом в мировой практике хозяйствования данное экономическое явление было характерно лишь для 70-х годов прошлого века. Скорее всего, в белорусских условиях срабатывают такие особые факторы стагфляции, как высокая степень концентрации производства и монополизм производителя, низкие темпы НТП, а также нестабильность бюджета и несбалансированность платежного баланса.

Обратим внимание на то, что спад объема выпуска может быть как исходной причиной роста цен, так и следствием самой инфляции (рис. 1).

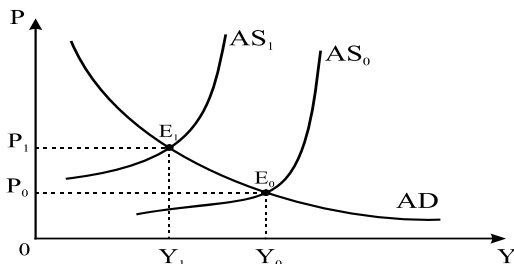


Рисунок 1. Модель роста уровня цен на основе повышения издержек производства

В первом случае срабатывает стремление корпораций любой ценой сохранить прежний уровень денежного дохода, эксплуатируя потребительский спрос. Во втором случае следует исходить из того, что рост цен на факторы производства обесценивает оборотный капитал, тормозит его движение, прямолинейно повышает издержки производства (АТС) и грозит закрытием менее устойчивых предприятий.

При этом обратим внимание на то, что по состоянию на 1.01.2017 г. 20,7% белорусских предприятий оказались убыточными (2015 г. – 18,7%) [3, с. 24]. Это означает, что механизм стагфляции уже не позволяет, как это было ранее, перекладывать экономические потери, в виде «особого корпоративного груза», на конечного потребителя.

Поэтому корпоративное управление современного типа должно все более ориентироваться на императивы неценовой конкуренции, при активизации маркетинговой позиции на внутреннем и внешнем рынке сбыта, блокируя проникновение товаров прямых конкурентов и товаров-заменителей. В итоге объектом корпоративного управления выступают внутрифирменное ценообразование, динамика цен на промежуточные товары и сырье.

Инфляция издержек производства. Формально инфляцию *издержек производства* можно рассматривать как приспособление корпорации к изменяющимся экономическим условиям. Среди таких изменений в качестве основных факторов инфляции издержек производства следует выделять:

- а) отставание темпов роста производительности капитала от увеличения стоимости денежного капитала (инфляция «роста процентных издержек»);
- б) вовлечение в производство менее эффективных экономических ресурсов с целью наращивания объема выпуска («административная инфляция»);
- в) возрастание налоговой нагрузки («инфляция налоговой цены»);
- г) рост цен на основные виды сырья, включая и импортируемые («инфляция прямых издержек»);
- д) сокращение объема выпуска и рост АТС за счет повышения доли постоянных издержек производства в условиях недоиспользования производственных мощностей;

е) торможение НТП и инновационного процесса [2, с. 449].

Расчеты показывают, что в белорусской экономике *рост номинальной ЗП* на 1% способствует повышению цен на 0,34%, а *девальвация рубля* на 1% приводит через рост импортных составляющих издержек к росту цен на 0,4%. Безусловно, у инфляции издержек производства с определенного момента обнаруживается механизм самоограничения. Но рыночная позиция корпорации не должна быть монополистической, а само руководство корпорацией должно быть позитивно настроено к инновационному процессу.

Вместе с тем каждый корпоративный фактор инфляции издержек производства может и должен быть конструктивно оценен с точки зрения нейтрализации сквозь призму стандартов корпоративного управления.

Для примера остановимся на выделенном выше пункте «а».

Действительно, негативное воздействие инфляции обнаруживается в том, что динамика ссудного процента отрывается от динамики рентабельности реального сектора экономики. Номинальная процентная ставка уходит по шкале доходности вперед, стремится превзойти инфляцию. Для коммерческого банка выгодным становится вложение денежного капитала лишь в краткосрочные проекты. Наоборот, невыгодным становится вложение капитала в долгосрочные инвестиционные проекты реального сектора экономики. При этом под давлением задолженности в структуре экономических издержек корпорации повышается удельный вес процентных расходов.

