

Університет банківської справи  
Національного банку України  
Львівський інститут  
банківської справи



University of banking  
of the National bank of Ukraine  
Lviv institute of banking

Краківський економічний  
університет



Cracow University  
of Economics

**РОЗВИТОК  
ФІНАНСОВОЇ  
СИСТЕМИ КРАЇН  
ЦЕНТРАЛЬНОЇ  
ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ**

**THE DEVELOPMENT  
OF FINANCIAL SYSTEM  
OF COUNTRIES  
OF CENTRAL  
AND EAST EUROPE**

**Випуск 4**

**Volume 4**

**Львів  
2014**

**Lviv  
2014**

Розвиток фінансової системи країн Центральної та Східної Європи (збірник наукових праць) / Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи Національного банку України (Україна), Краківський економічний університет (Республіка Польща); редкол.; відп. ред. д. е. н. Олексій Другов, д-р Пьотр Була. – Львів, 2014. – Вип. 4. – 202 с.

The development of financial system of countries of Central and East Europe (collection of scientific labours) / Lviv institute of banking of University of banking of the National bank of Ukraine (Ukraine), Cracow University of Economics (Poland); Edited by Oleksiy Druhov, Piotr Bula. – Lviv, 2014. – Vol. 4. – 202 p.

**Редакційна колегія:**

Другов Олексій (Україна) – доктор економічних наук (відповідальний редактор)

Була Пьотр (Польща) – доктор наук (відповідальний редактор)

Вознюк Микола (Україна) – кандидат економічних наук

Фудалінський Януш (Польща) – доктор наук

Миська Роман (Україна) – кандидат історичних наук

Хрип'як Юлія (Україна) – фахівець 2-ої категорії наукового відділу

**Edition collegium:**

Druhov Oleksiy (Ukraine) – doctor of economics (chief redactor)

Bula Piotr (Poland) – doctor (chief redactor)

Voznyuk Mykola (Ukraine) – candidate of economic sciences

Fudalinski Janush (Poland) – doctor

Myska Roman (Ukraine) – PhD of history

Khrypiak Yulia (Ukraine), second category specialist of the scientific department

**Рецензенти:**

Смовженко Тамара (Україна) – доктор економічних наук, професор

Рішард Боровецькі (Польща) – доктор габілітований, професор

**Reviewers**

Smovzhenko Tamara (Ukraine) – doctor of economics, professor

Ryszard Borowiecki (Poland) – doctor hab., professor zw.

Затверджено до друку вченою радою Львівського інституту банківської справи Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ), протокол № 7 від 12 травня 2014 року

© Copyright by Cracow School of Business,  
Cracow University of Economics, Cracow 2014

ISBN 978-83-932796-6-1

## КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ – ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОГО ПОДКОМПЛЕКСА

*Анотація.* У статті обґрунтовано необхідність прийняття стратегії соціальної відповідальності концептуальною основою перспективного розвитку підприємств молочного підкомплексу. Запропоновано систему принципів, методика оцінки рівня соціальної відповідальності підприємств. Рекомендовані напрями дій відповідним органам для популяризації концепції серед підприємств агропромислового комплексу.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, молочний підкомплекс, рівень розвитку соціальної відповідальності, методика оцінки.

**Постановка проблеми.** Усиление интеграционных процессов в молочном подкомплексе предусматривает значительное расширение рыночных взаимоотношений и взаимодействий с субъектами, которые стимулируют предприятия использовать уникальные ресурсы, формирующиеся на основе социальноответственного поведения. Соблюдение стандартов социальной ответственности – закономерные, современные требования к производителям, которые стремятся обеспечить конкурентные преимущества на внутреннем и внешних рынках. В данной связи, перед производителями встает задача установления долговременных, взаимовыгодных и экономически обоснованных связей на основе социально ответственного поведения между субъектами, формирующими систему отношений в рамках подкомплекса.

**Анализ последних публикаций и исследований.** Социальная ответственность – концепция, в которой долгосрочные и взаимовыгодные отношения между субъектами рассматриваются как нематериальный актив и основной фактор развития предприятий, отраслей, исследовалась в работах П. Друкера, Ф. Котлера, М. Мескона, М. Фридманом, И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова, С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова, Л. М. Никитиной, О. А. Романовой, И. Н. Ткаченко.

**Основные результаты исследования.** Изучая теоретические подходы относительно сущности, роли и значения социальной ответственности, установлено, что существующие расхождения в восприятии идеи социальной ответственности, которые дополняют или отрицают друг друга зависят от критерия разделения.

Так в зависимости от уровня восприятия руководителями идеи социальной ответственности предприятия выделяют три подхода к пониманию корпоративной социальной ответственности.

