

2. О'Лири, Дэниэл, ERP-системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация/Дэниэл О'Лири; [Пер. с англ Ю. И. Водяновой]. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 272 с.

3. Терехов А. Н. Эффективность внедрения ERP-системы / А. Н. Терехов [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: – http://citforum.ru/consulting/ERP/atk_tco.shtml. – Дата доступа : 08.11.2017.

4. Сайт «Финансовый директор». Топ-10 способов провалить проект внедрения ERP-системы / [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://fd.ru/articles/158514-10-sposobov-provalit-vnedrenie-erp-sistemy-qqq-17-m3>. – Дата доступа: 09.11.2017.

Совершенствование казначейских процедур исполнения бюджета в условиях программно-целевого бюджетирования

*Кукса А. В., магистрант ГрГУ им. Я. Коласа,
науч. рук. проф. Сорокина Т. В., д-р экон. наук*

Внедрение программно-целевого бюджетирования на стадии исполнения бюджета направлено на оптимизацию использования ограниченных ресурсов, находящихся в распоряжении государства. Кроме того, бюджетирование позволяет определить «узкие» места в процессе исполнения бюджета, требующие тщательного изучения и совершенствования. Одним из таких направлений является казначейская система исполнения бюджета.

Первоочередной задачей является модернизация действующей бюджетной классификации. Это касается программной классификации, выступающей в качестве основного источника информации о направлениях финансирования государственных программ. Необходимо привести программную классификацию в соответствие, используя четырехуровневую группировку расходов (программа, подпрограмма, задача, мероприятие), предусмотренную в утвержденных государственных программах [1]. При этом на уровне «задача» необходимо установить взаимосвязь с нормативно-правовыми актами (закон о республиканском бюджете, решения местных Советов депутатов), устанавливающими расходные обязательства. Это позволит ежегодно формировать республиканский и местные бюджеты, опираясь на программную классификацию расходов, упростит процесс установления плановых назначений распорядителям и получателям бюджетных средств.

Для получения более подробной и оперативной информации о финансировании государственных программ необходимо внедрение дополнительной классификации по источникам финансирования. Также следует обратить внимание на экономическую классификацию расходов. Государственному

казначейству в условиях программно-целевого бюджетирования следует отказаться от контроля за многочисленными элементами расходов по экономической бюджетной классификации, сосредоточиться на контроле за общими направлениями расходов по государственным программам. Для этого необходимо сократить экономическую классификацию до двух уровней (статья, подстатья), увязав ее с единым планом счетов бухгалтерского учета и отчетности в государственном секторе.

Для казначейства первичным источником информации о наличии плановых ассигнований у получателей бюджетных средств является утвержденная бюджетная смета расходов, в которую в течение года могут вноситься изменения. В то же время получатели бюджетных средств, помимо утвержденных на год смет расходов, в процессе своей деятельности руководствуются государственными программами и доведенными в них объемами необходимого финансирования. Возникающие расхождения в объемах программного финансирования требуют постоянного анализа, уточнения и недопущения принятия обязательств, не обеспеченных бюджетными ассигнованиями.

В процессе исполнения бюджета у государственного казначейства возникают вопросы правильности отнесения отдельных расходов к программным, при этом полномочия для отказа в приеме отсутствуют. Указом №289 от 25.07.2016 г. установлено, что государственная программа не является документом, определяющим полномочия на установление расходного обязательства, за исключением объемов финансирования, предусмотренных на оказание государственной финансовой поддержки в виде возмещения расходов [2]. В то же время финансирование программ осуществляется в соответствии с актами законодательства, регулирующими вопросы финансирования.

В настоящее время в Республике Беларусь действует только порядок финансирования мероприятий государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 г., утвержденный постановлением Минсельхозпрода от 24.02.2017 г. №20. По остальным программам специальный порядок финансирования не разработан.

Территориальные органы государственного казначейства в процессе исполнения бюджета руководствуются инструкцией о порядке организации и осуществления исполнения республиканского бюджета, местных бюджетов, утвержденной постановлением Минфина от 27.06.2011 г. №63, в которой отсутствуют положения, позволяющие определять и контролировать использование бюджетных средств в рамках реализации мероприятий государственных программ.

Необходимо рассмотреть вопрос доработки действующей инструкции либо разработки отдельного нормативно-правового акта, определяющего соответствующий порядок финансирования. Это позволит наделить террито-

риальные органы государственного казначейства соответствующими полномочиями и повысит эффективность контроля за использованием бюджетных средств.

Литература

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23.12.2015 N 1080 «О реформировании системы управления государственными финансами Республики Беларусь» // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2015. – №5/41476.

2. Указ Президента Республики Беларусь от 25.07.2016 №289 «О порядке формирования, финансирования, выполнения и оценки эффективности реализации государственных программ» // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2016. – №1/16563.

Определение ценности бренда

*Кухарчик Д. А., Нехвядович Д. Г., студ IV к. БГЭУ,
науч. рук. Шаврук Е. Ю., ассистент*

Для многих руководителей фирм и отделов маркетинга понятие бренда является размытым, не несущим каких-то конкретных целей и задач, что влечет за собой слабую стратегию развития бренда. Это связано с тем, что в рамках организации основанием для принятия решения о маркетинговых или любых других инвестициях является то, какую ценность данные вложения обеспечат компании. Однако определить ценность бренда гораздо сложнее, чем результат, связанный с другой деятельностью, например, ценообразованием или каналами дистрибуции.

Для начала стоит определиться с тем, что понимается под термином «бренд». Бренд в современном понимании является образом товара в представлении потребителя, который позволяет последнему выбирать тот или иной товар, то есть представляет собой некий образ товара, имеющий содержание и смысл, значимые для потребителя [1, с. 119].

Вопрос определения понятия «бренд» – это один из тех вопросов в сфере брендинга, которые являются источником наибольших разногласий между экспертами. Проблема обостряется, когда дело доходит до вопроса оценки бренда. За последние два десятка лет было разработано большое количество моделей и методов оценки бренда. К таким методам относятся: метод дополнительных доходов, метод будущих доходов, метод рыночной оценки, метод экспертных оценок, метод на основе отчислений от использования торговой марки и др.

Ценность бренда можно и нужно рассматривать с точки зрения двух сторон. С одной стороны, ценность бренда для покупателя, а с другой стороны,