Следует признать, что для многих корпораций на текущий момент возросшая перед банками долговая нагрузка дополнилась невозможностью обслуживать кредитное бремя. При этом далеко не все субъекты хозяйствования способны преобразовывать заемные ресурсы в эффективно функционирующий капитал.

Но при внедрении на госпредприятии корпоративных стандартов управления, когда в состав Наблюдательного совета директоров входят представители банка-партнера, то это позволяет во многом переломить данную ситуацию. Гарантированный доступ к денежным ресурсам по равновесным ценам, оказание содействия в выходе на фондовый рынок (*IPO* и т. п.), инвестиционное консультирование, венчурное кредитование и другие банковские продукты в значительной мере способны заблокировать канал нагнетания инфляции издержек производства. При этом особое значение приобретает кредитование банком-партнером инвестиционных проектов, когда складывается корпоративная ответственная схема формирования пофакторных доходов [1, с. 497].

Инфляция прибыли. Особое внимание следует обратить на *инфляцию прибыли*. Так как прибыль выступает в качестве источника внутренних накоплений и развития, то данное обстоятельство объясняет стратегический интерес корпорации к максимизации чистого дохода.

Анализ практики хозяйствования показывает, что в условиях высоких инфляционных ожиданий у бизнеса усиливаются опасения того, что в перспективе не удастся получить приемлемую массу прибыли. Из-за того, что в условиях фиксированных контрактных цен на продукцию сложно остановить рост зарплат, повышение цен на сырье, технологическое оборудование (запчасти) и т. д. Понятно, что обесценение прибыли дополняется обесценением всего оборотного капитала корпорации.

Кроме усложнения условий поставки (предоплата и др.) при заключении контрактов на поставку продукции корпорации предпочитают переходить на повышенные цены, или предусмотреть более высокую ставку коммерческого кредита с учетом срока оплаты и уровня инфляции на рынке факторов производства. В целом используется «ценовая надбавка», посредством которой бизнес стремится компенсировать ожидаемое обесценение оборотного капитала и прибыли. Тем самым вполне осознанно закладывается так называемый *инфляционный резерв*.

Надо признать, что в качестве основного движущего субъекта инфляции прибыли обычно выступают крупные корпорации, которые располагают сложными схемами поставок исходного технологического сырья. Вместе с тем есть все основания полагать, что именно крупные корпорации могут выступить основным сдерживающим фактором для инфляции прибыли. В условиях нарастания неценовой конкуренции корпоративные взаимосвязи должны способствовать формированию ответственных схем формирования и распределения добавленной стоимости обработки (прибыли) между заинтересованными партнерами, представители которых должны входить в *Наблюдательный совет* корпорации.

В заключении отметим, что корпоративные стандарты управления позволяют противостоять опасности возникновения *несбалансированной* инфляции. Если несбалансированная инфляция вызвана межотраслевым неравновесием корпораций, то в таком случае приходится иметь дело со структурной инфляцией. Обычно данная разновидность инфляции характерна для периода проведения радикальных реформ, конверсии военного производства и т. д.

Возможность располагать и обмениваться достаточно большим объемом информации в пределах корпоративной структуры позволяет осуществлять более точное прогнозирование инфляции. Наличие такой информации, полученной от партнеров по бизнесу, и соответствующих прогнозов позволяет корпорации и бизнес-группе предпринять меры по защите коммерческих интересов и свести до минимума негативные последствия инфляции.

Литература

1. **Лемешевский, И. М.** Деньги. Кредит. Банки : общая теория денег и современная практика : курс лекций для студентов экономических специальностей. – Минск : ФУАинформ, 2015.
2. **Лемешевский, И. М.** Макроэкономика: общая теория равновесия : учеб. пособие / И. М. Лемешевский. – 4-е издание. – Минск : Мисанта, 2016.
3. **Основные** тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь // Аналитическое обозрение за 2016 год. – Минск : Национальный банк Республики Беларусь, 2017.