В теории "корпоративного эгоизма", разработанной М. Фридманом, единственной ответственностью предприятия считается увеличение прибылей для своих акционеров [1].

В соответствии с теорией "умного эгоизма" социальная ответственность бизнеса – это просто "хороший бизнес", поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли, используя финансовые ресурсы на социальные программы, предприятие сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивую прибыль.

Теория "корпоративного альтруизма" предусматривает, что предприятие обязано учитывать не только факторы экономического характера, но и человеческие и социальные аспекты влияния своей деятельности как на общество в целом, так и на отдельные заинтересованные группы [1, 2].

В зависимости от принципов, которые положены в основу социальной ответственности теории группируются по четырем подходам:

Инструментальный подход, согласно которого предприятие выступает в качестве инструмента для создания богатства, а вся его социальная деятельность направлена на достижение экономического результата. Самый известный представитель данного подхода М. Фридман, считал, что "существует одна и только одна социальная ответственность делового мира, – использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, направленной на увеличение прибылей, при условии соблюдения правил игры, то есть заниматься открытой и свободной конкуренцией, без обмана и мошенничества" [1, 3 с. 14–15].

Подход с позиции политического влияния рассматривает роль предприятия в узком и широком смысле. В узком смысле роль предприятия сводится к социальным инвестициям и определенным общепризнанным обязанностям перед обществом. В широком понимании – предприятие должно отвечать за те сферы, в которых государство не способно защитить своих граждан [1, 5].

Подход с позиции социальных требований, предусматривает сосредоточение деятельности предприятий на определении и решении социальных требований общества, способствуя тем самым усилению своих позиций.

Подход с позиции этики предусматривает этические обязанности бизнеса перед обществом, в своей деятельности предприятие отвечает не только перед современным, но и перед будущими поколениями поэтому, оно должно контролировать как экономические, социальные, так и экологические показатели своей деятельности. В соответствии с этой теорией предприятие также несет моральную ответственность перед заинтересованными сторонами, к которым относят: акционеров, работников предприятия, поставщиков, потребителей и территории присутствия [5, 6, 7].

Мы придерживаемся мнения, что концепция социальной ответственности – это не управленческая технология или вид деятельности, которую компания выбирает для одобрения со стороны общества, скорее социальная ответственность – это этическая концепция, согласно которой все компании ответственны за свои решения и их результаты. Учитывая, что в основе конкурентной борьбы заложены интересы предприятий, партнеров, потребителей и общества, считаем необходимым при формировании стратегии развития молочного подкомплекса сместить акцент с попытки максимально адаптироваться к конкурентным силам на внутренние факторы конкурентного преимущества: потенциал предприятий, его ресурсы и возможности, позволяющие создавать отличную от конкурентов ценность.

Успех предприятий можно обеспечить, не только за счет удачно выбранного сегмента рынка или благоприятной конъюнктуры (это может дать лишь краткосрочный эффект), а за счет способности эффективно использовать свои уникальные ресурсы (честное ответственное взаимодействие, информационную открытость), внедрять технологические и управленческие инновации, выявлять и развивать различные источники устойчивых конкурентных преимуществ, на основании широкого круга потребительских оценок и предпочтений.

Как показывает опыт, покупатели предпочитают платить не только за качественный и недорогой товар, но и учитывают имиджевые достоинства фирмы: социальное партнерство, проявление добросовестности в конкурентной борьбе (исключение демпинга), сокращение вредных выбросов, благотворительность, и т.д.

Необходимость использования концепции социальной ответственности в системе развития молочного подкомплекса требует разработки структурной модели механизма формирования и реализации социальной ответственности предприятий, которая, должна включать принципы, методику оценки уровня реализации социальной ответственности, предусматривать обратную связь с заинтересованными сторонами, общая схема структурной модели представлена на рис. 1.

В основу взаимоотношений молочных компаний с агентами следует положить следующие принципы: ответственность в отношении своих сотрудников; ответственность компании во взаимоотношениях с деловыми партнерами; ответственность в отношении потребителей; ответственность перед обществом: ответственность перед регионом присутствия. Для обеспечения реализации указанных принципов в практику функционирования молочного подкомплекса предлагается внедрить систему добровольной сертификации «Социально-ответственных компаний».



**Рис. 1.** Схема структурной модели механизма формирования и реализации социальной ответственности

Для определения белорусских компаний соответствующих категории «Социально-ответственных» необходима система оценочных показателей социальной ответственности. Нами разработана методика, оценки уровня развития социальной ответственности белорусских предприятий, основанная на методике И. Ю. Беляевой, адаптированной к особенностям развития предприятий молочного подкомплекса по критериям которые сгруппированы в три блока в зависимости от степени и масштаба развития социальной ответственности. В этой связи, выделены обязательный, добровольно адаптивный, добровольно активный уровни, которые позволяют точно определить состояние социальной ответственности на предприятии и выбрать вектор его развития. Обязательный уровень предполагает соответствие основной хозяйственной деятельности компании социально значимого характера, который выражается в производстве качественных товаров и услуг, уплате налогов и создании хорошо оплачиваемых рабочих мест. На добровольно адаптивном уровне деятельность компания выходит за минимальные, законодательно определенные рамки и осуществляет

стратегически целесообразный вклад в развитие внутренней и внешней среды, повышая его устойчивость в долгосрочной перспективе. При этом компания постоянно реализует внутренние и внешние социальные программы, согласующиеся со стратегией развития. Добровольно активный уровень, предполагает активное участие компаний в формировании высоких общественных стандартов (повышая качество образования), а соответственно способствуют повышению уровня жизни в стране.

Суть методики заключается в определении интегрального коэффициента уровня развития социальной ответственности, сопоставляя текущие показатели с возможными вариантами определяется степень социальной ответственности по каждому уровню. Основное преимущество методики заключается в том, что ее применение не требует внесения значительных изменений к действующей системе сбора информации, характерной для предприятий молочного подкомплекса, поскольку предусматривает, фактически, использование тех именно показателей, которые рассчитываются во время подготовки статистической, финансовой и бухгалтерской отчетности (табл. 1).

Таблица 1

Показатели оценки социальной ответственности предприятий  
молочного подкомплекса

Показатель	Рекомендуемые баллы		
	0	1	2
<b>Оценка обязательного уровня</b>			
Наличие нарушения налогового законодательства	Были применены налоговые санкции	Налоговые платежи уплачены в полном объеме по требованию налогового органа в пределах периода, когда обязанность по применению налоговых санкций еще не наступила	Самостоятельно производит уплату налоговых платежей своевременно и в полном объеме
Наличие нарушений договорных обязательств	Нарушения не устранены или устранены в судебном порядке	Нарушения устранены самостоятельно	Нарушений не было
Наличие случаев необоснованного завышения цен	Зафиксированы случаи необоснованного завышения цен	Нет случаев завышения цен	Проводится социально ориентированная ценовая политика (предоставление скидок, льгот для социально незащищенных групп населения)
Коэффициент средней заработной платы на предприятии и в отрасли	< 0,8	0,8 - 1	> 1

Коэффициент дифференциации заработной платы (соотношение средней заработной платы 10% наиболее высокооплачиваемых и наименее оплачиваемых)	> 10	5-10	< 5
Коэффициент текучести кадров(%)	>15	10-15	≤ 10
Уровень трудовой дисциплины	Нарушение трудовой дисциплины привело к производственному травматизму	Случаи нарушения трудовой дисциплины не связаны с производственным травматизмом	Нарушение трудовой дисциплины не зафиксировано
Коэффициент приема молодых специалистов	Молодые специалисты на работу не приняты	Молодые специалисты на работу приняты не по специальности	Молодые специалисты на работу приняты по специальности
<b>Оценка добровольно адаптивного уровня</b>			
Корпоративный кодекс	Находится в процессе создания либо создан, но не применяется	Существует, но недоступен в открытом доступе	Существует и доступен на сайте
Социальный отчет	Не составляется	Составлен, но недоступен в открытом доступе	Составлен, доступен общественности
Социологические исследования	Не проводятся	Проводятся, результаты не доступны в открытом доступе	Проводятся, результаты доступны на сайте
Наличие социальных объектов для сотрудников	Не функционируют	Функционируют периодически, льготы не предоставляются	Функционируют постоянно, льготы предоставляются
Коэффициент роста социальных инвестиций	Снижается	Увеличивается нестабильно	Стабильный рост
Наличие внутренних социальных программ	Не реализуются	Реализуются не постоянно	Реализуются постоянно
<b>Оценка добровольно активного уровня</b>			
Наличие сертификатов ISO,	В процессе разработки	Разработана, но не внедряется	Разработана, находится на стадии внедрения
Наличие социальных объектов для общества	Не функционируют	Функционируют периодически, льготы не предоставлены	Функционируют постоянно, оплата дифференцирована.
Коэффициент роста социальных инвестиций на региональном уровне	Снижается	Увеличивается нестабильно	Стабильный рост
Наличие региональных социальных программ	Программы не реализуются	Программы реализуются не постоянно	Реализуются постоянно
Коэффициент приема на работу инвалидов	Не принимаются	Инвалиды работают, мероприятия по адаптации не проводятся	Инвалиды работают, проводятся мероприятия по адаптации.



Значение результирующего показателя, отражающего уровень социальной ответственности рассчитывается по формуле:

$$I^J = \begin{cases} \frac{\sum_i^n I_i^J}{n}, & \text{если } I_i^n \neq 0 \\ 0, & \text{если } I_i^n = 0 \end{cases}$$

где  $I^J$  – балл интегрированной оценки социальной ответственности предприятия;

$I_i^J$  – индивидуальный балл оценки эффективности работы организации по определенному  $i$ -му показателю.

Предприятие не может претендовать на получение статуса социальной ответственности, при получении ноль баллов хотя бы по одной из позиции не зависимо от общего количества баллов, поскольку это свидетельствует о нарушении законодательства. Один балл свидетельствует о том, что предприятие выполняет нормы установленные законодательством или соответствует внутриотраслевым значениям. Два балла присваиваются показателям, которые обеспечивают достижение высоких параметров. Результаты расчетов в диапазоне от 1 до 2 позволяют присвоить каждому предприятию соответствующий рейтинг (табл. 2).

Таблица 2

Интервалы оценки социальной-ответственности

Уровень социальной ответственности	Значение результирующего показателя	Достигнутый уровень социальной ответственности
1-й уровень	1-1,4	Находится на начальном этапе, выполняются показатели 1-го уровня и некоторые показатели 2-го уровня
2-й уровень	1,41-1,75	Стремительно развивается выполняются показатели 1-го и 2-го уровня и некоторые показатели 3-го уровня
3-й уровень	Более 1,75	Социальная ответственность соответствует высокому уровню, выполняются показатели показатели всех уровней

Результаты, полученные в ходе применения данной методики, позволяют оценить тенденцию изменения взаимодействия, своевременно отреагировать на исправление ситуации, что в конечном итоге приведет к эффективному, стабильному взаимодействию всех заинтересованных групп, а следовательно стабильному развитию отрасли. В целях самоконтроля предприятию целесообразно составлять матрицу результатов.

В целях формирования и популяризации принципов социально ответственного поведения компаний, государственным органам предлагается

направить свои действия в отношении предприятий включенных в реестр, в следующих направлениях:

- в приоритетном порядке оказывать меры государственной поддержки, предусмотренные законодательством и осуществляющиеся за счет средств областного бюджета;

- содействовать в формировании имиджа социально ответственной компании;

- предоставлять дополнительные услуги от государственных органов службы занятости населения по обеспечению потребностей работодателя в трудовых ресурсах (предварительный отбор кандидатов на заявленные вакансии, поиск и подбор специалистов редких профессий и специальностей, юридическое консультирование и др.);

- сократить проведение ежегодных плановых проверок;

- определить условия и перечень номинаций конкурса «Компания честного поведения и высокой социальной ответственности», что послужит региональным этапом национального конкурса «Компания честного поведения и высокой социальной ответственности».

**Выводы.** Проведенное исследование свидетельствует, что стратегической основой перспективного развития современных интеграционных структур молочного подкомплекса является концепция социальной ответственности, которая стимулирует использовать уникальные ресурсы (честное ответственное взаимодействие, информационную открытость) для обеспечения конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. В основу взаимоотношений молочных компаний с агентами следует положить следующие принципы: ответственность в отношении своих сотрудников; ответственность компании во взаимоотношениях с деловыми партнерами; ответственность в отношении потребителей; ответственность перед обществом: ответственность перед регионом присутствия. Предложенная схема оценки уровня корпоративной социальной ответственности предприятий молочного подкомплекса имеет определено практическое приложение в работе органов отраслевого, местного уровня управления. С помощью данной оценки можно оценить рейтинг предприятия, недостатки их деятельности в социальной сфере, предлагать направления улучшения социальной направленности в работе предприятий, определять мероприятия для повышения уровня корпоративной социальной ответственности.

#### **Список использованных источников:**

1. Cochran Philip L. The evolution of corporate social responsibility / Philip L. Cochran // *Business Horizons*. – 2007. – № 50. – P. 449–454.
2. Корпоративная социальная ответственность: монография / под. общ. ред. д.э.н., проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М. А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.

3. Котлер Ф. Корпоративная социальная ли ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Филип Котлер, Ненси Ли; пер. с англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
4. Литовченко, С. Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под редакцией С. Е.Литовченко, М. И.Корсакова. – Москва : Ассоциация менеджеров, 2003. – 205, [1] с.
5. Никитина Л. М. Корпоративная социальная ответственность как система социально-экономических отношений / Л. М. Никитина. – Воронеж: ВГПУ, 2009. – 204 с.
6. Романова О. А. Социальная ответственность корпораций: опыт территориального исследования / О. А. Романова, И. Н. Ткаченко // Экономическая наука современной России. – 2001. – № 2. – С. 23–36.
7. Garriga Elisabet Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory / Elisabet Garriga, Domènec Melé // Journal of Business Ethics. – 2004. – № 53. – P. 51-71.

***Лукашевич Т.Н. Социальная ответственность - основа развития молочного подкомплекса***

Аннотация. В статье обоснована необходимость принятия стратегии социальной ответственности концептуальной основой перспективного развития предприятий молочного подкомплекса. Предложена система принципов, методика оценки уровня социальной ответственности предприятий. Рекомендованы направления действий соответствующим органам для популяризации концепции среди предприятий агропромышленного комплекса.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, молочный подкомплекс, уровень развития социальной ответственности, методика оценки.

**Lukashevich T.N. Social responsibility - the basis of dairy subcomplex**

**Abstract.** The paper substantiates the need for social responsibility strategy conceptual framework of prospective development enterprises dairy subcomplex. A system of principles, methods of assessing the level of corporate social responsibility. Recommended courses of action relevant bodies to promote the concept of agro-industrial enterprises.

**Keywords:** social responsibility, a dairy subcomplex, the level of social responsibility, the estimation procedure.

*Лукашевич Татьяна Николаевна – старший преподаватель кафедры экономической теории, Полесского государственного университета.*

## CONTENTS

FOREIGN CAPITAL IN BANKING: COMPARING POLISH AND UKRAINIAN EXPERIENCE <i>Ewa Miklaszewska</i>	5
WPŁYW EUROPEJSKICH PROCESÓW INTEGRACYJNYCH NA KLIMAT INWESTYCYJNY NA UKRAINIE <i>Katarzyna Kotulewicz</i>	12
BEZPIECZEŃSTWO BANKÓW NA UKRAINIE I W POLSCE – PERSPEKTYWA WSPÓLNEGO INWESTORA STRATEGICZNEGO <i>Mateusz Folwarski, Krzysztof Kil</i>	23
E-LEARNING: AN INNOVATIVE APPROACH TO ACCOUNTING EDUCATION <i>Konrad Grabiński, Marcin Kędzior, Joanna Krasodomska</i>	40
MANAGEMENT LETTER: ANALYSIS OF BENEFITS FOR BOTH AUDITEES AND AUDITORS <i>Darius Vaicekauskas</i>	47
DEVELOPMENT OF THE LITHUANIAN PUBLIC SECTOR ACCOUNTING IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN INTEGRATION <i>Irma Kamarauskiene</i>	57
MACROECONOMIC EFFECTS OF THE EXCHANGE RATE UNDERVALUATION IN UKRAINE <i>Victor Shevchuk</i>	71
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА КОРПОРАТИВНЫХ ОБЛИГАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Мальцевич В. М.</i>	81
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ БАНКА ПО КРЕДИТОВАНИЮ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ <i>Бобрикович Е.С., Новик Т.В.</i>	89
РАЗВИТИЕ МАКРОПРУДЕНЦИАЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И БАНКОВСКОГО НАДЗОРА В БЕЛАРУСИ <i>Матяс А.А.</i>	96
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОРГАНИЗАЦИИ НАДЗОРА ЗА БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ: МИРОВОЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ <i>Лукашевич В.А.</i>	104
К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ <i>Чеплянский Ю.В.</i>	114

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Лопух Ю.И., Сергеюк В.С.</i>	120
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКОГО ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВОГО ПРОСТРАНСТВА <i>Петрукович Н.Г.</i>	125
ПРИМЕНЕНИЕ РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ФАКТОРОВ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ДИНАМИКУ РУБЛЕВЫХ ДЕПОЗИТОВ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Базака Л.Н., Дегтярева И.И.</i>	136
КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ – ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОГО ПОДКОМПЛЕКСА <i>Лукашевич Т.Н.</i>	143
ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ И СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Чернорук С.В.</i>	152
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ФИНАНСИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Хмель О.А.</i>	159
РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ И КИТАЕ <i>Абдалова Е. Б. Сунь Линь</i>	165
МЕТОДИКА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ <i>Галун А.Б.</i>	170
НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ <i>Коробкин А.З.</i>	178
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ <i>Володько О.В. Володько Л.П.</i>	188
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЕГО УЛУЧШЕНИЮ <i>П.И. Бурик</i>	196